



报告文学

# 岭南 石材记

之二

林瑞荣

## 弄潮

云浮技师学院梁建坤技能大师工作室，一双白冰花石材雕刻的“皮鞋”被陈列在最显眼处——鞋带沾着污迹，鞋面落满粉尘，鞋底已被腐蚀。旁边是一个“黑色旅行包”，上世纪后期常见的款式。

这是石艺大师梁建坤的重要作品，名为《征途》和《人生旅途》——云浮石材人“专属”物件的艺术再现。

脚步所至，即为征途；人生旅途，也是征途。



1979年4月，北京，春暖花开。在当月召开的中央工作会议上，时任广东省委第一书记习仲勋向中央正式提出“让广东先走一步”。中央明确支持，鼓励广东“你们自己去搞，杀出一条血路来”。

改革的风，吹遍南粤大地。云雾山下，春天的气息渐浓。

1980年，曾锐坤承包大队石米厂。有人觉得他太大胆，他顾不了这些，只想闯出一条路来。他骑着自行车跑客户，不到一年，石米厂扭亏为盈。

1983年，他再次作出一个大胆的决定——真正自己办厂。他用做石米生意积累的资金，购进了大理石锯机和磨切机，生产大理石石板。

那时候，珠三角的加工贸易也才刚刚起步，他就敢干。

“1983年我高中毕业，能说普通话，坤哥就带着我到处跑生意。”曾庆林说。暖色调的瓷砖很受市场欢迎，生意做到了省内各地。

1985年夏天，曾氏兄弟接到珠江电影制片厂的礼堂装饰工程。对方提出用一种名为“桃花红”的石材，产地在湖南省桃江县。他们立即赶过去。

桃花江畔桃花石，桃花石上桃花艳。

1984年，中央关于经济体制改革的决定，为城乡改革全面铺开扫清了道路，广东的乡镇企业蓬勃发展。

就在这一年，云浮县委、县政府正式宣布，对开采云浮石实行“三放开”（放开资源、放开经营、放开流通渠道），并实行“五个轮子一齐转”的策略（即国营、集体、合资、民营、个体五种经济成分并存、共同发展），极大地推动了云浮石材产业的发展。

这一决策，是广东“先走一步”在云浮的强大时代回响，带着广东敢为人先的鲜明特征。

改革、开放，是风向，更是热潮。进入花岗岩生产时代，意味着打开了一个更广阔的空间——储量巨大、质地坚硬、美观耐用的花岗岩市场需求极大。

文锋石料厂生产花岗岩的消息不胫而走，云浮掀起了“洗脚上田办工厂”的热潮。到1988年，云浮县有石材厂1600多家；1993年，云浮市（县级）石材厂发展到近4000家。在石材产业带动下，云浮经济实力跃居全省50个山区县（市）首位，为1994年云浮设立地级市打下了坚实的基础。

乡镇企业异军突起，是改革开放初期

从“洗脚上田办工厂”开始，云浮石材人不但生产板材，还到各地跑生意。其间他们发现，迅速“生长”的城市，到处都需要石材，简直就是待开发的巨大宝藏。

于是，那些石材厂，索性“上门”服务，在异地开办云浮石材门市部。

“当时就是有一股劲，完全不知道疲劳。”富林马塘村吴沛森，如今赋闲在家，说话温和，谈起石材眼里有光。他早年办厂，1988年开始到广州推销石材，后来在广州开门市部，从此打开“新世界”大门。

“很多人上门购买石头，我们也拿着样板走街串巷，哪里有工地就往哪里凑。”吴沛森把门市部推销形容为“行街仔”，跑工地，接石材单，也包揽装修。接了单，就打电话回厂，安排生产。广州著名建筑“六十三层”（即广东国际大厦），吴沛森曾在那里做过石材装饰工程。

那些石材门市部，如同云浮百里石材长廊撒出去的“满天星辰”。这构成了云浮石材独特产业生态——相比于国内其他石材产业基地，云浮更多地面向消费终端。

早期，石材门市部是石材厂的“业务延伸”；到2000年后，大多是“独立实体”。鼎盛时期，云浮在全国各地的石材门市部超3000家，其中省内约占九成，尤以珠三角地



### “我们自己搞”

曾锐坤一看到桃花红石材，心里就喜欢不已——要是把这种石材拉回自己厂生产，那得多好啊！

桃花红，是花岗岩，硬度、光度、色彩，都优于大理石。可是，花岗岩太硬了，大理石锯机是加工不了的。

当时，桃江县正在安装国外引进的花岗岩切割机，计划生产桃花红板材。但他们很警觉，实行了严格的保密措施，工厂不让参观，矿场都不让客商去——只让客商等着买成品。

别人笑我成疯癫，我笑他人看不穿。于是，厂方接待了特别热情的广东“山佬”客商——在桃江县，曾氏兄弟逢人就派“万宝路”香烟，各种套近乎拉关系，终于得以参观矿场和新工厂，并在“不经意”间拍摄了花岗岩切割机的照片。

