

晋江建陶：从短板到长板的精彩蜕变

本报记者 王云霏 张晋福

3月18日至20日，2026福建建博会暨第八届中国(晋江)国际家装建材博览会顺利举办。展会以晋江海西家居建材博览城作为主会场，联动五金机电城、天工陶瓷城作为分会场，累计观展客商人数超9万人，与2025年基本持平，其中首次观展客商超25%，达成意向成交金额超130亿元，线上平台曝光量突破7000万。外墙砖、生态砖、仿古砖、地铺石、手工砖、艺术砖、古建、马赛克、琉璃瓦、软装等全品类“晋江制造”百花齐放，精准对接工程项目、家装零售、海外出口等多元客群。

这场以“时尚福砖·花样建博”为主题的行业盛会，正是晋江建陶产业转型的生动缩影。面对产能过剩、内卷加剧等共性难题，晋江建陶勇于变革，从“量”的扩张向“质”的提升迭代升级，曾经因“窑炉小、产能散、规模弱”被诟病的产区短板，如今已华丽蜕变为“船小好掉头”的柔性优势。依托全品类覆盖、快速响应、精准适配的核心能力，晋江正从传统建陶产区向“中国建筑陶瓷产品一站式直采基地”跨越。



**政府、协会、企业同频共振
凝聚产业发展合力**

近年来，依托千年制陶底蕴与深厚产业积淀，晋江产区全力打响“磁灶陶瓷”地理标志商标名片。晋江市党委政府、建陶协会，与广大建陶企业同频共振、多向奔赴，构建起政府引领、协会聚力、企业奋进的协同发展格局。

为精准探寻产业高质量发展路径，市镇两级政府主动靠前服务，主要领导多次带队赴佛山、上海等先进产区调研取经。2025年底，晋江市人大常委会副主任、磁灶镇党委书记蔡文卿亲自带队，组织20多家晋江建陶行业二代企业家、高层次人才代表及相关单位负责人，赴江西景德镇、陕西西安开展专题考察与产研对接活动。此次政企联合考察聚焦科技创新、成果转化与产业融合，为晋江建筑陶瓷产业高质量发展精准探寻新路径。

考察结束后，相关政府部门持续跟踪巩固对接成果，完善政企常态化沟通机制，牵头加快打造“企业家+科学家+工程师+艺术家”多元协同的创新生态——以市场需求为导向，深度融合科研院所的技术优势、专业人才的转化能力与艺术家的创意设计，构建起从科研到技术转化、再到产品化、品牌化的全链条支撑体系。

在政企协同推动下，区域品牌建设取得关键突破。在“时尚福砖·超越晋江”——晋江市建陶产业内外贸高质量发展大会上，“时尚福砖”区域品牌正式发布。该品牌以“建陶行业潮流引领者”为核心定位，立足晋江磁灶“小窑、小砖、创新力强、生产柔性”的工艺、研发与产品优势，构建“四大引领”核心壁垒，打造专业、潮流、多元的品牌形象，助力产区实现“共性品牌+个性表达”的双重赋能，形成集群效应与品牌合力。

品牌落地离不开政企协同。晋江市以磁灶为核心实践区，从三大维度系统发力：平台层面，政府牵头携手云筑网上线“时尚福砖·磁灶陶瓷”专区，以数字化手段打通供需对接渠道；产业层面，由政府引导、协会组织成立经销联盟，举办产销对接会，推动企业抱团发展、协同共进；政策层面，精准出台建材产业高质量发展专项政策，为企业创新升级与品牌建设提供真金白银的支持。

作为政企联动的核心桥梁，晋江市建材陶瓷行业协会充分发挥枢纽作用，在凝聚产业合力、推动产学研协同、助力数智绿色转型等方面持续深耕，有效链接政策、技术、人才与市场资源，引导会员企业创新提质、有序竞争。晋江市建材陶瓷行业协会会长吴声团表示，协会将持续当好政企协同的“黏合剂”，在抱团出海、产研协同、标准制定、数智智改、绿色变革等领域持续发力，与政府、企业同心同向，全力提升晋江作为“中国陶瓷核心产区”的韧性与活力，让政企良性互动成为产业高质量发展的核心动力。



**小单快反柔性定制
变“短板”为“长板”**

在海西建材城的“瓷砖流行趋势主题馆”内，新复古、触感色域、生态狂野主义等六大场景化展示区里，小批量定制的特色瓷砖琳琅满目——适配艺术空间的多彩马赛克、契合古建修复的定制红砖、满足年轻家庭的个性化手工砖、可贴合曲面建筑的柔性软装，彰显着晋江建陶的柔性实力。这一切的背后，是产区“小窑小线”的独特基因。

