

晋江建陶上演转型“三部曲”

本报记者 王云霏 张晋福

近日,福建省工信厅正式印发《福建省“十五五”绿色建材与智能家居产业集群高质量发展行动方案》(以下简称“方案”),为建筑陶瓷产业明确未来五年转型发展路径。

该方案明确构建以泉州为核心区,福州、漳州为协同区的产业布局,着力提升“磁灶陶瓷”地理标志和“时尚福砖”区域品牌影响力。这标志着泉州肩负产业创新、品牌升级引领使命,而晋江正是全国建陶产业的核心产区。

依托政策赋能与自身扎实的产业根基,今年以来,晋江建陶企业立足技术创新、品质深耕与模式革新,持续开拓海外市场,抢占行业标准话语权、创新品牌IP发展模式,全方位推动传统建陶产业破局升级,焕发全新发展活力。

晋品出海再提速

近日,宏华集团海外市场拓展再获新突破,成功对接泰国当地最大建材经销商。首次合作,该经销商下单总量达60万平方米,订单产品以常规水泥灰色仿古砖为主,涵盖600mm×600mm、600mm×1200mm两大主流规格。

新客户、新订单的落地,正是宏华集团深耕海外市场、出口业务稳健发展的生动缩影。凭借吸水率低、硬度高、耐磨性佳、品类丰富等核心优势,宏华集团陶瓷产品长期畅销海内外,远销欧洲、北美、东南亚、非洲等多个地区,出口量稳居行业前列。目前,企业出口额占销售总额的80%,客户结构成熟稳固。

作为宏华集团的核心主力产品,仿古砖可承载更多先进工艺技术,装饰性能突出,能够有效提升产品附加值,更贴合海外多元化的装饰与工程需求。目前,在国内出口澳大利亚、韩国的双零吸水率仿古砖品类中,宏华集团旗下的乾顺品牌占据较高市场份额。

除了坚守品质底线,宏华集团坚持因地制宜、按需定制,精准匹配不同国家的市场规则、审美偏好与工程需求,针对性研发不同规格、配色及工艺的产品,凭借精细化服务深耕海外高端工程市场。澳大利亚悉尼机场厦门航空候机厅,便选用了宏华集团的仿古砖系列产品。

无独有偶。名奇陶瓷也是近年来海外市场收获颇丰的企业之一。

在名奇陶瓷的企业展厅,有一面特别而醒目的世界地图。多年来,每当公司成功开拓一个全新的海外市场,拿下当地订单,该公司总经理吴培君便会在对应国家的版图上贴上一面鲜艳的小红旗。如今,一面面小小的红旗,错落点缀在全球版图上,每一面都代表着一次市场突破、一份海外认可。今年以来,这张地图再度添新彩,英国、澳大利亚、新西兰、南非、坦桑尼亚等多个国家的位置相继插上崭新的红旗。

依托扎实的产品研发实力与灵活的市场布局策略,近年来,名奇陶瓷海外市场拓展步伐持

续加快,新增多个海外合作国家,斩获稳定跨境订单。目前,出口业务在名奇陶瓷占比已突破30%。吴培君介绍,目前,名奇陶瓷的产品远销全球20多个国家和地区,企业正在布局美国、非洲等市场。

2025年7月,名奇陶瓷聚焦国内线上市场,自主研发法式古堡砖系列产品。“古堡砖需要四个不同规格混装,每条生产线只能生产单个规格,因此,需要分四次生产。同时,为保证拼缝效果,单规格单边需要缩小1.5mm。”吴培君介绍,为了突破生产技术难关,企业从意大利、法国购买天然石材,运往广东进行高清扫描,开发花色,首次开发投入了五六十万元的“学费”。而令他惊喜的是,该系列产品在技术成熟后,接连拿下了英国、澳大利亚、新西兰等国家的订单,目前已实现稳定出货。其中,英国客户采购需求强烈,首批即定制6个颜色、共3个货柜的产品。

名奇陶瓷自2009年起布局4S店专用瓷砖,是福建产区最早入局该品类的企业之一,其产品不仅覆盖国内主流汽车品牌,更成功出海,供应韩国起亚、现代、泰国宝马等海外车企。名奇陶瓷的商超防滑工程砖同样实现全球化布局,服务海外海底捞、7-Eleven等知名连锁品牌。值得一提的是,名奇陶瓷专为韩国新能源市场定制的防静电4S店瓷砖,精准匹配当地充电桩安全标准,已配套起亚、现代新能源汽车充电桩项目,以定制化、功能性产品打造企业出海核心竞争力,持续拓宽海外高端细分市场。

