

# 龙腾东方 传承品牌文化

东方地毯“环保+艺术”视觉盛宴闪耀上海国际会展

■ 本报记者 赵玲玲

近日,第十七届中国国际地面材料及铺装技术展览会在上海新国际博览中心圆满落幕。作为一个行业公认的平台,覆盖整个地板行业,吸引了来自30多个国家的1270多家参展商以及来自世界不同国家和地区3万多名观众。

东方地毯集团有限公司在董事长韩洪亮的带领下组织了强大的参展阵容,携多种系列新品亮相展会,引起了业界的广泛关注。



## 上海国际会展掠影



### “视觉系”家居新理念:中国地材新秀场

《中国企业报》记者在现场了解到,此次展会吸引了世界顶级品牌与全球地材行业领军人物汇集于此,地板板块的圣象、大自然、世友领军品牌齐聚,国际品牌参与度创历年新高,较往届增长25%。地毯方面,全球巡回的国际标准化组织铺地物技术委员会年会2015年中国站落户DOMOTEX asia,来自20多个国家的专家及业界精英齐聚一堂。从地板、地毯到弹性地材、地坪,显然,此次展会已经成为中国地材全产业链的“秀场”。

业内人士指出,伴随着消费观念的改变,消费者对地板、地毯等地材消费品各种属性的要求越来越高。美观、环保的地材产品得到了愈来愈多消费群体的青睐与关注。在保证质量

与环保的同时,如何打造一个整体艺术的视觉氛围?已然成为地材企业共同面对的问题。

在韩洪亮看来,占领市场的关键在于开发市场稀缺产品。“一个企业只有生产符合市场需求的产品,才能赢得市场”。

据东方地毯集团有限公司销售总监何永玉介绍,东方地毯今年带来参展的新产品涵盖了簇绒印花块毯、威尔顿丙纶印花块毯、匹染印花块毯、尼龙印花、毛锦阿克明等多个大系列新品,在市场上都取得了不俗的反响,吸引了世界各地经销商的眼球。

“我们很多新品是今年刚刚推出的,各大系列都推出了新的配色方案,加上都是原创性图案,走出同质

化怪圈。”东方地毯集团有限公司总经理崔旗对《中国企业报》记者说道。“特别值得一提的是索罗娜春夏秋冬的系列新品,是东方地毯与美国杜邦公司合作的结晶。产品中添加了用30%的玉米原料制作的材料,使地毯产品具有了永久抗污染、易清洗的特点,是其他纤维无法比拟的,客户的反映都特别好”。

“索罗娜冬系列是我最喜欢的展品,听说这个系列的配色灵感是来自于大自然,很新鲜,设计也很独特。更为重要的是制作材料也很环保,为消费者引导了更为优化的生活方式,也是现在地毯的流行趋势,是我重点考虑的对象。”来自山东潍坊的地毯经销商王先生对东方地毯的展品赞誉有加,并表达出了强烈的合作意向。

来自河北的经销商赵女士在笔记本上密密麻麻地记录了东方地毯的最新产品纪录:系列、花色、材料等各种数据,并与随行人员不断地交流意见。“有几个系列的产品在用料与设计上我们都觉得很不错,记录下来回去与我们团队研究一下,然后再来商谈下一步的合作细节”。

“哇,原来地毯还可以做得这么漂亮!”在东方地毯展会中参观的孙女士不时地发出赞叹声。“这块印花地毯设计的立体感很强,那边的索罗娜块毯花色很好,价格也很便宜,原来这种纱线也可以做地毯,以前认为是不可能,现在亲眼看见了,相信了,这在别的厂家很少能看到。”孙女士兴奋地对《中国企业报》记者称赞道。

### 打造东方新特色,传承地毯新理念

除了展会内部的新品吸引了来自五湖四海的客户外,2015年东方地毯的新作更是博人眼球,堪称是此次展会的最大亮点。在场馆一侧的整面墙上,挂了一幅1.4×1.9的九条龙块毯,吸引了众多与会参观者的目光。

“龙是中华文化里的主要图腾、

主要象征,我们中国人一向以龙的传人自居。龙腾至今约有8000年的历史,在中国传统中,龙与白虎、朱雀、玄武并称为四神兽,是权威与尊严的象征。”谈起自己花费两个月心血设计出的作品《九条龙》,东方地毯的设计总监黄君之显得颇为骄傲,“我们将地毯作为载体,与民族文化

相融合,坚持东方特色,这是我们东方地毯从品牌创立初始就一直坚持的理念,以后也会一直传承下去。”

据东方地毯相关负责人介绍,东方地毯矢志与客户一起合作,从调研第一手资料做起,不断改进设计,同时与市场结合创新。“根据大小、尺寸的需要,一个图案有多个尺寸,作为引领者,我们的创新成本会很高。像这幅图中龙的构图,为了精准地把握每条龙的颜色渐变,我们先后多次采集图片,并进行了修改”。

“我们与东方地毯合作了九年,最为看重东方地毯的地方一个是质量,一个是设计团队,一环扣一环,没有断层,连接的特别好。东方地毯设计出来的东西特别有竞争力,客户一看效果十分满意,文化内涵以及底蕴也比很多地毯企业高出一个层次。产品好,我们与客户沟通交流的时候也特别有底气。”来自辽宁的经销商田俊烈向《中国企业报》记者谈及与东方地毯的合作时对其赞不绝口。

来自广西南宁的经销商唐永红在谈及与东方地毯的合作时则显得颇为激动,“我做地毯行业已经十几年了,主要是做酒店与办公室类的地

毯销售。东方地毯整个团队的精神以及领导层的为人,都让我深感佩服。在我去年的地毯销售遇到困难时,东方地毯委派工作人员专程跑到广西来做现场指导,让我特别感动。除此之外,东方地毯的品质也是没得说,用料好,又有自己的特色,产品设计也十分丰富,色调控制得也非常好,不炫耀不浮夸。我现在只和东方地毯一家合作,只要东方地毯在一天我就不考虑别家。”当被问及参加完展会是否打算签订合作项目时,唐永红斩钉截铁地表示,“肯定会,有没有这个展会我今年都会有项目与东方地毯合作。”

据了解,为了东方地毯在此次展会上能够华丽亮相,整个集团投入了大量的人力物力。“每年三月的展会是行业的大聚会,虽然为期短短三天,但是我们在半年之前就开始着手准备,会后随即会对客户进行回访,进行市场调研,进而调整战略布局,为下一次的展会做准备,这是一个循环的周期。我们每一年都会推出新的产品,只有创新才能引领潮流。”说起展会的台前幕后,何永玉如数家珍。

