

誉辉陶瓷： 重新定义瓷砖新标准

本报讯 2017年,被业内冠以“隐形冠军”称号的新锦成集团,在成立十周年之际,重磅推出“以打造高端生活价值体系”为核心的高端瓷砖事业部。誉辉陶瓷作为集团头号主力高端品牌,通过三年的筹划,一改往日作风,这一次,誉辉要“重新定义瓷砖新标准”!

誉辉陶瓷在广东拥有多座原生矿山,具备充足的天然原料和可塑性原料,硅石、钾石等主要还用材料,全部自行提取,确保了用料品质的稳定性和优质性。

此次,誉辉潜心研发出的“36°白5A坯体”,经检测,其是目前最适合釉料发色的坯体,经过上千次泥浆性能测试、干燥敏感性测试和生坯干燥强度测试试验后,在高达1250-1300℃的高温下,慢烧近70分钟(普通烧制时长为40分钟),确保每片瓷砖100%“烧透”,瓷化程度高,使坯体更白,硬度更高。

与行业其他同类产品相比,在反弹变形、色号、平整度、白度、纹理、玻化程度、莫氏硬度、耐酸强度等均能达到最佳状态。

誉辉陶瓷在广东设立了三大生产基地,拥有数十条世界先进的现代化生产线,工厂占地超2000多亩,在“重新定义瓷砖新标准”的品牌战略指导下,2017年初,便从意大利重金引进全温控自动窑炉、干磨干抛设备、萨克米8000T压机,配备严格的7S品质管控,为产品的全线升级提供硬件保障。

超越别人的唯一方法:更高标准!为了达到更高的产品品质,该公司从原材料入手,使用纯度高、含铁少的原料,提升坯体的白度,同时引进意大利优质釉料,升级釉料配方。不惜降低产量和增加成本,也要确保产品质量超越一线品牌。

誉辉陶瓷将坚定以品质赢得市场,以口碑赢得信赖,2017重新定义瓷砖新标准。

(誉辉)

金牌亚洲现代仿古 野兽派荣获产品金奖

本报讯 5月31日上午,由中国陶瓷工业协会主办的一场陶瓷行业智能化方向的专业论坛——第十二届国际陶瓷工业发展论坛在佛山陶瓷总部基地隆重召开。金牌亚洲磁砖现代仿古野兽派凭借独特的花色、纹理、质感、光感,以及行业绝无仅有的研发技术,获得“陶卫行业产品金奖”荣誉,为品牌实力加冕。

据介绍,现代仿古野兽派作为行业首家采用有温度的材质,以顶级皮革的温暖质感,通过跨界的思维方式去研发产品,摆脱瓷砖传统模具的刻板,巧妙运用精雕墨水、下陷墨水、各种干粒混合等诸多独创精湛的工艺技术,融汇皮毛粗细、软硬、光涩的质感和闪钻的光感,再现浪漫与狂野,尊贵与不羁,演绎绝无仅有的野兽派系。

在新消费趋势的倒逼下,为用户创造全新价值,这成了金牌亚洲现代仿古砖开发的初衷与原则。现代仿古砖作为针对年轻一代推出的新品,打造行业绝无仅有的产品派系,展现“年轻、时尚、狂野”的产品定位,诠释一种态度与生活主张。而现代仿古野兽派不仅融合了国际范的原创设计元素,在产品品质上更有保障性,将设计的美观度与产品本身的物质属性有效结合,完美呈现。

现代仿古野兽派荣获“陶卫行业产品金奖”,展示了金牌亚洲在品牌上的核心竞争力,对金牌亚洲13年来铸造出品牌CPU(内核)——产品的肯定与褒奖。未来,金牌亚洲将展示专业化的产品研发能力、精准的产品定位能力,以及满足用户需求的服务能力。绝无仅有的金牌亚洲现代仿古势必掀起新一轮的狂野风潮。

(金牌亚洲)

升华陶瓷企业6月 内部培训圆满落幕

本报讯 为顺应行业发展,提升销售团队的整体素养,增强整体竞争力、战斗力和执行力,使其更好的征战市场、服务终端,5月31日,2017年升华陶瓷企业内部月度培训在三楼会议室成功召开。

培训会伊始,先由升华陶瓷营销副总经理武文俊上台为大家作分享和讲解,他从自身所接触的案例分析,结合行业现状及实际情况出发,详细讲解了工作和生活中积极态度的作用,并且提出了效用/欲望的幸福公式,给大家一个的警醒作用。

