

通利 TOMELY 发布新品

7月14日,通利 TOMELY 石·莹·岩发布暨第三届莲雾采摘节在佛山总部隆重举行。

“每年莲雾熟了,我们都会邀请通利的老朋友一起品尝,第三届邀请了我们通利的家人们来品尝,我觉得非常有意义!”通利 TOMELY 董事长林柱权说到。

历经一年的时间,通利 Lucciole·莹,在通利产销团队的努力下,通利 TOMELY 品牌副总经理区波成团队狠抓落实,顺利开启,赢得客户的青睐。

“不是所有瓷砖都能实现“精工密铺”,通利 TOMELY 历经专业机构综合评测,拥有八大优势,能有效实现精工密铺。”广东包清贴创始人姚水平说到。

“通利 TOMELY 品牌继续沿着“大理石 DNA”这个基因不断创新,目前拥有 Lucciole·莹、大理石瓷砖、TOMELY 岩板等产品体系构建,势必把通利 TOMELY 推向国际化!”通利 TOMELY 董事总经理张念超说到。

佛山市陶瓷协会秘书长尹虹、中国建材流通协会副会长罗青、副会长兼陶瓷卫浴经销商委员会主席李作奇等嘉宾及通利厂商欢聚一堂,共享盛果。

7月15-16日,通利 TOMELY·海陵岛十里银滩·私董会,通利厂商家人们入住皇冠假日酒店,并举行了户外草坪答谢 BBQ 盛宴!

通利 Lucciole·莹新产品全空间应用,采用“TOMELY 精工密铺”法,将瓷砖之间的铺贴缝隙控制在 0.35mm 左右,缝隙是普通瓷砖的 1/3,健康整洁,独特唯美。

(通利)

90 度家居 广州建博会首秀

7月8日-11日,90度家居 C 位亮相,启幕建博会高光时刻。

90度家居首秀广州建博会,充分展现了设计思维,实现了家居空间柜类到橱柜、瓷砖、及护墙板之间的整体专业搭配,实现全屋定制风格一体化……前沿的模式和时尚的产品吸引了行业内外知名媒体纷至沓来,争相报道本次 90 度家居的活动盛况!

直播风潮下,更有多家媒体在 90 度家居展位进行现场直播、采访,线上实时播报活动盛况,全国主流媒体持续曝光,引爆行业关注。

做好行业传播的同时,90度家居加速推进新媒体社群运营建设,在内容创作和多元渠道立体化融合方面进行积极探索。目前正通过多平台、多形式、高频率的正向传播,打造全域传播平台,以强势的传播力提升品牌影响力。

本次建博会活动中,90度家居联合高品质的抖音作品及抖音话题挑战赛,以近 50 万次的曝光热度引发火爆关注。更由此吸引到抖音平台顶级流量大咖“设计师阿爽”前往展位直播,收获超高的人气热度。

抖音平台运营,目前以 61% 粉丝增长、近 50 万次播放曝光,实现品牌宣传强势曝光。

迎时代抢先机,90度家居全线开拓布局,在融媒浪潮下,强化传播内容质量、加强媒体渠道建设,建立全媒体生产能力,精准直投、立体传播,持续扩容,并锁定不同垂直人群进行相应的拓展与渗透,加速推进品牌流量汲取,实现更加精准的圈层营销。

(90度家居)

蒙娜丽莎 2020 上半年净利润 预计同比增长 26%-40%

7月11日,蒙娜丽莎集团(002918)发布 2020 年上半年业绩预告显示:上半年归属于上市公司股东的净利润 2.08 亿元-2.31 亿元,比去年同期增长 26%-40%。(备注:上述业绩预告是公司财务部门初步测算的结果,未经审计机构审计。具体财务数据将以公司 2020 年半年度报告披露的数据为准。)

逆势出击,扩张布局

从疫情爆发紧急按下暂停键到如今进入后疫情时代,企业是该被动防守还是主动出击?蒙娜丽莎选择了后者。首先是复工复产方面,自 2 月 10 日起就开始复工复产的蒙娜丽莎做到了稳产,上半年 25 条生产线满负荷运行。

2 月 10 日,蒙娜丽莎广西生产基地 D 窑正式投产,西樵生产基地和清远生产基地迅速复工复产,成为行业少数率先复工复产企业。

4 月初,蒙娜丽莎广西生产基地一期四条生产线全部投产,日产量超 8 万 m²。广西藤县生产基地一旦建成,其产能大于西樵生产基地+清远生产基地的总和,相当于再造一个蒙娜丽莎。

另一方面是推进两大重点项目的建设。

5 月 8 日,蒙娜丽莎拟投建特种高性能陶瓷板绿色化、智能化技术改造项目,项目总投资达 6 亿元;6 月 6 日,蒙娜丽莎广西生产基地一期二阶段 3 条生产线项目正式开工建设。