打造行业话语权

今年6月,由中国建筑标准设计研究院等权威机构主编的新版国家建筑标准图集25J505-1《外装修(一)》正式启用,替代旧版06J505-1,统一外墙设计、施工、验收规范。福建七彩陶瓷有限公司携旗下高端外墙主力产品七彩外墙砖,以核心参编单位身份载入图集名录,投身外墙陶瓷饰面板块的技术梳理、参数编制工作,为全国建筑外装修行业输出专业、规范的瓷砖饰面标准化技术支撑。

作为全国建筑卫生陶瓷标准化技术委员会委员单位,福建华泰集团是晋江建陶产业标准建设的标杆企业。多年来,企业坚持研发先行,把科研成果源源不断转化为行业通用规则,累计主导、参与编制国家标准、行业标准多达30项。由华泰集团牵头起草的GB/T 27972《干挂空心陶瓷板》,是国内陶板行业唯一国家级标准,奠定了国内干挂陶瓷幕墙产品的技术基准,深刻影响着全国陶板行业的产品研发与工程应用。

不只深耕国内标准,华泰集团积极对标全球市场,主动参与国际标准化组织工作。2025年,国际标准化组织发布ISO 10545-23:2025《陶瓷砖 第23部分:陶瓷砖、基体和釉层弹性模量的测定》国际标准。这是由我国主导制定的首个陶瓷砖领域国际标准,华泰集团参与了

该标准的制定,提高了我国在陶瓷砖领域的技术标准话语权和国际影响力,同时填补了国内在该领域的国际标准空白,为全球陶瓷产业的质量控制、技术研发和产品认证提供了权威依据。华泰集团委派专家陈岚波参与标准制定工作。他对标准条款、各项指标设定、测试验证方法,以及建筑陶瓷行业的最新发展趋势、绿色低碳高质量发展提出了科学性、适用性、创新性的意见建议,为标准成功发布作出重要贡献。

在绿色低碳转型赛道,豪山建材走在行业前列,主动参与《绿色产品评价 陶瓷砖(板)》等国家标准起草工作,把自身节能减排、清洁生产、碳足迹核算的实践经验提炼成通用规范。借助标准编制过程中的技术交流,企业同步优化窑炉节能减排工艺,完善全流程碳排放管控体系,实现标准研发与绿色生产双向赋能。

当前,不少晋江建陶企业把对标准化的投入视作长期研发投资,主动抽调技术骨干加入标准起草工作组,积极对接全国标委会、咸阳陶瓷研究设计院等权威机构,抢抓标准立项窗口期,抢占细分赛道规则先机。

依托标准话语权,晋江建陶企业从单纯的产品生产者,转变为行业规则的制定者。这些本土企业投身国家标准、行业标准、团体标准等编制工作,把产区技术优势转化为制度优势,为建陶产业高端化、绿色化转型夯实根基。

AI入企“把脉问诊” 晋江产业智造提速

本报记者 曾小凤

当人工智能的浪潮从概念走向应用,一场由晋江市总工会组织的“场景强国 工创晋江”——AI赋能职工主题活动,正在将这股前沿技术精准滴灌到晋江制造的“毛细血管”。近日,通过该活动的入企辅导环节,记者在现场深切感受到,AI不再是悬浮的技术名词,而是融入企业设计、生产、营销、管理全链条,成为晋江培育新质生产力、推动产业高质量发展的实践注脚。

从“会用工具”到“全链赋能”

卡尔美电商事业部直播运营经理林伟艺告诉记者,此前企业已探索AI深度应用,而此次培训实现了认知与技能的“系统升级”。

在电商场景中,AI技术的应用大幅降低了商品内容的生产门槛。过去拍摄商品场景图需要外景团队、租赁场地、耗费大量人力物力,如今只需一张棚拍白底图,配合AI即可自由换景,输出多种场景的适配素材;视频方面,也能通过棚拍模特图借助AI转化为实景动态效果。“只要会写提示词,就能快速生成高质量的视觉内容,这大大提升了我们内容生产的灵活性和效率。”林伟艺说。

