

新会宏陶赢得开年红

本报讯 3月19日,乍暖还寒之季,广东新会碧桂园凤凰国际酒店门前鼓声震天,美女仪仗队排成两排,笑迎广大业主。一场家装界的盛会——“开年大放价联盟会”正式开锣,本次联盟云集了宏陶陶瓷、雷士照明等各大家居建材品牌。

活动开始前半个小时,约500多名顾客便齐聚现场,座无虚席。宏陶陶瓷展现了超高的吸引力,展位内人头涌动,客流不断。联盟会为了答谢消费者的热情,特别提供多重优惠,让现场消费者得到最大实惠。据了解,业主现场回答主办方提问,即可获得精美礼品一份,前200名下单的业主,还可以参与红包大抽奖及丰富大礼包。

下午一点半,砍价会正式开始,宏陶陶瓷作为第八个上台砍价的商家,掀起了本次活动的第二波高潮。厂家代表与砍价师斗智斗勇,你来我往,精彩绝伦,引得台下的业主一阵叫好。最终,新会宏陶以优异的好成绩,赢得了新春开年红。

新会宏陶负责人表示,还有更多客户争先恐后到经销商店面选购。这次活动的圆满成功,让他们更加坚信2017年将是宏陶收获的一年。宏陶陶瓷将不忘初心,用更真诚的服务、更优质的产品回馈广大消费者。(宏陶)

惠达磁砖携手零点乐队激情唱响济南

本报讯 2017年3月19日,济南园博园山东馆。为庆祝惠达成立35周年,同时为感谢广大消费者一直以来对惠达的支持与信赖,特举办本次惠达“惠动中国·315开门红”全国联动促销活动,同时也邀请到了摇滚天团零点乐队到场助阵。

惠达磁砖开创40大营销时代,“巨星星光音乐节”全年主题活动唱响全国,惠达磁砖全国发出统一声音,传播正能量,全国30个省300个城市30000名业主共同参与,终端消费者一片沸腾,打响了2017第一炮!“惠动中国”空前盛况,感谢所有业主朋友大力支持,惠达磁砖将一如继往为业主顾客们提供一流的产品、一流的服务与强力度消费附加值,始终以实际行动维护消费者利益。(惠达)

威廉顿摩卡金：源自意大利的优雅情怀

欧洲人非常喜欢摩卡咖啡,并一直将其作为一种消耗性的奢侈品。摩卡咖啡豆之所以如此受欢迎,是因为其丰富的口感。红酒的香味、狂野味、干果味、蓝莓、葡萄、肉桂、烟草、甜香料、原木味,甚至还有巧克力味。

威廉顿陶瓷新品摩卡金灵感来源于最古老的咖啡,摩卡咖啡。在香浓划过味蕾的瞬间,灵感骤然爆发。左手拿捏高贵,右手揉合细腻,用温馨、舒适穿插其中,缝制成奢而不俗,绮丽而不造作的惊世之作。绚彩的色调,在层次多变的肌理中,散发自然高贵的气息,让人一见倾心。

摩卡金将香甜和苦涩的味道交相融合,其漩涡般的纹理逼真生动,质感细腻、丝滑动感,造就一个温馨而浪漫的空间,散发出独特的艺术魅力。

大理石瓷砖“摩卡金”表面光泽柔美,兼具层次感与立体感。浅黄、浅褐、深黄、深褐相交而成,色彩柔和,自然逼真,纹理细腻更胜于天然石材。浑厚的天然气息不乏现代美感,营造出雅致而高尚的情怀。(贺冰心)

博德荣获恒大“战略合作伙伴”荣誉

本报讯 2017年3月22日,博德精工建材战略合作伙伴——恒大集团隆重召开恒大集团2017年度战略合作伙伴高层峰会。广东博德精工建材有限公司董事长兼总经理叶荣恒应邀出席大会。在会上,博德公司喜获“优秀战略合作伙伴”荣誉,继荣获2014年度、2015年度“恒大集团优秀供应商”称号之后,广东博德精工建材有限公司再次获得恒大集团的认可!