在接下来的演讲中,区域经理蔡宏劲上台带来《小区推广——跟进篇》的课程分享,运用自己的理解、亲身案例和经验进行讲解,顺利完成培训演讲。升华陶瓷营销副总经理彭丹则对大家的演讲进行了总结和改进建议,对大家的表现提出了赞扬。

可见销售精英们的进步与创新,此次的培训考核也圆满落幕。培训结束后业务经理们进行了每月例行的知识素质考核,一个月的学习与进步,在此展现无遗,他们一直努力提升自我,旨在为各位经销商伙伴们提供更加专业的服务。

(升华)

蒙娜丽莎集团获评陶瓷行业 知识产权维权典型案例示范企业

本报讯 2017年5月16日下午,由佛山市知识产权保护中心、佛山市陶瓷行业协会、广东方图律师事务所、中国陶瓷城举办佛山市陶瓷行业知识产权维权大数据报告发布会,蒙娜丽莎集团股份有限公司凭借多年来品牌保护经验和维权实力被评为佛山市陶瓷行业知识产权维权典型案例示范企业。

“蒙娜丽莎”作为中国驰名商标、广东省著名商标,随着品牌知名度不断提升,品牌被模仿情况增多,侵权形式也是五花八门。作为佛山市商标协会副会长单位、南海区商标协会会长单位、佛山市知识产权协会重要成员,蒙娜丽莎集团针对各类侵权事件坚持“发现一个,处理一个”的零容忍态度,企业维护品牌的决心坚定不移,打假计划稳步推进,依靠良好的知识产权诉讼经验,品牌保护获得社会各界认

可,众多维权诉讼案例被评为知识产权典型案例。

2006年,我公司诉肖家忠(2006)佛中法民初字第204号商标侵权案,成功获得广东省首例陶瓷行业驰名商标司法认定,为数不多的被最高人民法院肯定的“跨类保护”驰名商标司法认定案件;

2013年,我公司诉佛山市高杰盛陶瓷薄板有限公司、深圳嘉俊建材有限公司等被告(2013)粤高法民三终字第78号不正当竞争纠纷案,判赔38万,被评为2013年度广东省律师协会十大知识产权典型案例;

2015年,我公司诉佛山市莫纳丽莎陶瓷有限公司、王荣贵、林志城、张国来(2015)佛中法知民终字第151号侵害商标权及不正当竞争案,判赔43万元,获评佛山市中级人民法院2015年度十大知识产

权案例;

2015年,我公司诉上海夏宇实业有限公司、上海民材实业有限公司(2015)沪民初字第167号侵害商标权纠纷案,一审判决赔18万、停止侵权行为,获评上海知识产权法院2015年度十大典型案例;

2015年,我公司诉广州蒙娜丽莎建材有限公司、广州蒙娜丽莎洁具有限公司等商标侵权案,获评2015年广东省律师协会知识产权十大诉讼典型案例;

除法院诉讼之外,蒙娜丽莎集团还对全国30多个大中城市终端蒙娜丽莎卫浴商标侵权进行集中打假,协同各地工商部门共同查处200多家终端侵权点。

本次《报告》显示,佛山市陶瓷行业目前有50个驰名商标,占全佛山市驰名商标数量的三分之一。专利申请量超过17000件,总体知识产权无形资产价值预

卓远陶瓷《功夫佛山》电影启动新闻发布会盛大举行

同期推出铂晶玉·至爱系列新品

本报讯 记者冯若茜报道5月27日,由广东卓远文化影视公司、梦享时代影视文化有限公司联合出品的《功夫佛山》启动新闻发布会在中国陶瓷总部的卓远陶瓷营销中心盛大举行。

电影《功夫佛山》主创团队、香港著名影星黎耀祥、李蕙敏、麦家琪等一众明星及嘉宾莅临本次发布会。据悉,《功夫佛山》的电影发生在历史文化悠久的佛山,以佛山功夫为主线展开的一系列故事,电影主创团队表示,希望借助本部电影,唤醒社会对佛山武术的传承与发扬。

发布会伊始,佛山市三水宏源陶瓷

企业有限公司董事总经理梁树伟发表致辞表示,卓远陶瓷作为电影投资方,始终坚持以人为本,不断为华语影视增加新鲜的血液,以更好的作品回报社会,《功夫佛山》这部电影致力于将佛山根深蒂固的功夫文化弘扬世界。