长期以来，晋江建陶产区因窑炉小、窑线短、单产能偏低，被视为不具备规模优势、难以摊薄成本的“传统产区”。在行业普遍追求大线、大产能、规模化的浪潮中，晋江一度处于追赶位置。但随着市场进入个性化、定制化、快周转阶段，这一“短板”反而成为独特优势。船小好掉头，生产更灵活，切换成本低，这种特性恰好适配当前市场“小单快反”的需求。房地产精装修个性化配套、市政工程差异化采购、海外市场区域性标准适配，都能通过柔性生产快速落地。

当前，晋江建陶的柔性生产，已形成多元化应用场景，精准匹配不同客群的个性化需求。“柔性生产的订单主要集中在商业空间和会所，也有部分高端家装需求，还有一些艺术家将书画、图案等作品赋能瓷砖，用于墙面装饰或收藏展示。”晋江市泉隆建材有限公司董事长杨论庭介绍，这类订单的核心特点是“小批量、多品类”。

小到1平方米的艺术瓷砖，大到商业空间的多品类组合，泉隆企业均能实现个性化生产。这种“一片起订、灵活适配”的模式，既是晋江建陶“小窑炉、快转产”优势的延伸，更是产业响应个性化消费趋势的主动转型。

柔性定制的落地，离不开生产线的灵活适配与技术支撑。在规格适配上，泉隆建材通过多台压机轮换作业，实现多规格快速切换。“我们一条窑炉配备两条生产线，可生产300mm×300mm、400mm×400mm、300mm×600mm、900mm×1200mm等多种规格的产品。”杨论庭表示，在花色上，柔性定制则依托喷墨技术与叠加工艺，既支持客户提供花色文件直接生产，也可实现复杂纹理的叠加呈现。“客户只要提供一张图片或设计文件，我们调整后就能上线生产，叠加工艺让定制花色更具质感和独特性。”对于异形产品，企业通过二次加工完成适配，进一步拓宽定制边界。

尽管柔性定制的生产流程更复杂、损耗更高，但高附加值让杨论庭直呼“值得”。他透露，扣除人工、换型损耗等额外成本后，柔性定制的利润仍能达到常规产品的四五倍。

“柔性定制能精准匹配需求，避免库存压力。”杨论庭介绍，泉隆建材从2020年就开始沉淀定制技术，2024年正式推出“一平方米起订”服务，从2025年下半年开始订单量显著增长。

从产区层面看，晋江建陶的柔性定制能力已形成集群效应。除泉隆建材外，山美陶瓷、德顺陶瓷等企业也布局手工定制、艺术瓷砖等细分领域，太阳蝶陶瓷则专注红砖古建私人定制产品。

**聚焦细分领域创新
形成差异化竞争优势**

面对市场“内卷”加剧的严峻挑战，晋江建陶产区深耕细分赛道，锻造独门优势，持续推进专精特新梯度培育体系建设。截至目前，已培育国家单项制造业冠军企业1家、国家高新技术企业7家，省级专精特新中小企业11家、创新型中小企业16家，形成了梯队化、全链条的专精特新企业集群，以技术创新与产品创新为双重支撑，实现从传统制造向智能制造的跨越式突破。

2025年底，晋江市国星陶瓷建材有限公司与深圳市创冷科技有限公司签署战略合作协议，双方将共同推动创冷科技的研发成果在幕墙、地铺石等领域的转化与应用。国星陶瓷副总经理王江铨表示，预计制冷陶瓷今年可实现投产。制冷陶瓷的问世，将有效降低建筑表面温度，减少空调使用，为社会带来可观的节能减排效益；同时，可帮助客户节约使用成本，实现双向共赢。此前，国星与道氏技术共同创立“联合创新中心”，依托自有生产规模优势，结合道氏技术“产

品+服务+解决方案”的专业模式，在新材料应用、工艺创新等方面进行深度探索，推动研发成果落地转化。

近年来，福建七彩陶瓷有限公司积极拥抱市场变化，始终坚守价值竞争底线，拒绝跟风低价“内卷”，锚定技术研发与产品创新打造核心竞争力，成功推出一系列填补市场空白、引领行业趋势、极具竞争力的自主研发新产品，走出了一条逆势上升的发展路径。该公司在推出具有高滤水性、高保水性和高防滑性“呼吸地铺砖”后，为解决传统外墙砖在粘贴时容易空鼓、脱落等行业痛点，其研发团队于2025年推出七彩大熔石3.0防脱背纹系列新品，并获得了专利认证。“第一重设计通过凹凸形状，模拟施工拉毛工艺；第二重设计是在每片砖上增加200多个三角孔，提升50%吃浆率，运用锚固原理，不惧外力拉扯；第三重设计利用多边燕尾槽背纹和斜切工艺，使燕尾槽更斜更深，产生更强的物理挂力。”七彩陶瓷董事长谢永进介绍了该技术的创新逻辑。凭借过硬的产品品质及全链条的服务能力，即便在行业价格战愈演愈烈的当下，七彩陶瓷核心产品“生态地铺石”的市场售价仍远高于同类型产品，且市

