

蒙娜丽莎企业技术中心获中华全国总工会“全国工人先锋号”

本报讯 在2017年五一国际劳动节来临之际,蒙娜丽莎集团企业技术中心获得由中华全国总工会授予的“全国工人先锋号”称号。“全国工人先锋号”是中华全国总工会制定下发的以“创一流工作、一流服务、一流业绩、一流团队”为活动内容的荣誉称号。

蒙娜丽莎企业技术中心在层层选拔中依靠强大的技术实力和丰硕的科研成果,一路过关斩将,最终获得中华全国总工会授予的“全国工人先锋号”称号。

蒙娜丽莎企业技术中心自1999年组建以来,紧紧围绕企业科学研究、技术进步、新产品研发、节能减排和智能制造等推动企业快速发展。2013年11月,蒙娜丽莎企业技术中心被国家五部委认定为国家企业技术中心。

除国家认定企业技术中心平台,蒙娜丽莎集团更建立了企业博士后科研工作站、省市区三级院士工作站和中国轻工业无机材料重点实验室科研平台,与国家认定企业技术中心组成蒙娜丽莎集团四大科研创新平台,为企业科技创新战略和产业转型升级植入了一枚高科技芯片。先后承担国家“十一·五”“十二·五”科技支撑计划重大项目,是国家建筑卫生陶瓷标准委员会副主任单位,截止2017年3月,拥有发明专利35件、实用新型专利37件、外观设计专利522件,国际领先、国际先进、国内领先水平项目38项。(蒙娜丽莎)

超磁瓷砖：精准仿古砖市场，用艺术诠释个性生活

如今,伴随市场经济下滑、消费群体转变,仿古砖俨然成为了各大中小企业市场发力突破的一大着力点。一向以仿古砖为发展重心的超磁瓷砖(以下简称“超磁”)也迎头追赶现代仿古风,提出“个性,是种生活态度”响亮口号,“做精、做细、做准产品,多渠道开花,建设有艺术、有品位的仿古砖。”

据了解,超磁是福建彩霸陶瓷有限公司三大品牌之一,自2011年以来一直从事仿古砖的研发设计和国内外市场开拓,主要生产通体仿古砖、喷墨砖产品,以及小规格的外墙喷墨砖、通体砖、瓷质劈开砖、釉面砖等系列产品,同时拥有诸如300×600mm、600×600mm、800×800mm等规格,简单而不复杂。

“仿古砖是有艺术性、概念性的,没有专业化水平很难做好市场。”在蔡荣泽看来,要想做好仿古砖,需要企业自身潜下心来,真正去研究做好仿古砖的思路,在国内市场,产品差异化的专注度还比较欠缺,产品附加值应该进一步强化。

超磁定位于中高端市场,注重品质、文化、风格的打造,在生产管理上注重细节,以文化和艺术打造产品的崭新未来。蔡荣泽表示,这是超磁的优势。超磁要为现代家居生活创造艺术的典雅生活环境,简约而不失个性。

蔡荣泽认为,市场份额占有率的多少,生产技术的影响占很大一部分原因,但营销方面也占很大比例,因为通过艺术、文化、包装能深化产品的附加值,进而提高产品的价值、价格,进而提升成交量。

“只要将产品做精、做细、做专业,就能在特定人群中爆发一股强有力的力量,占领至高地,决胜终端。”为此,采用更好的原材料、使用更先进的设备工艺、采纳更专业的人才投资生产和管理,也是超磁未来发展的方向和重要举措,超磁也将一路恪守“坚持客户至上,追求行业精品”理念,对内严格管理产品质量,对外实施品牌战略。

据悉,4月18日,超磁亮相中国陶瓷城,活动期间顺势推出600×1200mm仿古砖新品和升级系列的通体仿古砖,旨在让个性成为一种生活态度,让艺术成就品质生活。(本报记者 刘星伟)

冠军联盟 520 为爱筑家 II 启动 家居大牌上演“家的欢乐颂”

本报讯 记者王佳华报道 4月25日下午,“家的欢乐颂——冠军联盟520为爱筑家II启动仪式暨S15乐士家居节上线新闻发布会”在广州希尔顿大酒店隆重召开。发布会上,冠军联盟宣布,将在5月份联合大自然地板、东鹏瓷砖、慕斯寝具、美的厨电、美的中央空调、兰舍硅藻泥、皇派门窗、多喜儿童家具、王力安全门以及乐视超级电视等家居大牌企业,再度推出“冠军联盟520为爱筑家II”活动,以爱家的话题上演家的欢乐颂。

此外王力安全门加盟,S15乐视家居节上线也是本次发布会的亮点。冠军联盟各成员品牌领导及50多家媒体记者共同见证了这一行业盛会。

发布会伊始,冠军联盟联合创始人兼秘书长管琪琳在致辞中表示,冠军联盟经过8年的行业发展,秉持着包容、诚信、合作、共赢的核心价值观,汇聚了一大批行业龙头企业先后加盟,其品牌成员从最初的6个品牌扩大到现在的14个,如今,王力安全门的加入,是冠军联盟又一大喜事。预示着冠军联盟的品牌不断充实,必将给联盟带来新的活力。

