

玛缇“龙”系列产品震撼发布

本报讯 12月6日,玛缇瓷砖“龙”系列发布曾建龙主演演讲暨玛缇之夜红酒品鉴会在玛缇总部举行,设计大师曾建龙老师受邀参加本次活动。在玛缇经销商、设计师及行业媒体的见证下,玛缇“龙”系列产品震撼发布!

玛缇瓷砖总经理梁伟权致辞表示,这是继玛缇瓷砖林学明系列之后的又一力作。龙系列产品历时两年研发,从产品纹理、风格、艺术等方面均实现了迭代升级,对空间的可塑性强,拥有极高的产品辨识度,能够为当下设计师提供更加丰富的空间材料。

在上百位设计师、媒体的见证下,曾建龙老师和梁伟权、欧天成、欧阳刚金共同揭幕,联合宣告“玛缇瓷砖大师定制·龙系列”正式发布。

在总部发布的同时,2019广州设计周玛缇展位也隆重展出了龙系列产品。据介绍,玛缇展位由曾建龙亲自操刀设计,将其自己多年来的体验、观记、实验性、造物、空间设计等五个方面的经验应用在此。龙系列——源于曾建龙对传统瓷砖冰冷与同质化问题的探索。设计不顺应市场潮流,而是从居家体验的角度出发,通过居家体验的生活感觉倒逼对产品的思考和定位,从而赋予瓷砖持久的生命力。

作为特邀嘉宾,曾建龙现场发表了其对当代东方美学的深入体会,二十多年的设计生涯,多年国内外游学造就了曾建龙老师对艺术的独特视角,从而呈现到了他的每一份设计中。

曾建龙表示,“造物,是一种对生活美学追求的态度,我们今天所呈现的设计都是为了提高生活品质的追求和商业的最大价值化。”一件产品只有同时兼具商业逻辑与美学逻辑,才能成为一件持续拥有生命力的产品,龙系列亦如是。 (冯若茜)

ICC卡萨布兰卡:打造全新空间体验

ICC的卡萨布兰卡,精致与奢华不言而喻。该系列共有两个规格,分别是730×270mm和900×300mm,其中最新的900×300mm规格中,有两款白色和一款黑色为主调的砖面。黑白色作为低调轻奢范的经典搭配,代表着理性,其简约内敛的色调可以彰显其他色彩的装饰效果,令人耳目一新。以白色为主色调的砖面一款有着漂亮的缎纹,表面拥有水纹状的外观。而另一款为横线的纹理,像是刀在表面快速锋利的刮痕,更显力量。黑色色调的砖面,通过折纸的形式表现出三维空间里所焕发出的生命力。

在时尚界里,只有黑白两色永远不落潮流。黑白集优雅性感于一身,始终得体大方,看似平静却暗涌着震撼,仿佛低调又尽显锋芒。黑白的空间内饰设计,简约之中呈现着理性的情感,在明暗自然的光影交错中熠熠生辉,仿似一幅铺展的画卷,美色无双,满足你向往的高级感。白色与灰色的色彩搭配,总会不断地创造出时髦前卫的流行感,或展现高调华丽,或描绘优雅清新,经典的色彩搭配演绎出一份个性的生活。黑色空间的设计用来布置居室,能起到瞬间颠覆传统居室风格的作用,更是年轻人与设计师所追求的款式。

在空间运用上,ICC卡萨布兰卡系列,轻巧的砖体,柔润的质面,立体的线条,让瓷砖的装饰性更加明显,带来全新的空间体验。 (ICC)

方向企业举办十周年庆典

本报讯 12月12日,方向企业十周年庆典暨2020年全国经销商峰会在佛山南海金鼎泰丰酒店举行。广东方向陶瓷有限公司董事长梁维铭、董事总经理刘雨燕等领导出席,特邀广东省建筑材料行业协会常务副会长、广东陶瓷协会会长陈环,广东省佛山市陶瓷行业协会秘书长、国家建筑卫生陶瓷标准化委员会副主任委员尹虹,上海大学经济学院教授陈湛匀等嘉宾出席。共同见证方向企业十大品牌形象升级,共启品牌发展新高度。

