

东方地毯：家居地毯消费的引领者

随着中国新的消费方式的升级(大消费),消费者需求正在发生实质性转变,向多样化方向发展。中国地毯协会会长张玉芬曾表示,“受国际金融市场震荡的影响,导致地毯出口减少,相反国内市场的需求则逐年增大,平均年增速在 20%以上。地毯业内销市场将全面开花,迎来行业黄金期。”

■ 本报记者 王莹

地毯行业 迎来大消费黄金期

近年来,随着地毯业健康有序的发展,曾被消费者视为“高档奢侈品”的地毯,渐趋走入寻常百姓家。据欧美地毯协会的统计,随着生活水平的日益提高,越来越多的家庭开始使用地毯,欧美纤维铺地材料消费量占总铺地材料消费量的 70%左右,其他硬质铺地材料如陶瓷、木质、塑料以及复合材料等只占总消费量的 30%左右。在美国,家用地毯占 74.1%,商用地毯占 21.9%,另外 4%用于运输工具。

而在中国,地毯消费刚刚觉醒,市场需求呈稳步增长。

地毯有着悠久的历史,蕴有丰富的文化内涵。作为铺装地材,地毯为消费者营造品位的居家享受。作为现代软装饰的重要组成部分,有品位的家居绝对少不了地毯的修饰美化作用。用地毯装点空间,可以体现主人独特的品位,同时,令室内的其他摆设也相映生辉。

东方地毯集团有限公司传承东方文化,设计以人为本,致力于打造和谐、温馨的居住环境。在出口产品、与西方文化交融的同时,将东方文化传播向世界,成为东方文明的一面旗帜。

东方地毯： 带来舒适生活感受

“吸音、保温、防潮、舒适是地毯选择的首要因素,现代人越来越注重个性化的生活,地毯作为时尚家居中的一部分,已经是室内装饰的重要内容,成为主人展示自我风格的时尚元素。不同于地砖瓷砖的冰冷,现代的地毯以丰富的色彩和独有的质感,给人带来舒适的优质生活感受。”东方地毯集团有限公司市场部经理史新才向《中国企业报》记者介绍。

目前,国内消费者对地毯的使用存在很多误区。消费者普遍认为地毯难打理、难清洗。“其实,一般的地毯清洁用吸尘器足以。”史新才向记者介绍道,“现在的工艺已达到,加上我们生产的地毯在着色方面有讲究,地毯清理不再是难事。”

地毯自有赏心悦目。悦目之处在于其丰富的图案;赏心则归功于悦目之余内心的欢愉。“由于地毯具有



丰富的图案与色彩,室内铺上地毯后,与家具、四壁以及其他装饰器材一起,构成一幅和谐、协调和舒适的图画,能给人有一种良好的心态。人处于居室之中有舒畅、轻松的感觉。”史新才自认是地毯迷。

另外,同其他地面材料相比,具有优良的吸音效果,能减小声浪传播。

“地毯对地面的凉意有一个阻隔作用,同时还起到节省室内空调能源的作用。在地毯上行走,不易打滑摔跤,即使跌倒了也不易受伤,小朋友的安全能够有效保障。同时易碎物品落下时,也可防止或减轻破损程度。”史新才向记者透露了地毯另外一个功能,即提供舒适的踏足地面。

“由于地毯的毯面为密集的绒毛结构,因此从空中下落到地毯的尘埃,为绒毛所粘,阻止向外界飞逸开来。即使再次步行踩踏地毯所产生的扬尘,其程度也远低于硬质地面,相对地降低了空气中的含尘量。”这是地毯最重要的功能,即防尘。

东方地毯会针对消费群体不同生产各式花色图案,“有的主销欧洲、其他的主销西藏、中东。”史新才向记者介绍,“从我们的调查中了解

到,无论是商业用户还是家庭用户,使用地毯的一个重要原因就是品位,因此我们明确提出地毯就是品位,地毯就是文化的理念,使用地毯就是有品位的象征。”

参展行业展会 打造家居地毯“第一品牌”

国内软装饰市场需求日趋受消费者青睐。地毯、布艺、墙纸等软装产品相结合,更能营造“家”的感觉。地毯作为软装的重要成员,在居家环境中扮演着重要角色,时尚、美观、实用的地毯、新颖、独特的块毯、装饰性强的艺术挂毯,皆给居家生活舒适、美好的享受。

据悉,第十四届中国(上海)墙纸布艺地毯展览会于 8 月 16 日—18 日在上海世博展览馆开展。此次展览会是亚洲第一大规模的墙纸、布艺、地毯、家纺展览会,为期 3 天,国内知名墙纸布艺企业纷纷参展。此次展会,地毯行业第一次参展。东方地毯作为家居地毯消费的领军者,在此次展会中收获颇丰。