在“智慧大脑”层面,AI同样被引入秋冬营销规划的讨论中。林伟艺介绍,在部门领导牵头制定规划的过程中,团队引入AI进行场景推演与预案分析——只需输入“暖冬”“极寒”等气候场景及厚款产品信息,AI半天即可生成综合方案框架,推演不同气候下的营销策略,甚至反向提示2008年雪灾类极端情况的应对预案,为团队决策提供了更具全局视角的参考。

卡尔美的AI应用已在电商部门多节点落地。目前团队已具备AI生图、AI生视频、AI数字人直播等技术能力,并可根据业务需求快速调用;电商智能客服已实现常态化应用。此外,企业还在探索跨地区薪资评估、面试评估等多维度运营场景,并基于运动鞋服行业特性,尝试搭建气候监控及预警系统,以便及时根据各地气候状况调整营销节奏,推动AI从单点突破走向全链条赋能。

卡尔美的实践并非个例。其背后,是晋江产业界对“新质生产力”朴素而深刻的理解——由技术革命性突破、生产要素创新性配置、产业深度转型升级催生而成。当AI深度融入设计、生产、营销、管理等全链条,“传统制造”的边界便被重新定义,转变为以数据为关键要素、以智能为特征的新型制造。



从“凭感觉”到“看数据”

通过培训及入企指导,麦都食品落地了“淘宝闪购门店运营AI问诊助手”,依托WorkBuddy智能分析能力,聚焦淘宝闪购门店“曝光一下单”转化链路,自动诊断转化率低的痛点门店,从“引流”与“门店装修”两大维度切入,输出可落地的问题剖析与整改方案,让运营从“凭感觉”转向“看数据”,持续提升门店下单转化率,把每一分流量都花在刀刃上。

此外,麦都食品还落地了“门店日运营业绩数据分析监控系统”,基于门店日业绩截图,搭建“截图→核对→清洗→分析→可视化→专项深挖”的轻量链路,对话即生成HTML报告与图表,把零散数据变成可决策结论,把需要人工半天完成的报表升级为几分钟即可完成的洞察。

金冠食品人力资源总监陈伟鑫将AI应用于人力资源管理。他利用WorkBuddy开展结构化面试实操,深刻体会到标准化面试

体系对招聘工作的重要价值。以往人工筹备面试,提问维度随意、考察要点零散,不同候选人的面试标准不统一,容易出现主观判断偏差,面试专业性和公平性不足。借助AI后,可基于岗位要求和候选人履历,标准化生成面试提纲、能力考察维度与评分细则,严格贴合结构化面试逻辑,实现统一标准、统一口径、统一考察维度。

“AI能有效规避人工面试的随意性,让面试过程更规范、考察更全面。”陈伟鑫表示,AI是搭建结构化面试体系的优质工具,负责标准化、规范化兜底,人力负责灵活研判与人才甄别,人机结合才能真正落地专业、公平、高效的结构化面试模式。

这些案例的共同特点,是一线职工从自己的业务痛点出发,用AI解决真实问题。而这正是晋江市总工会此次活动的核心设计——不是简单的上课培训,而是搭建一套长期有用的良性循环:晋江海量的实体工

厂,给学员提供真实的练兵场景,不用虚拟演练,直接实景实操;练出来的实用人才,直接输送到本地各大制造企业,帮工厂搭建自己的数字化能力,不用再高价找外面的技术团队、买昂贵的系统。

当前AI人才市场存在一个尴尬的“两头脱节”:高端技术人才懂代码、懂算法,但不懂工厂流程、不懂制鞋、服装、轻工的生产逻辑,落地水土不服;普通人只会一点点AI工具,做做简单排版剪辑,不懂生产、不懂经营,进了工厂也帮企业解决不了实际问题。晋江缺乏的正是懂工厂、懂生产、懂管理,又会用AI解决问题的本土复合型人才。

晋江市总工会将培训课堂搬进企业,正是聚焦“场景”,链接岗位痛点,让职工学会与AI协作,在真实产业土壤中播下创新种子。一边积累适合晋江制造业的AI落地案例,一边持续输送本土实用人才,慢慢摸索出属于晋江自己的实业智能化路子。