上海大学经济学院教授陈湛匀认为中国市场正从低端升级高端市场,需要通过降成本、人才引流、精细化管理、提高技术含量等提升企业竞争力。

陈环表示,新产品的研发是企业最大的竞争力,大力推进加工技术,解决好陶瓷砖,尤其是大板及岩板的应用及铺贴问题,拓展更多应用市场。

尹虹在演讲中指出,全球瓷砖产量的急剧萎缩、销售渠道的裂变等将成为行业发展新常态,陶企要不断坚持产品升级及技术创新。

在经销商发展方面,尹虹认为,经销商在未来的发展中应明确自己的基本定位,谨慎扩张。同时,经销商要从以前的经销代理商,转变为品牌服务商,主动介入区域工程集采,地方装饰公司,设计师营销等渠道。此外,经销商要在店面设计、施工、软装维护等方面下功夫,注重销售的多品类集成,由单一瓷砖销售向多种建材产品销售集成转变。 (韦露)

特邀 Angelababy 出席,营销转型突破传统圈囿

冠珠召开 2020 年品牌升级会

本报讯 12月7日,“新动能·新启航·新高度——冠珠陶瓷2020年经销商大会”在华夏明珠大酒店隆重举行。下午,冠珠陶瓷召开2020年品牌升级发布会暨Angelababy见面会,现场座无虚席。

在本次品牌升级发布会上,冠珠从新潮品牌形象的成功塑造,到线下“明珠家世界”黑科技项目的成功落地,标志着冠珠陶瓷的品牌营销进入新次元:线上打造新形象,线下开启新零售,一键“快绘”品质生活,颠覆传统行业营销模式,

走进“领秀新世代”,“三步走”突破传统陶瓷行业的营销圈囿。

冠珠陶瓷打造“潮”品牌声势浩大,在传统陶企品牌营销转型案例中,是十分成功的。当陶瓷圈还在顺风时局,全行业营销正在追逐各种猎奇套路的时候,冠珠陶瓷就为“品牌年轻化”埋下伏笔,2016年正式签约Angelababy杨颖,迅速树立起“潮流、时尚、年轻”的品牌调性。

此次品牌升级会上,冠珠陶瓷还得到Angelababy现场称赞:“潮”是多元化

南庄镇 2019—2021 年度“工业标杆(旅游)示范单位”名单发布

8 家工业标杆(旅游)示范单位赋能南庄“陶业兴镇”

本报讯 12月10日下午,佛山南庄镇2019-2021年度“工业标杆(旅游)示范单位”授(揭)牌仪式在佛山市禅城区南庄镇华夏陶瓷博览中心中国建陶小镇展示厅举办。广东省现代旅游促进中心在此次仪式上,分别向佛山市东鹏陶瓷发展有限公司、佛山市智荟绿岛投资发展有限公司、广东一鼎科技有限公司、佛山市东星陶瓷产业总部基地发展有限公司、佛山市禅城区南庄镇经济和科技促进局(中国建陶小镇展示厅)、佛山众陶供应链服务有限公司、广东道氏技术

股份有限公司、广东辉强陶瓷有限公司8家南庄镇企业(机构)隆重授予了“2019-2021年度工业标杆(旅游)示范单位”称号。

南庄镇镇委委员刘玉军表示,举办南庄镇2019-2021年度“工业标杆(旅游)示范单位”授(揭)牌仪式,是想通过打造集智造示范、商贸展示、科普教育、休闲体验、文化交流于一体的建陶工业(标杆)旅游,在企业的层面有助于创立品牌和提升企业文化,开辟新的发展空间;在政府层面可以加快推动转型升级,提高

区域经济发展水平。

刘玉军强调,下一步南庄镇将在一鼎科技旁边建设工业(标杆)旅游游客服务中心,对一鼎科技周边的环境作改造提升。将一鼎科技、道氏技术、罗南生态园以及即将落地的金意陶总部串联起来,努力将资源优势转化为产业优势、竞争优势,搭建起具有更大规模、更有影响力的工业(标杆)旅游平台。

