

## 行业首届极简音乐会风靡业界

本报讯 1月5日,由云浮市辉鹏陶瓷有限公司以及深圳基准声学科技有限公司共同举办的“2017 辉鹏企业新年极简音乐会”在维京瓷砖 26 小时生活馆举行。

本次极简音乐会特邀前广州交响乐团首席叶华生出席并演奏小提琴经典名曲,并由深圳基准声学科技有限公司进行音响设备的调试,音乐会上更特设高品质家居 HIFI 体验区,将现代简约风格家居与顶级家居 HIFI 音响进行结合,展现出现代人所渴望,所追求的生活方式——极简,时尚,舒适,质量。

同时,当代国际提琴制作大师吴祖亮、威士忌及柴烧收藏家陈昱霖、深圳基准声学科技有限公司黄娟娟等特邀嘉宾为在场来宾分享了提琴音响、威士忌、柴烧陶艺、家居音响的鉴赏知识,通过交流的形式让来宾了解如何听音乐,品美酒。

除了有好音乐之外,辉鹏企业更在音乐会上穿插了维京海盗元素,通过维京人角色扮演、寓意探索未来的签到沙盘以及维京文化展览区,展示出浓厚的维京海盗文化。并通过维京海盗懂得利用有限资源的生活方式呼应极简生活,同时展示出辉鹏企业所推崇的团结、拼搏的海盗精神,无惧竞争,无惧风浪。

(辉鹏)

## ICC 瓷砖：做市场潮流引领者

随着经济的高速发展,不论是生活方式,还是工作形态,都在发生着日新月异的变化,国际化已然大势所趋。各行各业都在引进国际化的血液,优化自身的资源、技术,陶瓷行业也不例外如是,或是购买国外的设计,或是吸纳国外的人才,都在用不同的方式为自己贴上国际化的标签,这是市场需求使然。因此,如源自北美、始于 1979 的 ICC 瓷砖,拥有纯正的国际化血统的品牌,自带光环的赢得了许多经销商的关注。

随着陶瓷行业黄金时代的远去,许多品牌开始回归产品,“卖什么”决定了经销商的盈亏存亡。所以,洞悉未来市场主流,成了众经销商决胜千里之外的关键! ICC 瓷砖连续三年权威发布国际瓷砖趋势,并一一得到市场验证,从木纹风到水泥风,从大规格到现代简约风格,ICC 已经名副其实的成为了市场潮流的引领者。

风潮涌现的同时,也总会滋生一些行业乱象,许多品牌纷纷闻风而动,相继推出市场上热卖的产品,加剧竞争。这让许多经销商的选择更加理性,可持续发展的路才能走得更加长远。大家把选择的目光聚焦到了拥有原创精神和原创实力的品牌。以国际、创新、差异化为品牌理念的 ICC 瓷砖,中国陶瓷总部基地展厅和中国陶瓷城总部旗舰店的惊艳亮相,震惊行业;每年系统化的推出趋势新品,更是一次次的为设计发声,为原创正名!

(高凡)

## 冠珠荣获“全国消费者喜爱品牌”荣誉

本报讯 1月5日,由腾讯主办、腾讯家居承办,以“数据链接·解码未来”为主题的 2017 中国家居产业移动互联网营销峰会暨年度品牌颁奖典礼上,冠珠陶瓷荣获“全国公益贡献品牌”、“全国消费者喜爱品牌”称号。

20 多年来,冠珠陶瓷积极参与社会各项公益事业,在品牌发展路上,冠珠陶瓷更是将爱心活动融入到品牌营销当中,联合经销商把冠珠的爱心传播到全国各地。

20 年来,冠珠陶瓷一直坚持以科技创新推进产品革新,“以质量为生命”保障产品品质。秉承工匠精神,每一片瓷砖都必须经过从原料到产品进库数百道工序的精细雕琢,数十项物理性能检测和表面效果把关,为全球消费者及采购商提供高品质的产品。

(冠珠)

