

九方辉鹏企业第六期品质生活月活动走进“多肉王国”

本报讯 记者王佳华报道 4月5日下午,广东佛山,一场别开生面的活动在维京瓷砖26小时生活馆二楼拉开帷幕——在九方辉鹏陶瓷企业第六期品质生活月活动“多肉联萌”,一大批萌萌的多肉植物萌动来袭,为参加此次活动的九方辉鹏陶瓷企业员工、媒体代表营造了一个充满趣味的休闲时刻。

“生活中的美绝不仅限于47英寸或是52英寸屏幕大小的空间,和这些萌物们一起感受生命的律动,我们期待有品质的生活,分享不一样的生活态度”。九方辉鹏企业品质生活月活动负责人介绍了举办此次活动的目的。据悉,“多肉联萌”是九方辉鹏陶瓷企业继“品味咖啡、品味生活”、“cups song”杯之歌、“解密自己的色彩”等系列主题活动之后又一次举办的品质生活月活动。旨在放松、丰富员工的内部生活,凝聚员工的向心力,在提高员工生活品质的同时,也丰富了企业文化的内涵:要专注工作更要关注生活。

活动现场,不少员工分享了自己作为“植物杀手”的经历,颇有趣味。此次活动还邀请了九方辉鹏陶瓷企业多肉达人王珂分享了“懒人植物”多肉的种植经验,以及在养花种木这方面的心得体会。活动中,还设立了问答互动环节,借此普及了一些关于植物学的相关知识,让在场的多肉植物爱好者对这些萌物的生长习性有了一定了解。

当日下午,参加此次品质月活动的多肉植物爱好者还现场认领了自己喜欢的多肉植物,王珂还对多肉植物的种植进行了现场教学。在充满欢声笑语的愉悦氛围中,九方辉鹏陶瓷企业第六期品质生活月活动“多肉联萌”落下帷幕。

卡布奇诺终端训练营圆满结束

本报讯 3月28日-3月31日,卡布奇诺瓷砖终端销售精英训练营在佛山举行,来自北京、上海、江苏、浙江、湖南等区域的销售精英一起学习专业设计软件,探讨水泥砖的搭配技巧。

卡布奇诺瓷砖产品各有独特个性,在终端销售中,总部要求每一位销售精英都要为顾客提供专业的设计服务。因此本期训练营中最核心的内容就是设计软件的学习。

卡布奇诺瓷砖(中国区)总经理李志斌亲临活动现场,与各位销售精英探讨水泥砖在终端市场的发展前景,了解各区域销售情况。

在作品评选环节,为了保证公平、公正、公开的评审原则,本次活动由现场选出的10名志愿者作为评委,为作品评价打分。经过评定,最终决出三名优胜奖。据了解,除了每期训练营会对学员作品进行评选奖励外,卡布奇诺还会对各区域优秀案例进行评审。日常销售工作中创作的卡布奇诺瓷砖实用案例,均有机会赢得优秀设计奖等奖项。(梁晓珊)

大唐合盛瓷砖斩获两大殊荣

本报讯 4月2日下午,由中国陶瓷工业协会营销分会主办的2017年度中国陶瓷卫浴十大品牌颁奖典礼在佛山中欧国际会议中心隆重举行。作为陶瓷一线品牌的大唐合盛瓷砖,凭借强劲的实力,一举夺得“陶瓷十大品牌”、“通体大理石瓷砖领军品牌”称号。

近年来,大唐合盛瓷砖凭借其雄厚的品牌实力、优质的服务与优良的产品,深受广大设计师和消费者的喜爱,并为企业赢得了在业内遥遥领先的美誉度和市场知名度。2016年,由ABAS评价体系专家委员会、亚洲品牌研究院及亚洲品牌评价中心联合评估,大唐合盛瓷砖品牌价值达96.43亿元,更是凭借此优异成绩第四次跻身亚洲品牌500强。这表示大唐合盛瓷砖在市场表现、发展潜力、质量水平、效益水平等方面均有卓越的表现。2017年度中国陶瓷卫浴十大品牌榜,大唐合盛瓷砖以绝对的优势荣获“陶瓷十大品牌”称号,又为大唐合盛瓷砖的荣誉榜上增添了亮丽的一笔。