此外,广东省现代工业旅游促进中心还公布了南庄镇两条工业旅游线路规划,一条是南庄陶瓷工业标杆(旅游)线

路,另一条是乐陶工业生态体验(旅游)线路,以全新的互动体验方式,让参观者全面了解南庄陶瓷产业的过去、现在和将来,同时助力吸引外来投资者进行更多的合作项目。

授(揭)牌仪式结束后,与会领导、嘉宾一行还深入广东一鼎科技有限公司的绿色建陶智造示范线进行了参观。据介绍,一鼎科技绿色建陶智造示范线主打“智能+节能”两大方向,在自动化生产线方面具有成为工业标杆的典型潜质。 (刘慧敏)

蒙娜丽莎岩板全案设计中心在福建水头隆重开业

本报讯 11月8日,蒙娜丽莎岩板全案设计中心(简称全案设计中心)在中国石材城——福建省泉州市水头镇正式开业。

开业盛典由中国建筑标准设计研究院和绿屋建科共同主办,以“大开‘岩’界”为主题,得到了厦门晚报和清华地产班(福建)的支持,邀请了行业内的专家学者、协会领导、知名设计师等300多名嘉宾到场出席。

蒙娜丽莎集团总裁萧礼标在致辞中介绍,“蒙娜丽莎全案设计中心,以陶瓷大板、岩板家居、复合瓷板为核心产品,

面向建筑工程室内外装饰、大平层及别墅高端家装,提供材料、设计、施工全程的全案设计服务。”

全案设计中心的面积超过1200平方米,设置了选材中心、全屋体验中心、技术中心、设计中心、多功能会议厅等多个区域,集产品展示、全屋体验、技术解剖、设计洽谈等功能于一体,满足大型市政及民生工程、大平层及别墅家装客户体验、沟通、一条龙全案设计服务。

众所周知,陶瓷和石材之争,一直是陶瓷圈和石材圈的一个保留议题,时不

时就会冒出一两个导火索,掀起建陶产业和石材产业相互间的“口诛笔伐”。

在进驻水头镇这个被誉为“中国石材城”的小镇之前,蒙娜丽莎——绿屋建科公司内部也曾有过担忧:直接进入全国最大的石材集散地,能否打开局面?经过多方调研后,公司内部逐渐打消了这种忧虑。

在绿屋建科总经理蒙政强看来,蒙娜丽莎岩板全案设计中心不仅是提供材料、设计、施工全程的全案设计服务平台,也是一个资源共享、合作共赢的平

台。他表示,“从自身发展到全生态链条的构建,蒙娜丽莎——绿屋建科有这样的内在需求,也有这样的基础条件,全案设计中心提供了这个机会,让我们可以跟更多的行业跨界合作。”

在蒙娜丽莎——绿屋建科的规划中,全案设计中心将立足华东地区、辐射全国,致力于建立一套完整的工程装饰和家居设计服务模式,并以此为基础,在全国各地打造更多的全案设计。 (蒙娜丽莎)

中国陶瓷城将升级优化,打造高精尖的空间时尚窗口

本报讯 12月11日下午,以“升级优化·共创共赢”为主题的中国陶瓷城商户大会在佛山马哥孛罗酒店隆重举行,“中国陶瓷城·升级优化智囊团”也在大会上正式成立。

佛山中国陶瓷城集团有限公司执行董事兼总裁周军、常务副总裁兼商业运营中心总经理余敏,佛山室内装饰协会、佛山市环境设计协会领导,中国陶瓷城各商户企业代表共计300余人莅临大会现场。

佛山中国陶瓷城集团执行董事兼总

裁周军在致辞中表示,2019年中国陶瓷行业发生了三个变化:一是品牌集中度快速提升;二是全行业营销渠道进行重构;三是陶瓷卫浴行业与大家居行业跨界融合。

“如何顺势而为,引领潮流的发展,是中国陶瓷城经营转型的方向,要通过全方面的转型升级来实现平台、商户、采购商和消费者的多方共赢。”周军说道。

佛山中国陶瓷城集团有限公司常务副总裁兼商业运营中心总经理余敏在关于中国陶瓷城整体运营规划演讲中表

示,中国陶瓷城将从业态升级、运营升级、服务升级、硬件升级四大方向进行二次创业,实现升级优化,与合作商户共创共赢。

中国陶瓷城作为一个开放包容的平台,希望商户对平台的发展提出改进意见和建议,为运营及服务及时诊断反馈,为前瞻性的战略决策提供支持。基于此,中国陶瓷城成立“中国陶瓷城·升级优化智囊团”,每年换届一次,让各大商户均有建言献策的机会。

