东方地毯 再定义铺地材料

本报记者 **王莹**

中国城镇化进程加快,不仅拉动了地材产品旺盛的需求,更为地面材料及铺装行业创造出前所未有的价值与利益。我国地材行业经过近 30 年的发展,已经由上世纪 80 年代到 90 年代初瓷砖独霸天下转变为 90 年代后期地板、瓷砖共享天下的局面,进入 21 世纪,国内地毯市场发展迅速,市场占有率进一步扩大,逐渐形成了瓷砖、地板、地毯三分天下的格局。

铺地材料行业 面临深度革命

根据麦肯锡全球研究院的权威统计,中国城市人口将于 2025 年达到 9.26 亿,新增 3.5 亿。将出现 221 座 100 万人口的大城市,23 座过 300 万人口的超大城市。400 亿平方米的地材需求量,相当于 2—5 万幢超过 30 层摩天大楼,堪比十个纽约市的大楼数量。

"我国地材的需求量在未来 30 年还有很大的增长空间,市场前景广阔,地板、瓷砖和地毯等类型的地材品类的产销量都将有所上升。但各自的市场比例会有所变化,瓷砖的市场占有率还将持续下降,地板、地毯的占有率将继续上升。未来几十年内,在城市,地板有可能取代瓷砖成为最主要的地材产品;地毯市场占有率有望达到近 20%。"业内人士在接受《中国企业报》记者采访时指出。"低能耗、低排放、低污染、追求绿色环保的建材产业发展模式对于铺地材料行业而言孕育着新一轮的深度革命。"

据权威部门研究结论,预计未来 5 年,中国每年新增住宅面积 10.33 亿平方米,装修面积(含二次装修)为 15.99 亿平方米。据此计算,地毯作为重要的铺地材料,家用市场将是我国地毯行业新的经济增长点,各地毯生产厂家也将以家用市场为重点,围绕家用市场开发新型产品。据不完全统计:在北京、上海、广州、深圳等国内一线城市新装修房和二次装修房,地毯普及率高达 35%。

"许多消费者面临着二次装修的问题,选用何种地面铺装材料是个不容忽视的问题,与几年前热销的瓷砖、地板相比,消费者的选择开始渐渐发生变化。瓷砖、地板拆装程序的繁琐及回收面临的各种问题,使得消费者渐趋铺装方便、经济便捷的地毯作为其二次家装的地材首选。"东方地毯集团有限公司总经理崔旗向《中国企业报》记者说道。

现代"轻装修重装饰"的装修理念,也使得此类消费者更愿选择时尚且个性的地毯作为其呈现整体家居风格的搭配装饰。

另有分析人士认为,今后北美地毯市场仍以每年 2%—3%的速度增长,但在亚洲的增长速度将达两位数。显然,亚洲是一个极具发展潜力的新兴地毯市场。北京 2008 年奥运会和上海 2010 年世博会等项目对我国经济的拉动,各大城市不断增加各种政府建筑公共设施项目,加上新建大量商务中心和酒店,无疑都对中国地毯行业发展起到巨大的推动及促进作用。

地毯在铺地材料中"突围"

随着地毯市场占有率逐步上升,地毯吸音、保温、防潮、防静电、脚感舒适等一系列优点和图案精美、价格较低、铺装简单、易于更换、适合大面积铺设的特性为越来越多的人认知和信赖。

地毯作为一种优质的室内装饰性铺地材料,在我国有着悠久而光辉历史。文字记载可以追溯到 3000 多年前,有实物可考的也有 2000 多年。1980 年,在新疆的楼兰古墓中挖掘到西汉晚期地毯残片,证明我国新疆编织地毯的历史已在 2000 年以上。

机织地毯替代传统手工地毯的生产方式以后,更以产量大、花色多、质量稳定而拥有了更加广泛的应用领域。在室内铺上地毯,不仅可以美化环境、舒缓压力,使人感觉舒适,而且还有吸附空气微尘、降噪吸音和保温吸湿等作用,因此,地毯在全世界范围内都深受各层次消费者青睐。随着中国经济的快速健康发展,中国机织地毯行业近年来继续保持了高速发展势头。

2011 年中国地毯出口总量为 5.9 亿平方米,比上年增加 5%;地毯出口总额为 23.2 亿美元,比上年增长 18%。其中机织地毯出口量为 8884 万平方米,比上年增长 5.76%,机织地毯出口额为 3.9 亿美元,比上年增长 25.8%。

"高档产品、高档原材料的比例连年稳步上升,低档产品、低档原材料的比例逐年下降,这将成为我国行业产品结构调整步伐稳步进行的主要潮流。"地毯协会相关负责人对《中国企业报》记者说道。"家用市场开发力度加大。开发家用地毯市场,推进地毯进入家庭,既是地毯行业解决当前市场竞争激烈、产品供大于求矛盾的主要途径,也是企业持续发展,行业形成规模的主要出路。"