在产品研发上,大唐合盛瓷砖亦不断推陈出新,2016年推出的“本色系列”通体大理石瓷砖,实现瓷砖产品肌理的立体延伸,表里如一。本色系列通体大理石瓷砖新品研发的创意,源于中国神话故事《女娲补天》,本色系列的诞生凝聚了文化内涵、技术升级、材料组合及炉火的淬炼,将最美的产品呈现给广大消费者。此次夺得“通体大理石瓷砖领军品牌”称号,可谓实至名归。(廖元玉)

新润成现代仿古砖即将全面亮相

本报讯 以黑白灰为主调的现代仿古砖在国外可以说是当仁不让的主角,一直都很流行。而意大利博洛尼亚展每年的流行元素都离不开现代仿古砖的身影,毫不夸张地说,现代仿古砖俨然是“国际范”。然而,现代仿古砖近两年才开始在国内兴起,并渐为市场熟知和追捧,一时间,各大企业纷纷推出现代仿古砖品类或品牌,风头一时无两,堪称今年行业的“当红炸子鸡”。

2017年4月,新润成陶瓷经过近1

年筹备的现代仿古砖产品即将全面亮相。据悉,为了更好地推广这一全新品类,抢占市场地位,新润成领导非常重视,从战略定位到产品规划,到工艺创新,再到展示设计、产品应用等方面都一一深度参与,并与行业顶尖的产品全案公司合作,合力为行业献上原创工艺产品,为消费者打造真正具有品牌特色并符合现代家居装饰的现代艺术仿古砖。

新润成品牌经理麦冠快向记者介绍,此次新润成对现代仿古砖的投入非

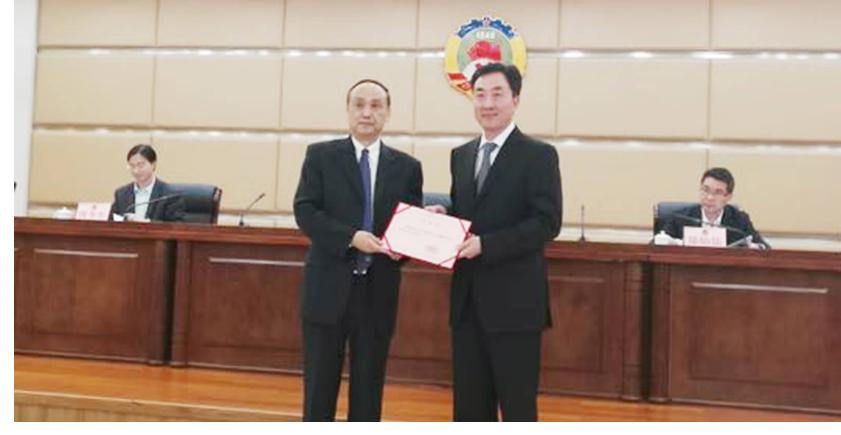
常大,也寄予了很大的期望,特别策划以新品牌的方式推出市场,这将是新润成又一实力见证,可见其定位。定位于“现代艺术仿古”的新品牌“新润成·帕诺特”现代仿古砖,品牌源自英文Palette,是艺术家和设计大师创作中不可或缺的灵感调色板,寓意品牌及产品的独特艺术性与创造能力。“新润成·帕诺特”将瞄准80、90后的家装主力市场,深耕国内设计师渠道并甄选高质量的区域经销商,共同打造现代仿古砖领