在S15国际家庭日到来之际,S15乐视家居节借助《欢乐颂2》强势回归,吹响家居欢乐颂的集结号。乐视生态营销中心房产家居总经理张冰介绍,S15乐视家居节是乐视与冠军联盟联合打造线上+线下大型购物节日,作为乐视

超级电视四周岁给乐米的献礼之一。上超级电视看《欢乐颂2》,即能赢取大屏新购物家居爆款,活动持续时间从5月11日至6月16日。

一直以来,联合营销都是冠军联盟的强项。今年冠军联盟、乐视携手《欢乐颂》,整合三大超级IP,联合12大品牌,再度延续爱家话题,盛大推出“为爱筑家”第二季活动。据悉,2016年,冠军联盟启动了三场全国性的营销活动,取得了瞩目的营销业绩。其中在第一季520为爱筑家活动,创造了六万多消费者的抢购,劲销8亿的联盟营销新纪录。

活动现场,在“家的欢乐颂”高峰论坛上,各位大咖,从线上多方资源整合到线下各品牌的发力,对当前的流行趋

势以及资源共享各抒己见,进行了一场头脑风暴。在记者采访环节,东鹏瓷砖作为冠军联盟的主要成员之一,对于冠军联盟对成员企业在品牌和营销方面的促进作用上表示:整个家装行业,是由各个系统的零部件组建起来,东鹏瓷砖只是其中的一个环节。未来的发展也不只靠单一品牌的发展推动市场的前行。冠军联盟成为认知东鹏瓷砖的一个窗口,使得品牌认同感不断加强,亦体现出品牌营销优势。此外,东鹏作为建陶行业最早引进电商的企业,一直谋求互联网发展的新模式。借力《欢乐颂2》开播,东鹏瓷砖届时会在冠军联盟520为爱筑家活动中开展各种欢乐送活动。

祥达企业全屋瓷石定制惊艳观展客商

本报讯 记者张诗华报道 4月21日,为期四天的第29届中国(佛山)国际陶瓷及卫浴博览会正式落下帷幕。无疑,陶瓷大板与现代仿古砖是本届展会的最大亮点。然而,在一阵“黑白灰”素雅风潮下,祥达企业所推出的瓷画与罗马柱、腰线等配套产品,轻奢美艳、精美别致,让观展的客商眼前一亮。

据悉,在本届展会上,祥达企业在中国陶瓷城A馆与总部展厅前分别搭建了两大临时展位。在展会期间,祥达企业吸引了众多观展客商的关注。“祥达企业不仅产品有特色,而且还提供全屋瓷石定制服务。”来自浙江金华的一位经销商如是说道。

或许,有部分业内人士会质疑,祥达企业所提出的全屋瓷石定制服务并非新事物。早在三年前,许多参展陶企就纷纷打出“整体空间解决方案”的口号。但是,祥达企业进一步诠释全屋瓷石定制服务,赋予了其新的内涵。

因为背景墙行业进入门槛低,利润空间可观,许多背景墙品牌不断涌现。发展至今,背景墙行业市场竞争激烈,导致相当一部分厂家与经销商的利润被压缩,生存面临巨大的挑战。在此背景下,祥达企业开始涉足背景墙领域。

凭借强大的生产与资金实力、完善的销售渠道,祥达企业可以快速抢占市场份额。不同于过去的背景墙生产厂

家,祥达企业拥有完整的研发、生产及销售体系。

值得一提的是,为了进一步推动背景墙行业的发展,继续完善瓷画产品的物理与装饰性能,祥达企业签约恒力泰亚洲首台2万吨压机,同时签约乐陶窑炉,对原有宽体窑进行技改,进一步满足瓷画产品生产需求。据悉,在先进生产设备的支持下,祥达企业可以生产2400×3600mm超大规格的瓷画。

“2400×3600mm超大规格的瓷画,不仅纹理完整流畅,而且瓷画不会因为拼接缝隙而影响整体美观。”祥达企业销售总经理苏彬年介绍道,除此之外,祥达企业将延续一贯对生产工艺严

苛的要求,保证产品品质。具体来说,包括减少产品色差,保证肌理清晰等方面。而且,得益于完善的网络布点,祥达企业可以为消费者提供周全、细致的服务。

“如此高品质的产品与周全的服务,瓷画产品价格会不会很高?”有不少经销商会在心里打鼓。苏彬年表示,对此经销商无须担心,因为祥达企业致力于为消费者提供高性价比的产品,产品与价格都是最合理的。

随着祥达企业涉足背景墙领域,或许可以带来一些新的发展思路,其“全屋瓷石定制”亦前景可期。

来德利陶瓷品牌全面升级

归简朴、自然的生活;20°高端柔光砖——幻系列,柔光砖的纹理源于自然而优于天然,低调而不平庸,内敛却锋芒毕露。特有的雅致纹理,家居倍感温馨,将空间美学展露无遗,使空间效果自然亮丽。