东方地毯集团有限公司市场部经理史新才向《中国企业报》记者表示,期望地毯行业的发展能够向着地板行业那样去走,既能面向工装,又能面向民用、家用。

"东方"中国地毯 行业第一品牌

中国工艺美术协会地毯专业委员会相关负责人在接受《中国企业报》记者采访时指出,东方地毯有限公司致力于家用地毯的开发与生产,90%的威尔顿设备用于生产家用地毯,其产量占地毯产量的近 50%,仅 2012 年 1—9 月的销售量就比上年提高了 16%。

始建于 1994 年的东方地毯集团有限公司作为综合性专业地毯制造商,现已具备强大营销、研发和生产实力。公司通过组织重构、5S 管理、工艺流程再造、产品集中化、人力资源、企业文化、物流输出与产品品质等方面保障集中化竞争战略,以提高市场竞争能力。

作为"金樽奖"全球酒店业最佳合作伙伴,"2012 年世界酒店·五洲钻石奖十大品牌供应商"、"2012 年度纺织行业 500 强",2012 年,综合经济指标挺进全国地毯行业前三甲,销售收入跃居行业第二位的东方地毯在技术上的改革创新步伐从没间断过。史新才告诉记者:"环保地毯是地毯发展的潮流、趋势,东方地毯充分利用自身强大的科研优势,积极打造环保地毯。"

据了解,东方地毯在地毯工艺的开发与研究上打破了原有的开发模式,推出了"立体开发的模式",充分利用新材料、新工艺、新技术等开发新市场、新用途及功能性产品,研究出了一条循环开发模式。"这是东方地毯品牌走向国际化最为重要的一步。"史新才说。

目前,公司自主开发的产品有 1000 多个,取得专利证书的有 56 项,另有 10 余项专利正在申请办理之中。公司自主研发的高档高密度提花机织提花地毯荣获山东省科技进步奖、纺织行业新产品奖。2003 年公司把新型材料 PTT 用于机织地毯,这一新产品的开发,填补了国内空白,也成为公司经济效益新的增长点。

上海嘉兴大洋洲假日酒店

观察

东方地毯: 从产品制造到文化创造

王莹

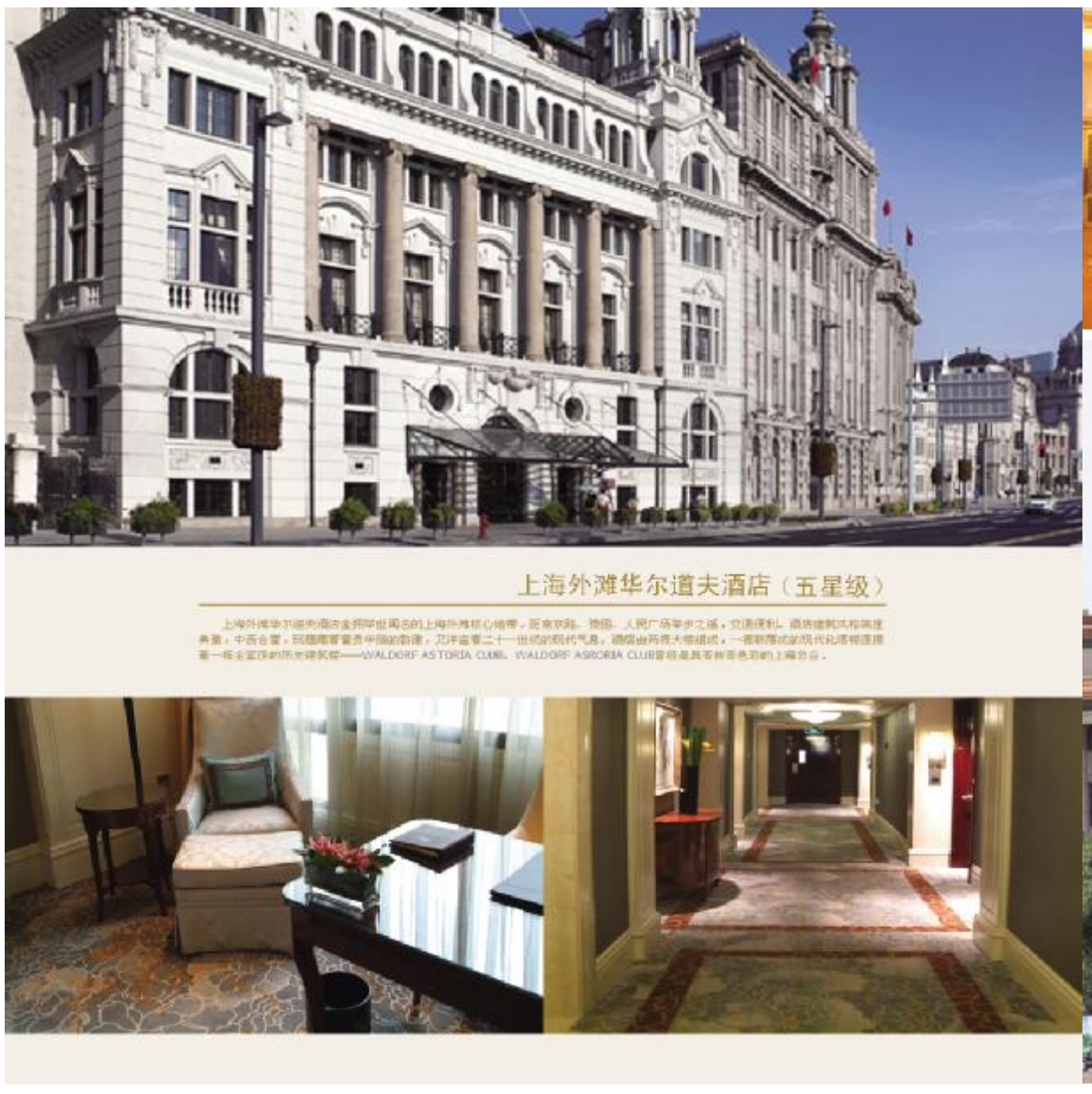
"中国经济将迎来新的大发展期,尤其是稳定的环境必将为酒店、房地产等阳光产业提供发展空间。作为相关的地毯产业,地毯的需求量必将加大,而随着上海世博会、广州亚运会在中国的举办,大大加快地毯产业的发展,这些条件都使地毯行业迎来新的发展机遇。"东方地毯集团有限公司董事长韩洪亮在接受《中国企业报》记者采访时指出。