导品牌。

日前,新润成已全面启动现代仿古砖的宣传预热,包括:与佛山电台FM924强强联手,在4月至6月的黄金路况栏目新鲜发声;在京珠、佛开、深汕等多条国内主要高速重磅投放广告……

另悉,新润成全新现代仿古砖总部展厅也将于4月份华丽绽放,全国招商活动已经火热进行,并已签约多个重点市场代理,终端专卖店也正紧锣密鼓地建设中。(新润成)

欧神诺董事长鲍杰军当选政协第十二届佛山市委员会经济科技委员会副主任



本报讯 日前,在佛山市政协第十二届常委会上,欧神诺陶瓷董事长鲍杰军被推选为委员会经济科技委员会副主任,将为佛山市经济科技发展出谋划策,提供咨询顾问,承担积极的社会责任。

多年以来,鲍杰军在经营企业之余,倾注大量时间和精力于领导佛山市江西商会的健康有序发展。经过六年的用心经营,佛山市江西商会已成为广东省民政厅授予的五星级商会组织,拥有独立的赣商大厦等固定资产,团结和凝聚了在佛山发展的诸多江西籍企业

家,形成了广泛的影响和美誉度。

2017年初,佛山市总商会提名鲍杰军为新一届佛山市政协委员,2017年1月11日,佛山市政协十二届一次会议举行了选举大会,鲍杰军当选为新一届市政协常务委员。如今,他又当选为委员会经济科技委员会副主任,充分显示了佛山市市委市政府和政协领导对鲍杰军的高度肯定。对此,鲍杰军表示,将不负重托,认真履行政治协商、民主监督、参政议政的职能,服务改革发展,推动民生建设,为全面推动佛山市经济社会发展作出工商界应有的积极贡献。(欧神诺)

萨米特筑爱公益掀起全民酷跑潮

本报讯 2017年2月28日,萨米特“心动中国·S行动”第三季全国联动在佛山华夏陶瓷博览城拉开帷幕。在历经了一个多月的精心筹备后,这场横跨全国8大区域、29省、521城、3000家门店参与的全民公益酷跑活动,从2月28日佛山站开始,相继于重庆、长沙迅速席卷各地。经过萨米特全体营销将士和协同部门人员20多天齐心协力的终端奋战,萨米特最终以超高的人气、超强的执行力以110%的任务完成率顺利达成目标,再创新的辉煌!

三城启动,共襄盛举

本次全国联动以“挑战中国公益心·万人酷跑”为主题,从佛山总部2月28日的酷跑活动开启,继而分别于3月19日的重庆、3月26日的湖南长沙再次刮起了全民酷跑活动热潮。

在佛山总部启动仪式中,新明珠集

团第二营销中心总经理、萨米特品牌总经理赵宇表示,2017年是萨米特品牌形象升级的元年,此次全国联动第三季,无论是从产品结构、团队打造,还是品牌营销等方面,都做出了前所未有的新变化。此次萨米特全国联动在全国三大城市(佛山、重庆、长沙)推出“挑战中国公益心·万人酷跑等你应战”大型公益体育营销活动,利用新式体育营销,将运动与公益作为流传诉求,建立用户与品牌间的紧密联系,输出品牌正能量,深化了品牌认知度。

在重庆,这场倡导低碳环保生活方式的公益酷跑活动迅速吸引了无数人的积极响应和参与,在活动中,结合当地特色的变脸表演和精彩的歌舞节目,让大家在健身之余又充分领略到重庆的特色风情。在长沙活动中,风景秀美的岳麓山的酷跑路线,让所有参与人员真正体验了一场为爱出发、快乐前行的

运动营销,而新颖的AR实景抢红包、以及网红直播的方式,则让大家充分感受到了新媒体的互动和萨米特年轻而时尚的品牌魅力。

健康绿色的公益活动和别具一格的娱乐精神,让本次活动迅速在全国各地得到热烈反响,有效聚集了终端目标消费者,为活动的开展集聚了高涨的话题关注度。三个重大城市的分阶段启动,也为这场盛举不断刷新汇集人气,为活动宣传的可持续性制造新的沸点。