“我们能更直接地获得市场需求信息和客户资源。在家装行业,由于墙纸、布艺软装和地毯是密不可分的,在以墙纸为主体的展会中,吸引了大批墙纸经销商,这批经销商大部分都以承建装饰工程项目为主,在墙纸项目承建过程中,许多商家也意向把地毯铺装纳入经营范围内,以便于在节省资本的同时来获

得更大的营销份额和利润。”史新才向《中国企业报》记者透露。

“还有为数不少的地毯经销商慕东方地毯之名而来,其中部分商家以工程满铺为主,主要针对地毯价格、交期和质量方面进行了了解,并要求给予样板图册和具体报价;另一部分主要是意向做地毯专卖店,此类商家主要针对家居中高档块毯,其中新西兰羊毛剪花、天然色系列、毛加丝系列产品等备受青睐。”

“我们公司还生产挂毯,在展会的时候有顾客问我们这幅画的价格多少,其实这是一个挂毯。技艺精湛程度可见一斑。其实价格并不贵,普通家庭都能消费得起。”

软装具备容易更换的特点,不用大动干戈敲地砖刷油漆,并且费用花销不高,普通家庭皆可接受。针对不同的季节甚至心情,变换不同的居家风格,为追求时尚品位的都市一族,追求变化有新鲜感的居家环境提供先决条件。

东方地毯人十几年如一日不断创新、严格管理,以消费者需求为出发点,通过为消费者提供高品质的产品和高品质的服务,使地毯的品质满足消费者的需求,最大程度上的体现消费者的品位。“东方地毯在公用地毯领域已处于第一阵营,我们也要把东方地毯打造成家居地毯的‘第一品牌’,成为家居地毯的引领者。”史新才对记者非常激动地说道。

优质产品：东方地毯 与消费者的沟通桥梁



■ 本报记者 王莹

随着中国新的消费方式的升级(大消费),消费者需求正在发生实质性转变,向多样化方向发展。近年来,随着地毯业健康有序的发展,曾被消费者视为“高档奢侈品”的地毯,渐趋走入寻常百姓家。中国的地毯市场需求呈稳步增长。但是消费者对地毯消费存在诸多顾虑。地毯本身具备怎样的功能?地毯消费者对地毯有怎样的需求?厂商和消费者之间最好的沟通桥梁是什么?如何引导地毯消费?对此,《中国企业报》记者专访了东方地毯集团有限公司总经理崔旗。

《中国企业报》:新的消费方式的升级,即消费需求向房地产、汽车等方面转移,对地毯行业产生怎样的影响?

崔旗:地毯与房地产之间的关系非常密切。酒店对地毯需求量增长与地毯总需求量增长呈直接关系;而家居地毯的消费量相对较小。地毯与汽车的交集便是汽车羊毛坐毯,光北京市场而言,私家车数量截至 7 月底,全市机动车保有量 511.6 万辆。保守估计,即使只有 10%车主对坐毯有需求,这个总量也是非常可观的。

《中国企业报》:在您眼中,国内外消费者在地毯需求消费上有无差别?

崔旗:对于中外消费者的地毯消费而言,我觉得是文化诉求和消费理念的差别。在波斯文化、伊斯兰文化影响下,其国家的消费者把地毯视为必需消费品,地毯消费和毛巾消费一样。我们曾去俄罗斯或中东国家,即使比较贫困的居民也会有地毯的消费需求。其他发达国家,像欧美、日本,地毯早就成为消费品。

而在国内(除新疆、西藏地区),消费者会依据经济水平和对生活品质要求的不同来选择购买地毯。华东地区地毯、汽车坐毯的销售量较大,反映的是这个道理。南方沿海城市居民生活水平稍高的家庭或别墅会选择地毯作为铺地材料;北方的消费相对较晚,但都已慢慢起步。

而新疆、西藏地毯需求量几乎是沿海城市的 10 倍以上。在西北,车里都会用到羊毛车毯,因为它们冬暖夏凉。亲朋好友逢年过节送礼地毯亦居多。

《中国企业报》:国内消费者对家居地毯消费存在哪些顾虑?

崔旗:“地毯消费是奢侈品消费”,这是华东地区的消费心理。地毯很贵的说法其实源自于手工地毯。上个世纪 80 年代左右,我国还是手工地毯的重要出口国。当时买地毯一般是通过外贸公司或是厂家直接买,像滨州就有手工地毯厂,当时都是通过朋友介绍进行购买。想想当时就一个月工资 200 元左右,一块手工地毯需要花费工人 1 年左右的时间,地毯价格在 1000 元以上,这就属于高档消费品。而现在 70%的消费者都是大众消费,机织地毯便是较好的选择。价格都不高,像东方地毯生产中端的地毯,一块放在客厅的地毯,价格仅千元不等。

“家居地毯难打理难清洗”,这个情况其实随着技术的更新基本解决。日常用吸尘器就行。其实,中国家庭更喜欢瓷砖、水泥、大理石或木地板作为铺地材料。这就和生活习惯相关联,百姓习惯用拖把而不习惯用吸尘器。有个数据,国际上,地毯占铺底材料的比例是 70%;而国内比例不到 1%,这反映出国内家居地毯的未来发展空间非常大。

“地毯生螨虫”,这个及时清理就行。可以定期吸尘后用温湿的毛巾擦拭地毯即可。螨虫并不可怕,它是靠食人体皮肤屑为生。一个家居环境很干净的床上,螨虫就有 2 万只左右。而对于羊毛地毯只要能防潮就没问题。加之现在的地毯都是化纤,基本都能解决这些问题。

《中国企业报》:地毯都有哪些功能?