数据显示,我国星级酒店数量整体年均增长率为 6%。预计到 2016 年,中国星级酒店客房数将从现在的 200 万间套增至 500 万间套,当前国内共有 1700 家星级酒店正在建设中。酒店数量的扩张,也由此带动了下游相关会展、采购、建材等一系列产业的蓬勃 。

正是这一判断让东方地毯笃定未来中国地毯市场迎来发展机遇期。诸多样板工程铺路高档星级酒店和会议中心。工程覆盖范围包括澳门君悦酒店、国家体育馆、上海大剧院、苏州东山宾馆、台湾皇家四季大饭店、青岛颐中皇冠假日酒店、上海丽都中港娱乐城、无锡万达喜来登等国内外各大五星级酒店,更与日本 NITORI 公司、美国 CAPEL 公司、瑞典 IKEA 公司等国际知名企业建立了良好的合作关系。

然而,东方地毯并没有止步。为适应市场需求,拉动企业新一轮发展,增强产品的市场竞争力,2013 年,东方地毯充分整合资源,加大技改力度,调整产品结构,加大投入,投资 5000 万元引进最新技术。另外,东方地毯已提前开始了环保地毯的尝试,在地毯工艺的开发与研究上打破了原有的开发模式,推出了"立体开发"的模式,充分利用新材料、新工艺、新技术等开发新市场、新用途及功能性产品,研究出了一条循环开发模式。目前,东方地毯生产的奥卡丽毯正式被国家质检总局直属的中国纤维检验局批准使用天然、生态纤维制品质量专用标志,这是行业内目前唯一被允许使用生态纤维产品质量专用标志的产品,实现了使用此标志产品零的突破。

韩洪亮表示,未来东方地毯将向中高端方向转型,向安全、阻燃方向转型,向生态环保方向转型,从而使东方地毯成为生态、环保的代名词。

东方地毯集团坚守"荣耀,在于超越"的核心企业理念,以强大的创新能力和不断完善的服务体系时刻积累着自己的知名度,大力拓展国内外市场,提升了东方地毯在国际和国内同行中的竞争力和影响力。集团挖掘、传承及弘扬地毯文化的同时,将地毯工艺与文化创意、高科技相结合,拓展开发出挂毯等新型地毯文化产品,并通过品牌化和信息化建立新的商业模式,从产品制造走向文化创造。

2012 年年初,东方地毯与伊朗的地毯企业签订协议,从而开始进口伊朗挂毯并逐步开展在全国各地的销售工作。伊朗被认为是地毯编织艺术的发源地。地毯不仅代表着伊朗悠久浑厚的文化,也是波斯文明的象征,而伊朗挂毯更是久负盛名。"伊朗挂毯被认为是尊贵高雅的象征,价格几万元甚至更高,销售量一直不错。"销售人员向记者说道。