场份额依然保持着稳定增长，成为晋江建陶产区以价值竞争破局行业内卷的标杆样本。

在渠道建设方面，七彩陶瓷持续推进销售渠道下沉，目前已在12个省份开设97家专卖店，2025年销量同比增长20%以上，配合每年定期举办的团队研学培训体系，形成了“产品+服务+人才”的三维竞争力。

在全链条精益管理的持续深化下，晋江建陶的代际传承也被赋予新的内涵。众多晋江“陶二代”在接班后，勇于调整产品赛道，聚焦差异化优势，用更贴切市场、更具竞争力的新品打开新局面。山美陶瓷创办以来主营外墙砖产品，后来，随着市场竞争逐渐激烈，产品同质化严重，“陶二代”吴福泉带领企业转型至泳池砖、马赛克赛道。山美陶瓷投入五六百万元，改建工厂、购买全新的生产设备，进行了从产品研发到生产制造、市场推广等全方位的转型，成为福建产区内最早进入马赛克赛道的企业之一。近年来，山美陶瓷的产品花色、规格越做越齐全，质量越做越精，并不断推陈出新，推出手工砖、艺术马赛克和拼图等产品，获得“质”与“量”的双丰收。

豪山瓷砖总经理苏子杰接班以来，大力推进生产线智能化改造，并积极拓展差异化产品赛道。“在外墙砖、幕墙砖、地铺石、室内砖等传统优势品类的基础上，我们今年重点开发了法式古堡砖、小花砖、手工砖等特色系列新品。”苏子杰介绍，这些产品高度契合小红书、抖音等社交平台的流行趋势，精准贴合年轻设计师与消费群体的个性化需求，有望成为企业新的增长亮点。

以吴福泉、苏子杰为代表的晋江建陶行业青年企业家，以实际行动续写着

**形成独有精益管理
“陶二代”接力破局**

晋江建陶产区能够快速反应，形成独特的产品创新优势，在于晋江建陶企业独有的实干管理模式。产区内多数企业家从生产一线起步，深耕生产全流程的每个环节，始终保持亲力亲为的管理作风——大到生产线技改、新产品立项，小到原料采购比价、能耗细节管控，都亲自参与决策。这种模式，与广东等产区普遍采用的职业经理人模式相比，管理成本低，决策流程短、效率高。

在这些企业家的主导下，晋江建陶企业将技术改造作为精益管理的核心抓手，掀起一场兼具效率革命与绿色转型的产业升级浪潮。一方面，以智能化生产线升级为突破口，比如，华泰集团正全力推进与中国电信晋江分公司联手打造的技改项目：生产端聚焦窑炉、挤出机等关键设备，通过数字化改造实现可视化管控，并打通各设备间的数据信息联动，构建高效协同的生产体系；管理端则依托数据流程的精益化管控，精准落地节能降耗、降本增效目标。另一方面，企业深耕节能降耗技术创新，华泰集团便是典型代表。华泰集团运用物联网、云计算、大数据等前沿技术，对设备启停、转速、作业时长等运行状态进行实时采集、统计与分析，同时实现生产能耗的数字化精准管控。通过这一系列举措，华泰集团成功降低设备生产损失与能源损耗，达成生产效率提升30%、能源利用率优化8%、运营成本下降8%的显著成效。

精益管理不仅是生产端的降本、增效与流程优化，更是覆盖生产、管理、营销、渠道全链条的系统升级。晋江建陶企业将精益理念从车间延伸到市场，以精准营销、高效渠道、闭环服务实现外部运营的精益化，让内部效率优势真正转

记者观察

从建博会的百花齐放，到“时尚福砖”的品牌崛起；从“小窑小线”的先天特质，到柔性定制的核心优势；从技术创新的硬核支撑，到政企协同的生态赋能，晋江建陶的转型之路，印证了传统产业高质量发展的核心逻辑——竞争力不在于规模大小，而在于是否适配市场、是否持续创新、是否筑牢生态。

当行业还在纠结“大而全”与“小而美”的选择时，晋江建陶用实践给出答案：将短板转化为长板，将特色打造成优势，在细分赛道做深做精，在协同生态中抱团发展。而“中国建筑陶瓷产品一站式直采基地”的打造，正是这一逻辑的集中体现——它以全品类供给为基础，以柔性定制为特色，以数字化渠道为纽带，以政企协同为保障，让晋江建陶从“产品输出”升级为“生态输出”，让千年窑火在新时代焕发更璀璨的光彩。