崔旗:在中国,家居地毯主要以美化环境为主。门垫、茶几垫、床头等都能起到装饰作用。另外,地毯冬暖夏凉,对温度有调节作用。地毯还能满足大众的安全需求。像发达国家的医院、机场等公共场所都要求铺地毯。对于病人、老人和孩子而言,能防滑。最重要的一个功能是防尘,可以相对的降低空气中的含尘量。地毯还有很多好处是铺地材料中最环保的一种。另外地毯价格低,可更换。事实上,地毯在中国每年增长 30%以上。

《中国企业报》:您觉得厂家和消费者最好的沟通桥梁是什么?如何引导地毯消费?

崔旗:高品质的产品和窗口是厂商和消费者之间最好的沟通桥梁。高品质的产品最为重要。东方地毯通过加大技改力度,调整产品结构,加大投入,力图生产出消费者最为中意的地毯产品。而窗口指的是销售渠道。我们地毯一般在家居建材市场进行销售,还有家居装饰的配套出售。除了直销加盟,淘宝和独立 B2C 电子商务平台上的推广也逐步展开。

东方地毯的目标人群是北京、上海、广州等大城市中高收入家庭,尤以新婚家庭为主。消费者担心地毯不好清理,这与国内清洗地毯配套设施的不完善有关。事实上,大城市有连锁的干洗店。像在滨州,就有清洗公司上门服务。一年清理一次,5 元/平方米,翻新 70%—80%。企业也可以和当地干洗连锁店合作,购买这个品牌的顾客可去合作干洗店免费清理一到两次。客户形成习惯便水到渠成。

另外,要进行地毯文化、地毯消费的传播。让消费者了解地毯的好处,逐步改变消费理念。



地毯日常的维护保养

人们踩踏而带来的室外灰尘等污物容易使地毯脏污,因此在居室外合理地铺设门前垫,是很好的预防措施,对门前垫进行经常性的清理,能够有效地减少污染源对地毯的污染。另外,要经常性地利利用吸尘器吸尘,最大额度地除去地毯中的尘土和减少室内浮尘,保持室内较好的空气质量。一般家庭铺设地毯,人流通量不是很大,建议每周至少吸尘一次。

地毯的保养

- 1、新的地毯使用初期会有轻微伏毛出现,属正常现象。
- 2、地毯表面谨防利器刮蹭及烟头烫伤。
- 3、地毯出厂时大都做过防蛀处理,无需放置防虫剂而对地毯及人体产生危害。
- 4、地毯上撒落污渍,应及时清洗,时间长了将难以去除。
- 5、为了不把尘土带入地毯区域,应在入口处设置去尘垫垫。

另外,地毯与化学品接触后,可能会产生化学污渍或出现褪色,故应避免地毯沾染一般常用化学品,如强力清洁剂及护肤品等。此外,地毯不能长期受阳光直接照射,否则会出现褪色的情况。

地毯需要经常吸尘,因为尘埃藏

积在地毯内,会对纤维造成磨损,并且使地毯的颜色变得灰暗,在楼梯、大厅、走廊和走动频繁的地方,每周吸尘两至三次,卧室也应至少每周吸尘一次。

地毯的清洁

不同种类的地毯,有不同的清洁方法和清洁周期。要妥善保养好地毯,必须具备良好的专业知识,有一个完善的清洁计划。

- 1、日常滚刷吸尘,尽早吸走地毯表面的浮尘,以免灰尘在毛纤维之间沉积。滚动的刷子不但梳理地毯,而且还刷起了浮尘和较有黏附性的尘垢,以便吸走,所以清洁效果比单纯吸尘要好。
- 2、及时去除污渍,新的污渍最易去除,必须及时清除。若将污渍干燥或渗入地毯深处,对地毯会产生长期的损害。
- 3、定期进行中期清洁,行走频繁的地毯,需要配备打泡箱,用干泡清洗法定期进行中期清洁,以去除黏性的尘垢,使地毯保持光洁如新。
- 4、深层清洁,灰尘一旦在地毯纤维深处沉积,必须采用抽洗方法进行深层清洁,使地毯恢复原有的光亮清洁。对水有敏感的地毯,可用干泡清洗代替抽洗法进行清洁。