## 罗曼缔克品牌广告 登录全国 16 大机场

本报讯 2017 年 1 月 13 日正式拉开春运帷幕,同时也是罗曼缔克企业全国 16 大机场广告全线上刊日。以一线城市广州白云国际机场(国内出发安检口)为首,涵盖全国一二线城市,西安咸阳机场、武汉天河机场、温州龙湾机场、哈尔滨太平国际机场、长春龙嘉机场、沈阳桃仙机场、福州长乐机场、青岛流亭国际机场、三亚凤凰机场、天津滨海机场、南京禄口机场、重庆江北机场、太原武宿机场以及南昌昌北国际机场、海口美兰机场。十六大城市机场出发厅齐头并进,全部独立式数码刷屏品牌广告,这将预示着罗曼缔克企业在行业内又将迈上一个全新的高度,打开国际化视野重新出发,打造出特色、时尚高端国际知名品牌。

(罗曼缔克)

# 宏宇集团“高温金彩釉面砖制备技术” 经鉴定达国际领先水平



领导嘉宾现场观摩高温金彩釉面砖。

本报讯 记者 杨李生 摄影报道 1月7日,宏宇集团“高温金彩釉面砖制备技术”研究开发”科技成果鉴定会在广东省佛山市石湾宾馆举行。

本次鉴定会由佛山市科技局组织召开,由佛山市科技局科技服务与管理科科长曹做宇担任组长,南海经济与科技促进局科技管理科邓荫恒担任副组长,并由华南理工大学饶平根教授、广东陶瓷协会陈振广高工、广东省科技情报所方秀文研究员、佛山市

陶瓷研究所乔富东高工、广东轻工职业技术学院毛瑞教授、佛山市出入境检验检疫局肖景红高工、广东省建筑卫生陶瓷研究院程晓勤高工等专家共同对该项目进行技术鉴定。

### 高温金彩釉面砖首次以高温色料为发色剂

“高温金彩釉面砖制备技术研究开发”项目由广东宏陶陶瓷有限公司、广东宏宇新型材料有限公司、广东宏

海陶瓷实业发展有限公司、广东宏威陶瓷实业有限公司共同完成,广东宏宇集团副总经理欧家瑞、市场总监王勇、瓷片厂厂长余国明、品管部经理卢广坚、市场部经理姚区、技术开发部经理王贵生等集团领导共同出席本次鉴定会。

余国明代表宏宇集团作项目研究报告、工作报告、查新报告、经济及社会效益报告、产品检验报告以及用户使用报告等汇报工作。余国明指出,金色因为具有富丽堂皇的装饰效果而受到消费者的追捧,目前市场上的仿金陶瓷产品没有良好的抗化学腐蚀能力,表面易氧化、变黑,装饰效果难以持久。

宏宇集团在研发中解决了金彩印刷釉和与之相匹配的釉面砖面釉的制备技术难点,研发出高温金彩釉面砖。该产品通过调节化学组成,获得呈色稳定的黄金色印花釉;同时调控釉面砖的组成以及印花釉与面釉之间的匹配,使产品表面生成不规则的粒状凸起,形成细小反射面,从而增强产品的金属光泽。其表面纹理与黄金相似,釉面不易氧化、硬度高、耐酸碱性能好、生产成本低,使金彩釉面砖进入普通消费者家庭成为可能。

据了解,高温金彩釉面砖是宏宇集团的又一创新力作,国内外尚未有

与之相似的技术成果及产品。同时,根据调研,高温金彩系列产品也获得了消费者的广泛认可,这也预示着该产品未来推广应用前景十分广阔。

### 高温金彩釉面砖技术鉴定达到“国际领先水平”

在听取余国明汇报后,专家鉴定委员会成员对高温金彩釉面砖进行了细致的研究探讨,一致给予该产品高度的肯定。专家委员会成员陈振广指出,宏宇集团高温金彩釉面砖产品的研发成功之处不仅表现在装饰效果上,而且该技术的突破解决了原仿金砖制备技术中使用金属材料工序繁琐、环境污染等问题,对节能减排工作起到了很大的作用。

最后,经专家委员会成员研究,“高温金彩釉面砖制备技术研究开发”科技成果符合鉴定要求,鉴定委员会一致鉴定认为该技术创新成果达“国际领先水平”,并建议加快该技术的应用推广和产品花色品种开发。

欧家瑞代表宏宇集团对专家委员会表示感谢,并表示未来将会继续创新。同时指出,创新是宏宇企业发展的动力,也是宏宇的企业文化,宏宇集团的创新动力来源于市场压力以及行业对宏宇集团创新能力的认识。未来,宏宇集团创新的步伐不会停止。