作为恒大材料公司的战略合作伙伴,博德公司自2011年与恒大建立起良好的合作伙伴关系以来,迄今已有6年时间,工程案例让人瞩目:沈阳恒大绿洲、洛阳恒大绿洲、郑州恒大山水城、铜陵恒大绿洲、上海恒大威尼斯等,双方合作项目由2011年的100多个到现在的300多个。

博德公司与恒大集团的合作关系并不只是瓷砖供应商,作为恒大生态链的合作伙伴之一,博德公司更是联手恒大足球俱乐部在业内刮起一股足球旋,组织博德终端业主以及优秀设计师亲临恒大淘宝队赛事现场,近距离感受冠军风采。同时,博德千万级打造品牌广告强势登陆赛场主题LED屏幕,所到之处,无不引起轰动。

博德公司与恒大集团从2011年战略合作至今,走过了6年携手共进的美好日子。一荣俱荣,恒大前景广阔,不可限量!面对与恒大美好、长久的合作前景,博德公司将从大局出发,本着互惠互利、互帮互助的诚意通力合作,与恒大同心同德同前行。(吕丽霞)

新润成“新”通体大理石瓷砖旷世而出

本报讯 纪录是用来打破的,历史是用来创造的!正如新润成“新”通体大理石瓷砖,新物种,新工艺,2017年3月16日旷世而出!集合新技术、新物种、新规范、新质感、新品性于一身,重构大理石新生态。

自2015年通体大理石瓷砖品类出现以来,凭借其逼真的纹理效果,受到越来越多的消费者青睐。据不完全统计,生产通体大理石瓷砖的品牌已超100个。然而,在众多的品牌当中,并不是每家都具有过硬的技术,能做到大理石逼真的纹理、色彩和质感。

在通体大理石瓷砖这两年的预热

期,新润成陶瓷并没有急于推出产品试水,而是全心研究,在技术和工艺上取得新的突破,首创“新”通体大理石瓷砖!

据悉,“新”通体大理石瓷砖运用的工艺技术,与大理石瓷砖有着本质的区别,主要表现在“真芯”通体,“1:1:1”定制世界名石和凹凸釉+N层叠釉的全新技术上,对比上一代大理石瓷砖“一石N面”、“一石N亮”取得突破性的升级,堪称“全新物种”。

全新技术“真芯”通体工艺,通过720°立体超精细布料和润·3D高清喷墨印刷,实现大理石瓷砖由表及里的

全通体纹理;脉理层次、颜色光泽1:1还原天然大理石,坯釉纹理完美融合,无论拉槽、倒角、磨边等都运用自如,整体装饰效果更逼真,更自然。

“1:1:1”即1:1定制通体坯和1:1定制世界名石纹理和质感。通过对每一款花色纹理都定制专属通体坯,真正做到专款专用,一砖一坯;将世界珍稀名贵天然大理石的纹理和质感1:1定制复刻,呈现1:1:1无限接近天然大理石的惊世效果。

非常规的900×900mm规格,更大更逼真,更好加工运用;“一石N面”技术新升级,更多面更好表现,随机混

铺、不规则图案造型、多面一体连贯铺贴等,均有出众效果,有型有范,大不一样。

质感新升级!采用凹凸釉、剥开釉、闪光釉等多种效果釉叠加技术,极大地还原了天然大理石的裂纹和凹凸效果,拥有石材光、腊光、绸光、凹凸等多种表面效果,微细纹理、凹凸立体,触感极细腻,质感醇厚温润,同时提升整体层次感。

同时,新品加入“超晶粒子”,物化性能更胜一筹,密度高,硬度高,耐磨性强,抗污性强,遇水更防滑,日常易打理,适用范围更广。(新润成)

ICC 瓷砖全国经销商大会在杭州召开



图为大会现场。

本报讯 3月18日-21日,“北美视界·驭势前行”——2017 ICC瓷砖全国经销商大会在烟雨朦胧的杭州隆重召开,ICC瓷砖总部领导及全国各地经销商一同参与盛会,见证ICC的全新

面貌!

