

从制造企业到文化企业转型

# 东方地毯:品牌文化新“织路”

本报记者 王莹

近日,《中国企业家报》记者了解到,东方地毯集团有限公司与万达集团签订了战略合作协议:滨州东方地毯为万达集团 2014 年度的 24 家影院提供高品质地毯 20 万平方米。

“万达集团看重的不仅是东方的地毯,而是东方地毯具备的集‘研发、设计、生产销售、服务一体化、个性化、创新化’的企业能力。”在近日第五届世界酒店五洲钻石奖颁奖典礼的演讲中,东方地毯集团有限公司销售总监何永玉如是说。

而东方地毯作为国内知名的地毯生产企业,承揽过众多著名星级酒店的地毯设计、安装、售后服务工程,积累了丰富的实用经验。

“地毯不是一个简单独立的平面,它涵盖投资方、设计方、运营方综合需求和文化主题,并且紧扣成本与实用效果。品牌选择很重要。”

从酒店到高档影院,东方地毯正开辟着品牌文化的新“织路”。



东方地毯集团有限公司销售总监何永玉在第五届世界酒店五洲钻石奖颁奖典礼上演讲

## 立足国内商用市场横向扩展

据了解,过去星级酒店地毯一度趋于进口,推崇国际品牌;但由于受到图案、成本、起订量、周期的限制,部分国际品牌逐步淡出国内酒店市场。而目前,民族品牌领军中国机织地毯。

作为布局商用地毯领域多年的东方地毯而言,东方品牌已深入星级酒店样板工程。

“针对不同的酒店星级、主题文化,提供个性化的地毯方案设计,达到

整体设计效果要求;结合地毯品种、档次、编织特点以及配色,根据酒店的使用功能,进行合理的推荐;其中,酒店大堂、咖啡厅、宴会厅等高档办公区,可以使用手工地毯、阿克明斯特地毯;手工毯工艺结构紧密,变化丰富;阿克明斯特毯面大气、密度较高,充分体现办公区的档次和奢华。”何永玉在接受《中国企业家报》记者采访时这样说道,“此次与万达签约,就是东方地毯在商

用市场上的延伸,影院的使用功能和酒店相近,而选择我们,实为对东方品牌的深度认可。”

据了解,东方地毯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。2008 年,凭借品牌知名度与良好的质量,东方地毯成功牵手北京奥运,成为奥运国家体育馆指定地毯用品供应商。

“正是由于多年的技术和资源积累,此次商用市场的横向拓展得以实现。”何永玉表示。

## 走出去,成功打入土耳其中高端市场

而事实上,中国地毯企业早已站在产业变局的十字路口。

“为适应市场发展变化,属劳动密集型的地毯公司一方面加大技改投入降低生产成本,另一方面加快产品结构调整促进产业转型升级,部分龙头企业呈现出强劲的发展势头。”中国工艺美术协会地毯专业委员会相关负责人在

接受《中国企业家报》记者采访时表示。

今年以来,东方地毯集团有限公司投入巨资,引进国际最先进的地毯成套设备,壮大企业规模,增加市场占有率。

除了技改,地毯企业正着力从制造企业到文化企业的转型,读透了地毯消费者的品位与文化需求的东方地

毯,终于摸索出一条“中国地毯的新丝绸之路”。

在走出去的过程中,东方地毯更是运用商业化机制,重构文化符号的商业价值。“如今,我们的工艺块毯成功打入土耳其中高端市场。”东方地毯集团有限公司董事长韩洪亮表示。

事实上,东方地毯以其优质的服

务和卓越的管理享誉全球。通过产品创新和市场开拓,东方地毯在国内建立了 15 个分公司、36 个办事处和分销机构。目前,集团产品远销美国、加拿大、中东、东南亚、日本、韩国等几十个国家和我国港澳台地区,形成完整的规模销售体系,产品出口销售比例达到 40% 以上。

## “品牌为王”,将文化元素融入产品

一张地毯可以兼顾成本、效果、使用,那么,东方地毯的核心竞争力是什么?