探索IP新模式

2026福建建博会期间,伊小白福建运营中心启幕。这个由福建三协投资管理有限公司与喜花十二月瓷砖联手在建陶美学网红IP,成为晋江建陶品牌化、时尚化、流量化转型的代表。此次跨界实现双向赋能:福建三协整合15家合作工厂,以完善供应链与双重质检筑牢品质根基;喜花十二月凭借成熟研发与流量优势,为伊小白打造顶尖网红运营能力,精准把握“Z世代”审美与社交逻辑,构建“品质+研发+网红运营”的完整流量生态。

伊小白将闽南古建筑文化与“Z世代”潮玩设计相融,致力于打造网红新锐品牌。其核心产品线为文化特色艺术花砖,适配家装、商业、文旅等多元场景,既保留手工质感,又契合年轻群体个性化需求与高端群体艺术追求;同步运营的福建运营中心,以网红选品、直播带货、内容种草一体化阵地,推动福砖跻身高端市场,强化品牌网红属性。

伊小白的探索并非个例。不久前,在晋江天工陶瓷厂启幕的顺昌优品集合馆晋江体验馆项目,整合了广东、山东、福建等三大建陶产区的优质产品,同时创新落地“瓷+咖”新业态,AI智能设计赋能,一站式服务模式,实现了建陶终端从单一品牌专卖向生态化集合体验转型。

“当下,市场环境复杂多变,消费需求持续升级,在行业深度调整的关键时期,转型升级刻不容缓。”该项目负责人王金生表示,该体验馆将通过四大路径实现转型升级:分销网络优化、零售家装整合、设计师渠道拓展、共享集合馆模式推广。

这并非单一企业的尝试,而是当下建陶行业深度调整期的一个缩影。近两年,在消费升级、产能饱和、渠道迭代的三重驱动下,瓷砖工作室、美学买手店、多品类集合馆等新型店态遍地开花。越来越多的建陶企业打破传统终端的经营边界,探索IP新模式,重构产品、场景、服务与用户的连接方式,成为建陶行业破局内卷的路径之一。

从“工具狂欢”到“组织变革”

“AI工具容易上手,但不代表落地简单,如果只停留在操作层面,永远产生不了组织价值。真正的进阶,是在工具之上,叠加用户体验和组织绩效这两种思维,不陷入自嗨,而真正在实际业务中产生结果。”卓凡咨询创始人钟怡卿的观点,直指AI落地的深层命题。

在钟怡卿看来,AI不是一场工具狂欢,而是一场产业思维、组织能力、人才认知的深层革命。AI转型是组织级变革,不是员工个人作业,没有顶层视角,就没有真正的落地价值。

这一判断在晋江企业的实践中得到印证。卡尔美之所以能从AI生图、AI视频等单点应用,拓展到营销推演、气候预警等全链条场景,背后是企业将创新作为核心战略闭环的顶层设计。

“对于一些大规模的重复性工作,AI起到了很好的提效作用,对于一些零散信息的规整也很高效。”陈伟鑫告诉记者,金冠公司已经有40多年的发展历程,信息化也已经做了十几年,AI作为原有系统中提效的补充是个很好的工具,尤其是经过一段时间的学习,对于AI的应用有了更贴切企业实际需求的思维,这对未来AI化组织建设有很大的帮助。

“通过学习培训,AI工具与产业人才的经验结合,就能产生‘1+1>2’的化学反应;而不断积累的落地案例,又会成为下一批企业、人才的参考范本,形成可复制、可推广的良性循环。带动的不只是一两家企业的效率提升,而是整个产业的智能化升级。”业内人士指出,AI工具还在持续变化,在一些场景的轻量化应用,切实起到了提效的效果,但短时间内让企业抛开原有的系统深度应用AI软件,具有一定的挑战。企业更重要的是建设好规范的大数据基本盘,届时,在功能上嵌入AI便会比较容易。

晋江市总工会此次活动,正是捕捉到了这一时代脉搏。当AI从展厅走进车间、从概念变成报表上的数据,从少数技术人员专利变成一线职工手中的工具,晋江“场景强国”的新篇章,正在车间与案头间起笔。这不仅是一场技术赋能,更是一次产业思维的重塑、组织能力的跃迁和人才认知的升级——而这,正是新质生产力最生动的注脚,也是晋江产业高质量发展最坚实的底气。