ICC瓷砖总经理汉贝托、ICC瓷砖副总经理兼国内营销总经理区波成、北美ICC空间设计总监萨乌、ICC瓷砖产品研发总监塞巴斯蒂安等领导

悉数出席了此次会议。

会上,ICC瓷砖总经理汉贝托向与会嘉宾展示了未来的趋势方向,并阐述了ICC瓷砖对新一年度的蓝图及规划,除了对趋势的把握,未来更需要驾驭趋势,不断前行。汉贝托说:“这只是我们登顶旅程的开始,只要我们在一起坚定不移,绝对没有做不到的事情。”

随后,ICC瓷砖副总经理兼国内营销总经理区波成成为在座经销商带来ICC瓷砖的营销策略解读,分析了如今的市场格局,从活动、渠道、心态、管理、营销目标等方面作了详细解读并指出未来努力的方向,大大增强了经销商的信心。

ICC瓷砖市场部经理吴凯怡女士还向大家阐述了品牌升级系统及推广渠道,东道主杭州ICC总经理肖飞更是带来了实战下的经验分享。除此之外,大会还特地聘请了建材营销培训专家给大家上了受益匪浅的一课,会议最后,ICC瓷砖审计中心市场监测员晏铭强调了市场环境健康及监督的重要性。

在本次经销商大会期间,大会特地组织来自全国各地的经销商一同参观了杭州ICC的三个店面,包括:新时代家居生活广场店、佳好佳居饰商城店、大都会建材城店,它们坐落在最优质的卖场,占据了最好的店面位置,以最佳的市场布局,打造出省会城市新局面。

2017年,ICC瓷砖以全新的品牌视觉系统对外,通过将北美三原色“北美蓝、中国红、创意白”应用到品牌形象及各方面宣传当中,统一并升级了ICC瓷砖的形象调性,在视觉感官上加深了品牌烙印。此次经销商大会,无论是在流程物料,还是场地布置,品牌视觉融汇到方方面面。

ICC瓷砖这些年来发展迅速,并逐渐成为行业创新的领导者,在全国各地的影响力日益提高,这不仅是总部的付出,更是得益于与会每一位经销商的用心和努力,为了表示对每一位合作伙伴的感谢,大会特地设置了优秀表彰及抽奖互动,现场气氛无比热烈。(ICC)

例外瓷砖:新复古瓷砖倡导者

该公司负责人指出,产品每个系列都有相配套产品,并且都有大量库存,设计搭配丰富多样,可满足大部分设计师的铺贴要求。在釉料用材方面选择的是进口品牌卡罗比亚,这样使得产品色泽层次感更强,达到了颜面生辉的效果。“我们坚持打造中高档个性仿古砖,让消费者享受休闲生活。产品面向的目标消费群体一般是经济比较稳定且追求生活品位,注重生活品质的中、高级白领中高薪阶层。”

该公司负责人对于行业大环境以及企业自身实际情况表示,广东佛山是远近闻名的陶瓷之都,所谓“广东归来不看瓷”,广东佛山是陶瓷企业扎堆的地方,中国大部分瓷砖品牌都在广东佛山,但也有不少品牌打着广东生产的旗号实际却是福建、山东的砖;例外瓷砖

有专业生产仿古砖的工艺设备,从品质到货源都能得到保障。

例外瓷砖在保证品质、包装及服务的同时对产品进行了合理的定价,采用高品质低价位的方式尽量让经销商获取最大的利益。仿古砖市场需求越来越大,仿古砖品牌越来越多地涌现在终端市场,部分商家在追逐销量却忽略了品质的保障,经销商的运营成本越来越高,面对同质化严重的产品,利润相对来说就越来越薄。

处于微利时代,例外瓷砖结合市场做了大量的工程产品,补充了家装产品做不了工地的空白缺口,同时也可以参与定制,不单单只私人定制落户于家装也落户于工装,满足所有的个性化差异化设计需求。该公司作为新复古瓷砖倡导者,一直秉承“不个性,无例外”的理

念,坚持打造个性仿古,不断提高审美品位和设计理念,真正做到满足年轻一代消费者品质与设计的双重需求。

“2017年,新产品研发是跟意大利资深瓷砖设计机构合作,结合了广大设计师及产品应用的意见而生产出来的,同时也预测了当前市场流行趋势,目前公司主要还是以“个性仿古,打造休闲生活”为核心进行经营。该公司负责人认为,设计对企业有着积极的推动作用,例外瓷砖一直在努力寻找良机与优秀的设计师展开合作,与设计师保持密切的合作,希望提供了大量的、不同款式、花色的产品,给消费者带来了高品质的生活享受。在今后的发展中,例外瓷砖将与设计师结盟以及达成充分合作。(本报记者 陈嘉仪)