何永玉总结出以下三点:其一,专业的设计能力与产品能力的结合,体现酒店主题文化;其二,先进的设备、外国技术专家组与质量体系保证;其三,持续的创新力。

具体而言,东方地毯将手工地毯

的文化元素融入现代机织地毯中,加以创新,并赋予新的产品生命;集团为星级酒店配备专业的设计团队,由国内著名的地毯资深设计师黄君之担纲设计总监;集团本部设有工程部,与全国 36 个办事处互动;与鲁美联合办学,形成战略实习基地;与上海东华大学进行科研课题链接。

“在技术上,集团配置比利时、德

国、美国、奥地利进口的尖端设备,形成星级酒店地毯的系列配套;从比利时聘请技术专家,保证产品品质与设计方案的完美结合;集团投资,成立行业地毯检测中心与国家级实验室(申报),实现地毯检测的标准化,参与行业标准的制定工作。”何永玉表示。

正是如此坚实的基础工作,自然

造就出东方的产品创新能力。

“快速的方案深化与准确打样;尊重设计原旨下的创新提案;国际化的视角,做到‘洋为中用’;借鉴欧洲设计元素与世界流行色彩;把握酒店的设计主题与自然人文,并融入到产品方案得以实现。”何永玉表示,从工厂角度实现产品与艺术、成本与方案、适用与效果的“三维一体”。

## 记者手记

# 企业之魂源自文化

王莹

在孔孟之乡、孙武故里,秀美的黄河之畔,国家级黄蓝经济圈地带,滨州东方地毯集团有限公司走过了 20 年历程。

东方文化源远流长,“东方地毯”取名“东方”,就承担着弘扬东方文化,传承灿烂文明的使命。企业标志以太阳为中心,代表企业如日出东方般朝气蓬勃,锐不可当;中间是大太极图案的变形,暗红为阴,金色为阳,阴阳互补,刚柔并济,圆转如意,具有浓厚的东方韵味;整体图形成破圆之势,寓意企业不断创新,不墨守成规,按红色向金色的渐变,在中心凝聚,代表东方地毯企业的凝聚力和向心力。

“东方地毯”四字更是运用书房墨韵,演绎出环渤海的隆起带,形成似山似水的审美意象,凝练、写意、静中有动、挥洒激情,象征着东方地毯美好未来,充满着强烈的艺术感和浓厚的文化气息。

东方地毯集团大力实施品牌战略,通过“荣耀,在于超越”这一核心企业理念,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、美誉度、忠诚度,大力拓展国内和国外市场,实现了与国际的接轨,大大提升了“东方”地毯在国际和国内同行中的竞争力和影响力,扩大了“东方”品牌在国内外的知名度,在国内市场占有领先地位。

东方地毯把品牌作为企业的生命,一路走来,先后荣获“中国地毯行业十大影响力品牌”、“中国环保地毯”、“中国驰名商标”、“中国名牌”、“国家免检产品”、“中外酒店十大白金品牌供应商”等荣誉称号和“中国驰名商标”桂冠;被推选为中国工艺美术协会地毯专业委员会副会长单位、中国家用纺织品行业协会第五届副会长单位;通过 ISO9001:2000 质量管理体系认证、ISO14001:2004 环境管理体系认证;是《机织地毯》国家标准重要起草单位。



东方荣誉

作为“金博奖”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,东方地毯集团有限公司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,成为“中国地毯行业第一品牌”。

东方地毯品牌经过多年的孕育,已经取得了巨大的成效,不但在地毯行业内基本家喻户晓,并且在纺织行业的企业内也声名鹊起,享有一定的知名度。

目前,公司自主开发的产品有 2000 多个,取得专利证书的有 112 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。

集团拥有当今国际设备技术领先的奥地利高速印花机、比利时范德威尔公司、德国圣豪公司的高档电脑提花剑杆织机、16 色英国阿克明斯特织机和日本全能簇绒织机、德国尼龙批染机、德国纺织设备,可生产各种质地的高档工程地毯及豪华工艺块毯。公司研发的奥卡利系列产品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,实现了使用此标志产品零的突破。

东方地毯将通过基础管理、科技研发、品牌建设和国内外市场的开拓,不断壮大自己,将中国浓厚的文化底蕴与地毯设计有效地结合起来,推陈出新,将传统与现代结合,符合时代潮流,将民族与世界结合,融入多元文化,使东方地毯真正成为地毯行业的国际知名品牌。

除了深耕品牌文化,东方地毯企业自身的文化建设更是体现在企业生产方方面面。

据了解,东方地毯集团有限公司在长期的生产经营中形成了具有自己企业特点的“八大”文化。“感恩、诚信、责任、合作、学习、速度、创新、执行”,即“八大”文化将企业和职工连接成一个有机整体。企业从中培养了一大批适用性人才,并获得了可观的经济效益和发展空间;职工从中收获了生活的动力、生产的积极性,陶冶了情操,受益终生。



东方地毯第一生产车间