与此同时,在佛山市三水宏源陶瓷企业有限公司销售总经理喻国庆看来,此次《功夫佛山》电影启动新闻发布会是卓远陶瓷乃至整个宏源企业整体营销思维的改变。佛山作为一个有着上千年文化历史积淀的文化名城,“文康武鸿”两大文化元素贯穿其中,这种敢为人先的精神与卓远陶瓷的企业文化不谋而合,

此次跨界营销,也是向外界展示卓远陶瓷在继承佛山传统文化,为社会打造集家居健康、精神文化为一体的新型跨界营销,在提升品牌知名度的同时,将全新的思维传到给行业及终端。

发布会上,《佛山功夫》电影主创团队表示,这部电影以佛山功夫文化为主要背景,希望通过这部电影让更多的人了解佛山功夫文化,同时欢迎更多兴趣相同的投资人加入,共同打造属于佛山的“广莱坞”。

对于卓远陶瓷此次跨界营销,卓远陶瓷销售常务副总经理崔平结合此次电影主题总结了卓远陶瓷所具备的“真功

打造快时尚整装模式,裕成陶瓷启动“一带一路”计划

轻活泼的现代格调,通过提炼现代家居元素,形成前卫的现代简约风格,为消费者提供一体化快时尚整装家居解决方案。

据了解,布朗尼源自英文Brownies,是苏格兰传说中的善良活泼的小精灵,也是一种香浓的经典甜品,寓意着现代时尚的格调。裕成·布朗尼陶瓷以时尚作为品牌的调性,以现代仿古砖作为突破口,吸纳意大利博洛尼亚展水泥、岩石、布艺、原木、大理石等元素,并根据中国主流家居风格进行提炼,形成独特的现代简约风。

余文伟介绍,裕成·布朗尼瓷砖的“时尚·B计划”分三步走,在产品研发上,裕成·布朗尼瓷砖通过透明釉斑点还技术叠加3D喷墨,原定制超细模具与粗细干粒的完美搭配,精准呈现现代仿古砖的高级灰色系和质感。同时在规格上也进行了升级,裕成·布朗尼瓷砖拥有600×600mm、300×900mm、900×900

mm、600×1200mm等潮流规格的产品。另外,裕成·布朗尼瓷砖还与业内顶尖产品研发设计公司和原料公司强强联合,投入千万巨资,打造现代时尚仿古砖超能产品实验室,研发市面上没有的新产品和新工艺,开启常态化可持续的创新模式,为行业产品研发带来全新探索。

在渠道上,裕成·布朗尼瓷砖将通过双管齐下强推、设计力量整合和新生设计共生的三大计划,进行设计渠道IP打造。在推广上,推出了“一带一路”计划,“一带”是指时尚共享经济带,开启“软硬兼sell”销售模式,拉动一系列的软装搭配销量,并首次提出“跨界共同开发”理念,邀请跨界设计师聚力产品开发,开创“跨界共享”新局面。“一路”是指80、90家居个性化之路,裕成·布朗尼陶瓷采用大量时尚黑科技,如沉浸式VR、焕砖宝APP、LED触摸屏等,为消费者带来购砖新体验。

随后,裕成·布朗尼瓷砖还进行了新

计超过千亿元。高价值也引发了大量不法商家的抄袭模仿,导致近年来佛山多个陶瓷知名品牌在广东潮州、开平,山东淄博、临沂等地被多人多次仿冒,已经到了屡禁不绝的地步。

“佛山陶瓷”是很多企业和行业人士共同努力创造的金字招牌。它里面重要的组成部分应该包括创新、尊重、沟通、共赢的佛山品牌要素,蒙娜丽莎集团在品牌维权保护道路上不会停止前行,佛山市陶瓷行业知识产权维权大数据报告发布会旨在警示陶瓷企业应继续努力往“佛山陶瓷”这个品牌注入更多的创新,带动行业转型升级和价值提升,注入更多的文化底蕴,包括区域整体文化和企业文化,蒙娜丽莎集团将一如既往的与其他佛山陶企共同传承和发扬佛山工匠精神。

(蒙娜丽莎)