战略合作,共创共享

一直以来,蒙娜丽莎聚焦“大瓷砖·大建材·大家居”战略布局,TO-B 和 TO-C 双轮驱动,蒙娜丽莎加强与龙头房地产企业的战略合作,以应对销售渠道的变化;强化渠道下沉,快速向乡镇级市场渗透,加快门店建设、门店升级和网络布局……

其中,深圳碧桂园创新投资有限公司拟投入 5 亿元参与认购公司非公开发行股票 2765.49 万股股份,上述非公开发行股票事项尚需获得中国证监会核准,认购数量以中国证监会最终核准发行的股票数量为准。如发行成功,碧桂园创投将获得蒙娜丽莎约 6.33% 的股份。

6 月 19 日,蒙娜丽莎市值突破 134 亿元。

6 月 30 日,蒙娜丽莎携手广东联邦家私集团、万格丽不锈钢家居、合生雅居、OOD 全屋定制等品牌企业参与到岩板高定生态圈的构建及完善,开启蒙娜丽莎岩

板高定品质时代。

与此同时,蒙娜丽莎连续 5 年获评“万科 A 级供应商”,连续 11 年荣获房地产 500 强首选“供应商”,3 月 18 日,蒙娜丽莎荣获“2020 中国房地产开发企业 500 强首选供应商·建筑陶瓷类”、“2020 中国房地产开发企业 500 强首选供应商·景观 PC 砖类”两项殊荣……

科技创新,强大动能

在市场环境整体疲软的情况下,要保持业绩的快速增长,最主要的是依靠科技创新,在产品品质的提升、品类的开创、生产自动化、智能化领域有大的蜕变与提升……

2020 年,蒙娜丽莎推出上百款新产品——意大利原创设计之银河星辰系列、全能跨界之超石代岩板系列、家装新贵之连纹大板背景墙系列、二次装修理想选择之陶瓷薄板系列、以工艺致敬仿古之岁月风华系列……

值得一提的是,蒙娜丽莎集团获得日本授权专利“低收缩高强度大规格陶瓷板及其制备方法”,提高陶瓷板的强度,并降低了大规格陶瓷板的烧成收缩率,得到了低收缩高强度大规格陶瓷板。

中国大角鹿,全面实现“四个世界级”

7月8日,大角鹿超耐磨大理石瓷砖在 2020 中国建博会(广州)现场举行了新产品、新服务上市发布会,200 多位嘉宾、50 多家全国主流媒体与行业媒体、35 万+建材家居人通过线上直播观看了盛况。

所有参会嘉宾共同见证了大角鹿全新推出的“超耐磨大理石岩板系列”和全国首创的“密缝连纹铺贴”新服务的正式面市。这是大角鹿继开创了领跑全球的超耐磨技术后又一里程碑式创新产品与服务。

超耐磨大理石岩板 再次刷新耐磨新高度

作为超耐磨大理石瓷砖的开创者,大角鹿一直在探寻超耐磨的极限。为解决瓷砖易磨花、纹理不天然、缝隙大不美观等问题,做出了一系列探索与革新。

经过一年的钻研,大角鹿再次刷新超耐磨新高度,全新推出的“第 2 代微雕超耐磨钻石釉”技术,耐磨指数全面提升到

6000 转以上,比普通瓷砖耐磨 3 倍以上,防滑性能达到 A 级,彻底实现了耐磨指数和防滑性能这两方面的“全球绝对领先水平”。发布会后,大角鹿超耐磨大理石岩板系列也将全球同步上市。

瓷砖好不好,磨磨就知道!过去一年,大角鹿实现了 63% 的逆势增长,并在全国掀起了一股超耐磨浪潮。据悉,大角鹿已在全国 80 个城市,举办了 538 场超耐磨万人 PK 大赛,累积超 26900 人参与、161400 人共同见证,共发放奖金 3100000 元。

推出密缝连纹铺贴 推进瓷砖行业技术革新

源于产品上的创新以及服务上的创新,在本次发布会上,大角鹿还带来了行业另一突破革新,首创“密缝连纹铺贴”服务,并在技术上实现了 3 个创新:一、缝隙更密,细达 0.3mm;二、专属密缝王;三、专业密缝铺贴施工队伍。

冠星王陶瓷 1 亿补贴招商行动火热开启

7 月,冠星王陶瓷强势发起“百城前三——冠星王补贴 1 亿招商行动”,全面启动冠星王陶瓷 2020 年度招商计划。本次招商计划,冠星王陶瓷结合 1 亿的专项帮扶基金扶持,以及冠星王陶瓷 25 年在品牌力、智造力、产品力、营销力、展示力等多方面积攒的强大发展势能,用全新的价值角度,旨在培养并打造 100 个城市前三甲客户,与志同道合者共同开启陶瓷市场新蓝海!