当拿到照片那一刻，曾氏兄弟激动不已。

“我们不希望技术被限制、机械被限制，我们没有实力引进西方技术，就决定自己

搞、自己解决，我们相信别人能做得好，我们也能做得好。”回忆起当时的情景，时隔40多年，曾庆林脸上依稀重现当年的豪情。

在那个信息、通讯、市场都处于“蛮荒”阶段的时代，曾氏兄弟凭着一腔热血和一张照片，就敢到处寻找能仿制花岗岩切割机的厂家。

最终，在遥远的山东，博兴县机械厂接了他们的单。那是一家生产木材加工机械的厂家。用锯木头的设备去锯花岗岩，疯了！曾氏兄弟说，不就是在木头上装个圆盘锯嘛？这有什么难的？

看准了就要敢闯敢试！博兴县机械厂也被曾氏兄弟的诚意打动。

“我就守在机械厂，和厂里的技术员一起琢磨、一起钻研，不断催进度。”曾锐坤要忙着跑生意，曾庆林被“委以重任”，蹲守跟进设备生产。

经过一个多月的设计、制作、调试，设备终于生产出来了。曾庆林迫不及待地将其运回富林，设备装满了两台大卡车。

### 摸着真石头过河

的奇观。云浮石材产业的崛起，成为与“珠江三角洲模式”并提的“云浮模式”，被载入《广东改革开放史（1978-2018年）》。

早期的花岗岩石材厂，就左右两边一堵砖墙，杉皮房顶，像一个“介”字。厂房里装一台圆盘锯。夏天酷热，冬天寒风呼呼，但全年“热火朝天”。

“那时候办石厂，生产多少，就能卖多少。生意好做，云浮人排队去贵州都匀买‘大切’。”罗才，原是富林镇一名农机驾驶员，1986年他开办大理石厂，后来看到花岗岩红火，他东挪西借，筹集了13万元资金，去贵州都匀，买下了一台花岗岩圆盘锯。

大切，是云浮人对大型花岗岩圆盘锯的称呼。生机勃勃的市场，刺激了寻求国产装备的热情。

时代的共振带来了破局的力量。1986年，云浮县石料厂投产了一整套意大利的先进大理石生产设备，国营石材企业亦开始引进国外花岗岩切割机，各地相关行业

厂家纷纷前来云浮参观交流。

贵州都匀，凭借“三线建设”的丰厚家底，很快抓住了研发、生产大切的机会——20世纪八九十年代，都匀建新机械厂成为云浮大切的主供应商。云浮县农机二厂也能仿制大切，性能稍逊，但价格便宜一点。

那些年，多少云浮人在都匀这个深山小城里，双手抱着装满现金的旅行包，怀着忐忑和憧憬，等待下单、装货，奔赴创业路。

学习、借鉴、吸收、改良、创新，成为改革开放后我国工业化进程中的共同故事。到现在，云浮不仅有庞大的石材加工产业，也有配套较为完善的石材机械产业，能自主研发生产各类石材加工机械。

解决了设备问题，云浮人还到处寻找更优质的石材。曾锐坤在四川芦山买下“贵妃红”矿山，首开外地买矿先河。

1992年，党的十四大明确提出建立社会主义市场经济体制，云浮石材迎来新春天。那时，云浮石材人四处“求索”，中国

### 星辰与底座

区最为集中。

“石材门市，为云浮人创造了大量就业创业机会。”吴沛森做石材生意后，很快买了车，住上了更好的房，至今还记得在20世纪90年代初拥有的“大哥大”号码。

产业的浪潮，把更多人卷了进来。门市部一个电话打回云浮，找人“做石头”，昨天还在地里耕种的村民，今日便拎起一个“蛇皮袋”，塞几件旧衣服，带一台手提切边机，奔赴陌生城市。这三四十年，“放下锄头做装修”在云浮蔚然成风。城市不断延伸的天际线下，曾有无数云浮石材装修工的身影。