冠珠陶瓷新品推广会暨风水讲座圆满成功

本报讯 安徽阜阳,历史悠久,文化底蕴深厚,从古至今人文蔚盛。3月11日,阜阳冠珠陶瓷“上风上水,真石真艺”风水大师结合新品推广活动拉开帷幕,在阜阳金盛美居建材广场隆重举行。活动特别邀请了台湾皇极派风水第28代传人——秦阳明先生,为到场嘉宾解读了中国风水家居文化,探索了家

居风水布局的奥秘。

当天活动现场座无虚席,现场还精心为嘉宾准备了精美风水挂件礼品,更有古筝美女抚琴弹奏,可谓古韵十足。活动中,风水大师秦阳明不仅结合小区楼盘地段、建筑户型构造等特点,为现场嘉宾深度解析现代家居风水的奥秘、论道人生玄机,现场解说家居风水布局

等,同时还接受嘉宾业主关于风水问题咨询,并为其中的三位幸运嘉宾量身打造自家家居风水布局,现场氛围热烈。现场抽取红包环节更是将活动推向高潮。

据悉,此次活动店面成交数量达300多单!在拉近冠珠陶瓷与业主朋友们关系的同时,也在大提升了冠珠陶瓷

在阜阳地区的品牌影响力。阜阳冠珠营销中心负责人表示,今后将定期组织更多的活动,力求把最好的产品带给消费者,让家乡父老们享受更多的优惠政策,真正地做到让业主朋友们乘兴而来,满载而归。(冠珠)

2017“壹號杯”室内设计邀请赛(青岛站)正式启动

本报讯 3月20日,壹號大理石瓷砖青岛店开业庆典暨2017“壹號杯”室内设计邀请赛(青岛站)启动礼在美丽的海滨城市青岛黄岛希尔顿酒店举行。此次活动由青岛壹號大理石瓷砖联合“中国设计力量(山东)”及“青岛建材装饰商会设计中心”联合主办,本次活动旨在聚集精英设计师,为青岛广大业主带来一系列的设计理念和人居艺术分享,在设计与交流之间,创作出具有高品质的室内设计作品,挖掘最具潜力的新锐设计师,并进一步引发参与和沟通,弘扬中国设计力量,用设计点亮

生活,用瓷砖赞美空间。

广东壹号陶瓷有限公司营销总经理潘应龙,产品研发设计总监陈日志,青岛壹號會董事长姜绍山,青岛壹號會总经理傅念林,中国设计力量(山东)会长于国华,青岛建材装饰商会设计中心会长尹先进,著名画家黄于纲以及200多位青岛市室内设计精英出席此次盛会。

活动当日,现场200多位设计师和设计师协会机构嘉宾对“壹號杯”赞不绝口,青岛建材装饰商会设计中心会长尹先进表示,“壹號杯”将不仅是设计学

术团体交流切磋的平台,也是青岛市室内设计行业蓬勃发展的体现,希望将来青岛市能多几个像壹號这样追求品质生活,打造设计师与业主交流平台,对推进青岛设计发展有责任、有担当的建材商。

壹號大理石瓷砖在此次盛会上展出了主题为“自然而然”的系列大理石瓷砖产品,通过运用水刀切割加工将产品做成活灵活现的麋鹿,结合冬日恋歌森林系布景,宛如宫崎骏《幽灵公主》上的鹿神和《白雪公主与猎人》中生命之灵鹿中穿梭于丛林当中,“这个设计体

现了我们壹號大理石瓷砖源于自然的设计初衷。”壹號黄岛营销中心营销总经理郝德喜如是说。近些年,室内设计简约、轻奢、自然的装饰风格逐渐流行,壹號大理石瓷砖的产品设计风向与其不谋而合。

据悉,壹號大理石瓷砖在此次盛会上别具匠心的产品展示引得与会设计师驻足观赏,得到了设计师一致好评,“壹號大理石瓷砖竟然与天然石材的相似度这么高,我还真的分不出来”。

(冯江萍)