## 2017 年中陶城集团将致力于打造线上线下一互融平台

### ——中陶城集团 2017 新春媒体答谢会圆满落幕

本报讯 记者 陈嘉仪 报道 1月10日下午,由佛山中国陶瓷城集团(以下简称“中陶城”)主办的 2017 中陶城集团新春媒体答谢会在广东佛山中国陶瓷城五楼商务会议室圆满举行。

华夏中央广场总经理严锐军、中陶城集团品牌企划部总监张成伟以及 50 多家主流媒体代表出席了本次会议。

### 买家运营系统实现了对买家的精细化管理

张成伟作 2016 年中陶城集团重要运营工作回顾时表示,4月18-21日、10月18-21日举办的第 27、28 届佛山陶博会,两届会展参展商共计 1502 家,总客流 98159 人。

“中陶城基于线下陶博会,推出了线上陶博会和买家运营系统,2016 年两届线上陶博会顺利完成,全媒体播放展量 1.5 亿次,实现三展馆联动、

实景、航拍和 3D 地图室内导航系统、一键链接厂家功能,融入周边配套,更好地提升客商体验”。张成伟说道。

据了解,中陶城 2016 年推出了买家运营系统,实现了对佛山陶博会历届买家数据库精细化管理,有效进行精细化的广告推广和服务优化,并推出知识服务、新品测评、展会现场服务预定等功能,优化买家体验,进而增加买家粘性。

2016 年中国陶瓷城进一步丰富品类结构,增强体验;加强海外市场对接和拓展、设计师资源的整合和设计渠道的开发;增强中国陶瓷城作为佛山陶瓷文化传播和本地消费者购买的体验。而中国陶瓷总部则增强了佛山陶瓷总部作为总部的服务化功能,丰富园区生态;深入联动设计圈;整合多方资源,巩固产业聚集总部的高度。

此外,中国(淄博)陶瓷总部在 2016 年完善项目的上下游配套、增强中国(淄博)陶瓷总部作为江北陶瓷腹地的定位;华夏中央广场完成了一期项目的开发;常德东星家居广场在 2016 年已完成项目的全面开业,目前出租率达 96%,257 个商家品牌入驻,正式进入全面创新运营状态。

### 2017 年中陶城将打造互联网升级平台

据张成伟介绍,2017 年中陶城集团规划方向一方面是将致力于互联网化转型升级,打造线上线下相互融合的平台。在 2016 年中陶城集团已经组建了互联网中心,一些新的项目将在 2017 年陆续推出;另一方面,将继续推进佛山陶博会的各项升级,实现佛山陶博会的国际化、O2O 化、平台化。此外,中陶城集团将继续加大国

际方面、经销商渠道、设计师及工程渠道的推广和买家组织工作,强化中陶城集团平台交流作用。

中陶城集团一直在传递行业正能量,愿与同等价值观的媒体携手同行,整合平台资源以及媒体资源将正能量效果最大化。“中陶城集团建立了线上买家服务系统,重点打造为经销商、设计师群体的服务内容,愿意与各位媒体一起合作做内容资源共同运作;联合举办推动行业升级发展的活动;展会平台上帮助媒体宣传最大化,目前已搭建媒体直播平台,并将媒体区进一步优化,实现形象展示与直播间相互结合。”张成伟在介绍 2017 年中陶城集团与媒体合作的形式时说道。

最后,严锐军地介绍了华夏中央广场变化的新面貌以及建议主流媒体们能够在 2017 年传递更多正能量。

## 建球陶瓷签约进驻中国陶瓷总部

亩,人员达 500 余人,工厂目前有 4 条自动生产线;除了原有的主打产品线,接下来还会新增仿古砖系列并不断地延伸。“建球陶瓷这次与中国陶瓷总部的合作,相信可以达到双方共赢,实现公司长远的战略目标”。

紧接着,汤洁明在发言中表示,中国陶瓷总部在园区规划上不断强化园区产品格局,这次与建球陶瓷的合作可以弥补园区在外墙砖产品上的空缺,丰富园区产品品类并进一步提升工程师、设计师、经销商的选材体验。此外,中国陶瓷总部还融合总部经济、