品牌升级,战略创新

2016年萨米特品牌形象全面升级,新的品牌形象更简约、时尚、年轻,更接近国际化风格。2017年,则是萨米特品牌形象升级的元年,此次全国联动结合萨米特新的品牌形象,从消费者的角度出发,加强与终端的沟通互动,通过产品、营销、服务方面的创新,全面提升

整体的运营能力和品牌统筹能力,真正为消费者营造极致的体验式服务。从更深的层面来看,此次全国联动不仅是一场促销活动,更是品牌创新营销的元年,也是品牌发展的里程碑。

在这场全民参与的大型营销盛举中,萨米特以积极健康、绿色环保的方式,在全国范围掀起了一场大型公益活动。这是萨米特品牌形象升级,对于“回归自然·超越生活”的品牌理念的最好诠释。这场活动,不仅仅是单纯酷跑活动的起跑,还是萨米特2017年品牌营销创新的起跑。注重创新营销理念,注重与主流年轻消费群体的交流沟通,满足消费者对产品品质的追求,满足消费者在家居人文精神层面的新需求,这是萨米特紧跟时代发展趋势的全新体现,相信萨米特在品牌营销文化上的创新必将再次带来新的惊喜!(袁伟)

“Think Big 设计视界·ID&ICC 封面人物灵感沙龙”即将开启

本报讯 为灵感汇聚奇思妙想,为创意插上天马行空的翅膀。ICC瓷砖“Think Big 设计视界·中国室内设计封面人物灵感沙龙”年度盛典序幕,思维盛宴,即将开启!

据了解,“封面人物”是由中国建筑学会室内设计分会(CIID)、美国《室内设计》于2005年共同创立的年度奖项,旨在表彰本年度室内设计界的优秀

设计师。“封面人物”活动已连续成功举办十二届,十多年来,已为多位杰出设计师加冕。其中为人熟知的陈德坚、琚宾、孙建亚、曾林文、潘鸿彬……

自2014年开始,ICC瓷砖一直冠名并支持“封面人物活动”,除了每年12月在广州国际设计周颁奖典礼上,12位年度设计封面人物星光熠熠的聚会外,全年更在国内多个城市举办设计沙龙活

动,封面人物与各地设计师进行交流,把最前沿的瓷砖趋势与设计灵感带到每个地方,为全国设计师打造高端设计交流平台。三年来,杭州、上海、常州、成都、石家庄、西安、厦门、大同、珠海、广州等地接近20场全国活动。

精彩仍在继续,2017年,ICC瓷砖继续为全国设计师带来非凡的思维盛宴——“Think Big 设计视界·中国室

内设计封面人物灵感沙龙”,4月份,乌鲁木齐、长沙、福州三大城市率先开启。此外,杭州、昆明、西宁、常州、太原等多地设计师沙龙也将陆续举行。

着力原创,激发设计师灵感,ICC瓷砖自成立以来不仅为中国消费者提供最好的瓷砖,同时还打破思维界限,以瓷砖设计突破空间设计,4月份,ICC瓷砖年度灵感盛宴即将开启。(ICC)

“菲尔顿·非仿古电影汇”如约上演

本报讯 3月30日,佛山南庄,陶瓷人最常聚的某星级影城内,“菲尔顿·非仿古电影汇”再度如约华丽上演,伴着《美女与野兽》的经典音乐,佛山建陶业界又一次地“嗨皮”起来。众多电影“发烧友”携同一家老少齐参与,现场气氛异常热烈。这是继3月24日《金刚·骷髅岛》后,主办方菲尔顿瓷砖为大家呈上的又一场盛宴,并迅速成为业界话题中心。