来德利陶瓷MIA现代仿古为适应现代简约的人群而研发,从欧洲现代主义大师Mies Vander Rohe的“Less is more”现代应用美学艺术得到了设计灵感。MIA现代仿古从文化到空间设计,都秉承“Less is more”的理念,追求时尚简单,打造简约实用的空间。同时,将融入世界各地的民族文化,打造多种风格、文化特征鲜明的简约风。

总部升级：品牌形象新风貌

展厅是展现产品与品牌文化的重

要舞台,为了全面提升产品展示效果、品牌形象及品牌竞争力,强化品牌知名度 and 美誉度,来德利陶瓷斥巨资打造全新简约时尚、又富有文化底蕴的展厅,并将于年底装修完毕投入使用。

来德利陶瓷总部展厅将搬迁至永德世纪大厦,即南庄华夏陶瓷博览中心西南门,地处南庄陶瓷商贸走廊中心位置。

据介绍,总部新展厅将在过往偏现代欧式的空间展示的基础上进行升级,简化空间过于繁杂、无用的装饰,强调空间的应用性与实用性,使得总部展厅更为简约时尚。通过总部展厅的形象升级,让人感受到来德利陶瓷年轻、时尚的品牌形象转变,并将以总部展厅的标准,移植终端,形成规范的品牌形象。

网络形象升级：以客户需求为导向

网络形象是消费者了解来德利陶瓷的另一个窗口,为配合品牌形象的全面升级,来德利陶瓷对品牌官网也进行了升级。

新网站摒弃了传统的展示模式,使用以客户需要为导向的商城类版面,消费者可根据产品功能、装修风格进行详细搜索,快人一步解心仪产品;同时,新增“预约免费设计”,让消费者可以随时随地与来德利陶瓷联系;此外,来德利陶瓷还完善了经销商专区,为经销商在终端运营提供便捷的服务。

来德利陶瓷此次的品牌升级,不仅彰显了企业的雄厚实力,同时也提升品牌美誉度与影响力,为来德利陶瓷未来的高速发展奠定坚实的基础。

(来德利)

ICC 瓷砖三万平方米美国新办公大楼曝光

本报讯 由ICC总部和几位优秀经销商组成的北美游学团踏上行程,他们横跨太平洋13053公里,首站来到了——达拉斯。这个美国德克萨斯州的第三大城市,气候温暖宜人,工业发达,是一个历史悠久的现代化城市。上世纪80年代北美ICC(Interceramic)美国分公司在此成立。

最近,美国ICC新办公大楼正式落成,占地三万平方米,由美国知名建筑设计事务所打造,从地块规划、整体设计到施工建造,花费一年多的时间。办公室与展厅的设计风格以工业风为主,内部空间高挑、开阔,扑面而来自由、创

造力与开放的美式文化氛围。同时,凭借空间优势,北美ICC趋势新产品以不同形式的搭配在各地得到大面积的应用,其中有不少全球同步上市的系列,刚刚在中国市场投放,ICC游学团成员赞誉有加之外,也为在中国市场的推广找到了很多的灵感启发。

三万平方米的布局,满足了办公大楼独特的功能设置,仓库与办公室相连,展示、采购、仓储、物流一体化。现代化的仓库里,产品分类摆放井然有序,从仓存到物流,整个过程采用先进的仓库管理系统,从进仓、分类、存放、出仓、装卸全自动处理。仓库管理的先进之处

还在于数据化应用,除了数字一目了然,更重要的是与销售和生产保持实时的数据运算监控,强大的智能化、数据化可谓是北美ICC稳健发展的幕后主脑。强大的体系,在另一层面让ICC团员深刻感受到北美ICC的现代化和国际化的。

暂别美国,游学团第二站是位于墨西哥奇瓦瓦市的北美ICC总部,游学团参观了当今最先进的第九生产基地。这个智能化的生产基地,拥有世界最长的萨克米窑炉、北美最大连续球磨机、最先进的数码喷墨打印设备、智能质检包装搬运入库……从原材料加工到成品

入库,全部生产过程都由电子化操控,每一个步骤均会上传数据,经过众多的数据整合,工厂还能获取一个稳定值,以此判断生产情况,假如有数据异常,电脑也会随即上报,而管理人员也会第一时间了解情况。因此,80位员工能承担国内需要600-800人的工作。一路参观偶尔看到管理人员骑自行车轻松巡管,ICC团友们也亲自骑车体验了一把。

据了解,北美ICC第十生产基地正在建设当中,该基地位于墨西哥中南部,投入高达一亿美元,计划在今年11月投产,产能将达到一千万平方米。(ICC)

中陶 陶瓷釉料 金刚釉 金刚大理石

► 九大指标

1. 无水波纹
2. 表面硬度4.5-5.5级
3. 耐酸碱性达A级
4. 耐磨度4级
5. 抛光后釉面无磨痕
6. 防污性能达A级
7. 清透感接近微晶石复合板
8. 热稳定性在170-180度三次不裂
9. SiO₂/Al₂O₃ 摩尔系数要大,可提高耐酸碱性及产品清透感

中陶品质 金刚本色

佛山市中陶制釉有限公司

地址:佛山市南海区狮山镇狮岭广三高速公路狮岭出口旁
电话/传真:0757-81897380 手机:郑工13078152768