佛山中国陶瓷城集团有限公司执行

诺贝尔瓷砖惊艳亮相 2019 广州设计周

本报讯 12月16日,诺贝尔瓷砖在2019广州设计周上发布Sketch paper—草图畅想Lab与塞尚印象无界新品。设计师大咖、媒体代表集一堂,共同见证诺贝尔瓷砖在设计、创新路上的又一佳作。

记者现场获悉,自2018年起,创基金联合诺贝尔瓷砖,共同支持融设计图书馆启动传统色彩和肌理为期5年的研究计划。2018年,从织物研究开始探讨瓷砖表现的各种可能。2019年,聚焦传统材料中的“纸”,打造Sketch paper—草图畅想Lab。

“透过对传统色彩与肌理的研究,我们期望把中国传统的元素融入瓷砖。”诺贝尔瓷砖常务副总裁周国跃表示。

此次成果发布会由品物流形及融设计图书馆创始人及主设计师张雷进行开场,对“草图畅想Lab”的展出进行了多维、深入的解读。

创基金理事代表、集美组设计机构创始人林学明上台致辞,表示这次“草图畅想Lab”很好地将这个研究过程展示了出来。PAL设计事务所创立者梁景华认为,把握并传承中国传统文化的精髓,就

是目前中国设计最好的状态。

天坊室内计划创始人&总设计师张清平、德坚设计创办人陈德坚与稀奇艺术品牌创始人、中国当代著名雕塑家瞿广慈也纷纷表示,此次项目实际上是诺贝尔与创基金的联合创新,希望通过设计师与品牌的深度合作,不断升级对中国传统文化的研究方向,为行业带来积极表率的作用。

吴巍 Design 设计总监、共设联合创始人吴巍、CUN寸DESIGN创始人崔树作为青年设计师代表现场分享。

“瓷砖的可塑性、创造性在融的引导下,散发出了不一样的魅力。在实现的过程中,我们了解到属于中国的设计的重要性。”诺贝尔瓷砖研发副总裁钟树铭如是说道。

在钟树铭的带领下,现场领导嘉宾参观了诺贝尔瓷砖展位,“未来,我们会继续专注传统元素色彩与肌理的探索,致力于对民族文化基因的研究,并将研究成功向全球发布,让更多人看到中国品牌的强大力量。”周国跃坚定地地道。

(张诗华)

金意陶迈向艺术化,打造核心竞争优势

做好,明年及未来,金意陶的路线是坚持高端化、差异化。”

郑岩透露道,从今年开始,金意陶瓷砖强调“高端化”,未来还将推出更多差异化的现代仿古产品,同时继续扩大复合工艺的产品,例如糖果釉类产品。

2019年,金意陶瓷砖在坚持高端化、差异化的同时,开始向艺术化迈进。金意陶集团董事长何乾此前提出,艺术化是未来产品研发的一个很好的方向,因为艺术化的产品可以永恒,也可以无限增

加产品附加值。

在何乾产品研发思维的指导下,2019年金意陶高端产品向艺术进军,尤其是主砖与配砖的艺术化搭配。为匹配高端产品艺术化的发展,金意陶还联合设计师开展各项活动,其中包括KD511设计师研修班、国际设计之旅、大师之约·艺术之旅。

与此同时,金意陶携手新视觉艺术家赵晓东举办大师之约·艺术之旅,旨在通过名画、色彩、造型、构造、搭配等专业

分享,提高设计师的审美水平。

“设计是生产力,为推动企业与设计师的紧密合作,2019年金意陶至少举办了30场设计师活动,反响非常不错,未来金意陶还将继续在与设计师合作方面发力。”郑岩说道。

在设计师眼里,金意陶的卖点是什么?赵晓东直言道,“是质感生活”。未来,金意陶将继续追求极致的质感与设计,为更多的消费者提供多元化的空间解决方案。 (张诗华)