为什么有“非仿古电影汇”的出现?据菲尔顿瓷砖的负责人介绍,随着现代

节奏的日益加快,人们生活方式开始趋向于追逐社会大文化的发展方向。与此同时,互联网的快速更新,让各种时尚文化如服装展、茶会、沙龙、电影等大行其道,深受年轻一代的追捧,并成为当今年轻人休闲娱乐的生活方式之一。菲尔顿瓷砖所提出的“非仿古”,既代表了一种产品要求,更代表了一种自由自主的生活态度和生活理念,透视着新鲜族群对生活的内心需求。

此前,菲尔顿瓷砖已经操作过各种

极有意义的文化活动,如羽毛球交流赛、名茶鉴赏会,吸引了无数同行的关注,今天所推出的“非仿古电影汇”,则把社会主流文化与企业文化相结合,让广大受众在“非仿古式”文化中,受惠无穷。

据悉,这已是菲尔顿瓷砖第二次推出的“非仿古电影汇”免费送电影票活动。这两次电影汇,都挑选了时下最热门、最火爆的电影——《金刚·骷髅岛》和《美女与野兽》,恰好迎合了时下年轻人的观看口味。现场人满为患,还没开

场就聚集了大量的影迷。

“菲尔顿·非仿古电影汇”的举办不断赢得各方关注和好评,趁着活动的余温菲尔顿也将陆续推出更多的活动。据悉,第三波“非仿古电影汇”基本已经敲定,还是最鲜活最有吸引力的大制作电影,比如时下炒得正红的《速8》。未来,菲尔顿的非仿古还将结合各种不同的文化形式出现,并以多种形式渗透进人们生活,让菲尔顿的文化丰富人们的每一天。(菲尔顿)

汇亚磁砖“真石8代·通体大理石”获封“年度优秀产品”

本报讯 3月28日,“第13届中国陶瓷行业新锐榜”颁奖典礼于佛山新媒体产业园举办,汇亚磁砖作为入围企业出席了这场颁奖典礼。

在颁奖典礼上,150余家企业角逐337个奖项,创下历史之最,共评选出16类奖项,汇亚磁砖“真石8代·通体大理石”系列凭借产品创新和研发、效果突破、质量保证上的强大竞争力,不负众望斩获第13届中国陶瓷行业新锐榜“年度优秀产品”的荣誉称号。

汇亚磁砖成立十九年来,一直坚持以“质量第一、顾客满意”为品牌理念专业生产陶瓷地砖。依托广东成熟的产业链配套优势,在广东省内建有三个制造基地,分别位于佛山、河源、清远。生产线按照世界一流的标准设计与建造,装备行业最先进的喷墨印刷机、大型压机等生产设备,工厂实行最严苛的品质管控标准,从设备、原料、配方、制程等环节入手,确保产品达到最高品质标准。

汇亚陶瓷紧跟国际流行趋势,立足

于设计前沿,倾力打造经典之作——汇亚真石·通体大理石。该系列产品取自于世界级珍稀名贵石材,保证每一件产品都出自名门,融合了高贵优雅的文化气质;在颜色、纹理、光泽度方面,至少保证90%的相似度,百分百还原天然石材,工匠精神,追求完美;在技术上,采用幻彩坯实现产品全通体纹理;在传统的一石多面上进行升级,从以往的3-4个面逐步升级到6-8个面。汇亚真石·通体大理石从技术方面

跨越底坯发色的瓶颈,实现了瓷砖表里如一的特点,采用喷墨打印技术,新增立体布料技术、干法混色着色系统等新设备,通过技术上的互补优势,有效实现全立体布料与混色着色工艺相结合,使通体大理石瓷砖的颜色、肌理、功能无限地逼近天然石材。在装饰空间时,无论拉槽、倒角、磨边等,都运用自如,外观纹理、色泽效果完美替代天然大理石,整体美观,空间装饰效果更逼真大气、高贵奢华。(汇亚)