2020 年,以“未来家”为设计蓝本的冠星王终端 30 版雅奢生活馆,在全国各地次第开放,从 400m² 以上的形象店模式,到 80-200m² 的标准店模式,应有尽有。

25 年来,冠星王陶瓷始终专注于高端瓷砖的设计与制造闻名业界。在产品研

发设计上,冠星王陶瓷先后与 Tecnografica、Newton、Digital & Design 等 3 大意大利顶级设计公司建立长期战略合作,确保产品体系始终与国际潮流接轨;

在生产工艺上,冠星王陶瓷结合对产品光感的精准把控,通过光感处理工艺+珍珠干粒技术、数码模具精雕技术、雅抛、柔抛、珠光抛等多种瓷前前沿科技工艺的叠加运用。

与此同时,冠星王陶瓷成立区域中心仓,通过在中心仓模式,经销商可以直接在中心仓发货,一方面可以大大缓解仓库租用、产品压货等缓解带来的巨大运营压力,另一方面,可以有效节约物流时间,缩短了经销商拿货的物流周期,解决了压货带来的色号、尾货、不良库存的问题。中心

据悉,目前全国 99% 以上的企业做不到密缝铺贴,更别说密缝连纹铺贴。而大角鹿在材质纹理、规格上的精益求精,和对产品尺寸精准度、平整度、切割工艺和铺贴技术上的把控,让密缝连纹铺贴变成了现实。

全面实现“四个世界级” 大角鹿全球品牌之路迈出步伐

为了做好一块真正的好瓷砖,稳步地创建全球品牌,大角鹿公司与全球知名供应商达成合作,在产品生产制造方面实现了“四个世界级”。

一是世界级的釉料供应商。大角鹿坚持采用全球第一的釉料——意大利卡罗比亚釉料,该公司在全球 18 个国家拥有 28 家公司。卡罗比亚釉料总经理狄马罗直言:“超耐磨钻石釉的耐磨度和釉面强度都达到了以往大理石瓷砖无法达到的标准”。

在智能制造方面,蒙娜丽莎广西生产基地以智能化进行全生产线的脱胎换骨,实现从生产到装配完成一站式自动化工作,全线生产员工配备,原本需要 120-130 人,现提高自动化程度需要 70-80 人。

触电直播,创新营销

2020 直播电商按下加速键,蒙娜丽莎在互联网思维引导下,积极探索线上线下渠道闭环的建设,展开一系列创新营销变革。

2 月份“超品直播,硬核福利”、3 月份抖 in home 家居节、5 月份 520 爱宅一起、6 月份 618 连纹大板新品上市直播、致敬英雄城武汉专场……蒙娜丽莎在京东、天猫、苏宁等电商平台、抖音、快手等短视频社交平台不断乘胜追击,通过轮番上线直播,完成线上蓄客,线下成交。

蒙娜丽莎瓷砖积极拥抱“短视频+直播电商”“线上+线下”新模式,联合佛山新闻网发起“佛山品牌万名产业带带货达人培训计划”暨“微笑天使 2020 直播创训营”,全力打造品牌网红直播团队。

(蒙娜丽莎)

二是世界级的数码喷墨打印机。为了让大理石瓷砖的纹理更加清晰通透,天然逼真,大角鹿瓷砖采用美国星光 SG600S 喷头,将新一代超高清喷墨机和传统丝网技术结合,运用 6 层意大利卡罗比亚超耐磨印刷釉叠加 3D 高清喷墨跳印技术,在业内首创了全真技术,突破了传统工艺色差、通透度差的问题,打造出了自然逼真、纹理通透的大理石瓷砖。

三是世界级的天然石材纹理。全世界寻找名石,开创全球独有花色。大角鹿董事长南顺芝亲自带领团队踏遍意大利、土耳其、法国等全球著名矿区,多年来从未停歇,只为寻找纹理完美的天然珍稀石材。

四是世界级的设计团队。大角鹿设计团队由意大利顶尖设计师罗伯特带队,汇集多位国内外优秀设计师组成,团队以全球搜寻而来的珍贵石材为蓝本,以还原大理石天然纹理为目标,不断创造出让人惊叹的设计奇迹,设计作品曾斩获国内外无数创意金奖。

(大角鹿)



19 年匠心研发 专注内墙砖制造

内墙砖 只选联众

红墨水	黑墨水	白墨水	绿墨水	精雕工艺	下陷工艺	300×300mm	300×450mm	300×600mm	300×800mm
精雕模具	普通干粒	亮光干粒	哑光干粒	彩色干粒	糖果釉	300×900mm	200×600mm	250×750mm	400×800mm
闪光工艺	柔光工艺	无光工艺	喷釉工艺	甩釉工艺	色釉工艺	400×900mm	400×1200mm	330×1000mm	