“云浮人做石头，手艺更好，更耐心细致。顺德人出名的‘挑剔’，但都认可我们的装修质量。”2026年3月，佛山市顺德区大良石材城，门市经营者叶汉强说。

石材城位于广珠公路边，马路上川流不息的车辆“呜呜”而过，石材城里石材切割打磨声此起彼伏，仿佛演奏着城市化进行曲。

这个石材城已经运转了20多年，有上百家云浮人经营的门市。叶汉强是云安石城人，门市部是他父亲叶桂林开办的。

叶桂林早已到退休年龄，但他依然每天到门市来，一点也不会觉得嘈杂。他家就在马路对面的小区。

“他们那一辈人勤劳惯了，闲不下来。”叶汉强说。去年，叶桂林做了心脏手术，才“消停”一点，之前还经常拿着手提切边机干活。

云浮散落在各地的石材门市布局大同小异：一台桥切机，若干工具，门店摆满石板材。两三个人，夫妻档或兄弟合伙，雇一两个切边装修工。

在顺德某小区的一套新房里，来自云安的装修师傅阿荣和三个搭档一起安装背景石。37厘米×270厘米的石板，重200多斤，四人齐心协力才能严丝合缝。手提切边机一响，石尘飞扬，身上全是白灰。所以他们偏爱皮面鞋，容易擦拭。

“最难的是接下来的背景墙两个弯角，

“两台车，包括我在内，每台车三个司机轮流开，几乎24小时不停地开，中途吃饭都是匆匆扒几口。”博兴到云浮，2000多公里，曾庆林硬是用两天两夜把设备运回云浮。

“时间就是金钱，效率就是生命”——这句经典口号，生动诠释广东那段激情燃烧的岁月。

1986年1月6日，云浮首条国产花岗岩生产线在文锋石料厂正式投产。当时云浮县委、县政府也被曾锐坤的创业精神打动，号召全县向文锋石料厂学习。

设备并不完美：刀头不耐用，最初日产量仅10平方米。他们继续改进。刀头不过关，就请国家地质部专家帮忙。

一个大山里出来的小经营者，敢直接去找国家部委。地质部的工程师们不禁竖起了大拇指：“广东人就是敢想敢干，有困难也不会放弃。”

另外，锯片太软，找河北唐山的钢铁厂；冷却液效果不佳，就找到中南大学解决。其间，零部件为尽快投入工厂使用，不惜空运——那个时代，坐过飞机的人都还寥寥无几。

云浮石材的创业史，充满了这种不畏山高路远、艰苦奋斗的故事。

红、桔红、阳江红、封开花、蒙古黑等成为畅销品种。近年网上被年轻人吐槽“老气”的广东省“省梯”（桔红花岗岩配蒙古黑套边），是那个时代风行华南的楼梯装饰经典作品，大部分就出自云浮石材人之手。

20世纪90年代后期起，进口高档石材成为新的风潮——西班牙米黄、莎安娜、白玉兰、金丝绿、印度红……云浮在中国加入世贸组织前就已大胆拥抱全球化。

云浮石材，汇入了“广货行天下”的滚滚洪流。

“选到自己满意的荒料，再辛苦也觉得心满意足。”宏益石材经营者陈永坚主营莎安娜，2020年前常去伊朗选石，八九小时飞机“屁股坐穿”。

海外“淘石”，是部分云浮石材人的执念。他们基本不会外语，在国外矿山拿着计算器按数字，比划着谈价钱。只要选到漂亮的石头，伊朗高原的日晒、巴西雨林的湿润、印度环境的不适，都毫不在意。

时至今日，云浮是全国花色门类最全的石材基地，很多石材都是云浮人命名的。经过40多年发展，沿国道324线云城、云安段，百里石材长廊名副其实。截至2025年底，云浮石材行业市场主体超7000家。

把握不准就装不好。”阿荣说。在他眼中，所谓手艺，都是手眼功夫，关键还是要达到业主满意。“不满意，拆了重装也要做到好。”

无论装修师傅，还是门市工，手上都有厚厚的老茧。让客户满意，是他们的基本“信条”，甚至他们不会计较这是粗重的体力活。

他们“最后的倔强”，是家里的洗手台、卫生间、厨房，一定要选择石材。

石厂老板、石工、门市商、装修工、石材机械商，织成了云浮石材产业的筋骨血脉。他们环环相扣，休戚与共。从业者约20万人，是云浮石材真正的“底座”。

新世纪后，竞争如潮。云浮面向终端的优势始终未失，而数以万计的门市商与装修工，是洪流中最坚实的砥柱。

从架起大切开工厂，到在广城街里安营扎寨——云浮石材人始终相信：“你有所做，我有我做；大有做大，小有小做。”

吃苦耐劳，只为干好认准的事；敢为人先，却不激进冒险；开拓进取，但不求大求全。这不仅是云浮石材人的特征，也是这座山城独特的“个性”。正如那双沾满粉尘的皮鞋——征途从未结束，弄潮仍在继续。