夫”：“武林正宗,纯正广东血统刚柔并济”、“创新科技升级顶尖高手”、“产品实力制胜”、“名门正派,绿色健康家居”、“一代宗师,节能环保先行”、“盖世神功,时尚潮流设计”。

卓远陶瓷作为行业老牌企业之一,无论从产品工艺研发、到产品设计与应用,始终践行科技创新理念,对产品的各项指标严格把关。目前拥有健康石材、铂晶玉、健康瓷抛砖等十大系列产品战略部署,数千种花色设计,此次《功夫佛山》电影发布会,卓远陶瓷亦推出铂晶玉·至爱系列新品。

融入“一带一路”,萨米特向世界展示中国制造骄傲

本报讯 日前,全球瞩目的“一带一路”国际合作高峰论坛在北京举行,论坛主题为“加强国际合作,共建一带一路,实现共赢发展”,社会各界对“一带一路”的关注度达到了顶峰,萨米特有幸参与到这次国家战略发展中,在新的国际合作平台上开启萨米特新机遇。

出征全球顶级品牌、顶级技术汇聚的博洛尼亚国际陶瓷卫浴展,以及美国Coverings建材展,萨米特品牌自诞生以来,与生俱来的国际化基因一直推动着品牌的国际化进程。

随着贯彻国家“一带一路”战略、“走出去”战略的深入实施,萨米特陶瓷以国际化的视野筑梦未来,更在去年正式宣布启动国际化战略,成为具有全球视野,兼具国际竞争力的中国品牌,与世界大牌同台竞技,分享21世纪经济红利。

正当贸易保护主义和“反全球化”思潮抬头之际,“一带一路沿线国家”日益成为中国企业对外投资的热土,中国政府也大力支持“一带一路”沿线亚非国家的基础设施建设。

可以说,“一带一路”给建筑业带来了难得的发展机遇,建筑行业“走出去”的同时,也进一步带动了产品、材料“走出去”。

自2013年习主席提出了“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”,即“一带一路”,萨米特陶瓷就把握住了“一带一路”带领品牌走向国门、开启海外市场,出海发展的绝佳契机。

为响应“一带一路”战略号召,充分展示萨米特的国际化基因,在中国商务部的支持下,萨米特陶瓷近年来走进

非洲大陆,参与了非洲多项大型基建工程项目,为非洲工程项目提供高品质的萨米特产品,向世界展示了中国制造骄傲,也彰显萨米特陶瓷的强劲实力,其中包括也门国家图书馆、刚果(金)政府办公大楼、多哥议会大厦、赞比亚孔子学院、安哥拉RED社会住房项目。

“一带一路”战略是伟大的事业,需要伟大的实践,萨米特将继续一步一个脚印,响应推进国家号召,迈向更美好的未来。

(萨米特)

加西亚展开密集式培训,打造雅致单王

性的专业指导,一系列密集式训练除了加西亚现代雅只产品的系统介绍以及销售技巧指导;专门为雅致风格而设的产品搭配应用技术教学,还有由广州马各设计创始人、丹麦布林克勃兰登堡建筑设计事务所设计总监——骆振平带来家装设计技能,每一节课程都是讲师们多年实践的精华,只为全面提升学员技能,解锁最强的现代雅致营销技能。

除此之外,为了给各位营销精英提供更实用的营销工具,本次特训营还提供了长达一天半的“圆方软件”培训。经培训

过后,各位学员对“圆方软件”的掌握和应用已经轻车熟路,各学院的作品不仅代表了本次圆方特训营的成效,更是代表学员经过培训后对现代雅致家装风格领悟的进步。

好的产品、好的设计、好的工具更要有好的实战技能,本次特训营加西亚特别邀请了上海肯诺咨询创始人——宋健,为学员提供了一整天的超级导购实战训练。上虞加西亚的学员在课后采访中表示:“非常喜欢宋健老师的课程,老师说到的很多技巧确实非常实用,也让我们发现了

不少坏习惯,回去以后一定要好好练习,并且把这些技能教给店里的同事。”

经过五天四夜的封闭式特训,学员们的成长都非常明显,无论在产品的搭配上,空间的审美,圆方软件的运用还是导购技巧上都有了飞跃提升。2017年,加西亚瓷砖与全国人民共同努力,以“现代雅致”共同用心打造领先品牌,以高品质的产品,现代雅致风格以及至尊的服务在激烈的市场竞争中立于不败之地。

(加西亚)