陶瓷文化、创意生活为一体,创立集多元生态文化的陶醉天地,打造创意与陶文化体验的生活圈,为园区和陶瓷人建立一个交流平台。

“建球陶瓷在销售渠道发展方面会坚持外墙砖等核心产品走工程渠道,而新开发的仿古砖系列则走品牌经销路线,开发全国各地的经销商。在线上平台则会引入“互联网+”的营销方式,未来将针对年轻消费群体再开发,借助微信公众号平台做到线上引流,增加用户体验。”叶才泉在媒体群访环节中详细地说道。

建球陶瓷入驻的展厅位于中国陶瓷总部中区 B02,与中国陶瓷总部携手合作,聚势谋远,共创未来。据了解,佛山市建球陶瓷有限公司是以岑溪市新建球陶瓷有限公司为龙头组建的一家大型企业,专业生产“建球”牌瓷质外墙砖,并凭借优良的品质和完善的服务,赢得社会各界的赞誉,销售点遍布全国,是陶瓷外墙砖行业知名的骨干企业。而在产品开发上除了瓷质外墙砖、耐磨砖,还有超市砖、泳池砖、别墅砖等十多个系列,超千个花色的品种。

## 联创陶瓷与三莎瓷砖成立联合营销中心

瓷砖营销中心,并于 1 月 6 日在佛山市中国陶瓷总部新营销中心举行新闻发布会,广东中盛企业董事总经理何润垣、联创·三莎执行董事罗建成、联创·三莎总经理张健能一同向来自全国各地的经销商代表、媒体代表公布两大品牌资源整合情况和未来战略规划。

何润垣介绍,中盛企业成立于 1998 年,在陶瓷产品的生产、研发、品质上具备雄厚的实力,并且产品品质在业内也有口皆碑;而三莎瓷砖经过 5 年的发展,已经拥有布局完善的

销售网络,且在市场营销、新渠道建设方面拥有丰富的经验,两者资源优势整合后竞争力可以得到很好的提升。何润垣还表示,明年中盛企业将在网络渠道建设方面加大投入,为线下实体店引流,同时也鼓励经销商们积极开拓工装渠道。

罗建成根据中盛企业全品类的产品体系以及未来将主打瓷抛砖和通体大理石的产品战略,对联创陶瓷和三莎瓷砖两大品牌进行了重新定位。三莎瓷砖将走极柔、极简、新中式的风

格,联创走科技、时尚的风格,同时依托中盛集团强大的产品优势推出一些板面的设计和调整,使两个品牌具有适当的错位,在形象表达、VI 表达、家居风格表达也有所差别,对产品价格体系、渠道延伸等方面也将作出不同程度的调整。

联创·三莎总经理张健能对联创陶瓷和三莎瓷砖进行资源整合的发展模式寄予了高度的期望,同时也对联创·三莎未来的发展充满信心。

## 昊晟第一营销中心品牌副总经理竞选圆满落幕

本报讯 1月2日,广东昊晟陶瓷有限公司第一营销中心品牌副总经理竞选在昊晟第一商学院圆满落幕。广东昊晟陶瓷有限公司总经理杜湛权、财务总监罗燕清、第一营销中心总经理朱国亮、营销管理部总监梁淑濠、壹號品牌事业部总经理潘应龙、新濠

品牌事业部总经理柯寓国作为评审参与本次会议。大会采用公开竞聘上岗的方式选拔人才,经过多方面的综合评选,最终由王胜当选新濠品牌事业部副总经理、陈华辉当选壹號品牌事业部副总经理。

据了解,大会为更综合地考核竞

聘者,除了对竞聘者进行严格的前期选拔,还采取评审团评分和第一营销中心全体人员投票相结合的方式考核,切实让竞选做到“公平、公正、公开”。会上,朱国亮提道:“此次品牌副总竞选的考核角度多样,是为了从工作能力、个人魅力等多方面对竞

聘者进行全面的考核,从而挑选出更适合品牌副总岗位的人选。”

杜湛权表示,随着昊晟企业平台的发展和队伍的壮大,会有越来越多的机会让大家施展所长,让大家在昊晟企业这个平台上逐步实现自己的目标与梦想。

(昊晟)