

白色调陶瓷成今年陶博会主角

日用陶瓷、工艺陶瓷都格外素雅,无铅无镉成陶瓷时尚范

本报9月8日讯(记者 臧振) 本届陶博会上,展品的颜色显得有些“单调”。流光溢彩、五颜六色的陶瓷制品少了,白色调陶瓷唱起了主角。不少参展商表示,这与陶博会乃至整个陶瓷行业越来越要求绿色环保有关,无铅无镉蔚然成风。

在陶博会现场,记者发现不只是瓷杯、瓷碗、陶瓷刀等日用陶瓷以白色为主,就连原本应金碧辉煌、争奇斗艳的工艺陶瓷也显得格外素雅。在淄博

一大型陶瓷厂商展区,从装饰到展品,都是一溜白。工作人员告诉记者,在越来越多的消费者看来,白色代表着高品质、健康、时尚,意味着绿色环保。“我们此次展出的日用陶瓷和艺术陶瓷都是很应景、很对消费者胃口的白色调,全部展品的材料都是无铅无镉的。”

张店的刘先生今年是第四年来参加陶博会,他现场购买了3套白色的餐具。“看到白色的陶瓷,就觉得健康、环保,自

己用着放心,送给亲朋好友也拿得出手。”而在一家陶瓷展区参观的几位市民也表达了同样的看法。

“不仅是陶博会,我们在生产时,也更加注重陶瓷制品的绿色环保低碳。”现场一家被授予了“当代国瓷”地域品牌使用权的陶瓷厂家称,他们生产的茶具、餐具、咖啡具、酒具等日用陶瓷,以及美术、礼品、广告陶瓷和高档宾馆酒店用瓷,包括骨质瓷、白瓷、乳白瓷等多个

瓷种,都是无铅无镉的绿色健康陶瓷,在国内外卖的很火。“无铅无镉、绿色环保,现在已经成为业内的新标准。”

“陶瓷企业更注重环保,一定程度上是市场需求变化导致的。同时,环保也成为了陶瓷商家和陶瓷业的一大竞争力。”业内人士认为,陶博会上越来越多的企业打出环保牌,这也反映出淄博陶瓷产业转型升级的加速,淄博陶瓷正走上绿色创新之路。

老孙来也—— 一个三年级越野人的阿拉善之旅

老孙不是孙悟空。他只是8月23日参加BJ40阿拉善越野英雄会选拔赛的一名选手。他陪着哥们去给BJ40做保养,正好在经销店看见北京汽车阿拉善T3挑战赛的选拔活动的海报,出于专治各种不服的秉性,就报了名,结果他哥们海选都没通过,倒是他误打误撞的成为了北京站比赛的选手。

老孙排在23号出场,在炮弹坑路段,他巧妙地控制方向,利用车辆重心的转移争取让更多的车轮获得附着力;在驼峰路段,他依着对BJ40通过性的准确判断一气呵成穿过连接驼峰;面对陡坡他更是毫不迟疑,果断切换成低四模式,一档,踩住油门稳稳的冲到了坡顶——G4CA发动机低速高扭性能帮他节省了很多时间。

虽然老孙最终没能跟随BJ40前往阿拉善参加T3挑战赛的,但他还是决定跟着他哥们的BJ40过去凑个热闹,飞飞沙子。玩越野的,没去过阿拉善,怎么能叫英雄?越野这件事就是这样,重在参与,至少喝酒撸串儿时又多了一个吹牛逼的谈资:阿拉善,老孙来过!

市场需求变化倒逼陶企转型升级

“绿色环保”成产品推广王牌

“陶博会上绿色环保新型陶瓷唱主角,反映出市场需求的变化,同时,市场需求的变化,也倒逼陶瓷企业加快绿色创新转型升级的步伐。”淄博市陶瓷行业协会相关人士说。

淄川一家陶瓷企业已连续参加了三届陶博会,今年他们主打的展品,是新近推出的一款新型环保陶瓷。“人们对健康、生活环境的关注度日益增加,倾向于选择具有绿色环保特质的陶瓷。”该企业负责人说,需求变了,企业必须作出调整。

“除了政策发力外,市场的变化是越来越多陶企走向环保转型升级的主因。”业内

人士认为,走向环保,是陶企生存发展的必经之路。“在目前陶瓷行业的大环境下,企业如果还以旧思维发展,不想转、不愿转,最终将只能被淘汰。”

而在近几年,过去陶瓷最为人诟病的高污染高能耗已在淄博得到一定程度的缓解。“越来越多的企业加快了转型的步伐,而成功转型的企业,已经将环保打造成了产品推广的重要王牌。”淄博市陶瓷行业协会相关负责人认为,为了应对市场挑战,陶企应增加自身竞争力,在环保技术、设备上投入更多资金,向环保型企业发展。

本报记者 臧振



绿色环保瓷器深受市民喜爱。 本报记者 王鸿哲 摄

大商齐聚,见证华北“聚宝盆”诞生

全球家居会展中心产品说明会圆满举办

9月5日,近500名各大家居品牌商户齐聚周村。在这里,由淄博加美商业发展有限公司开发的全球家居会展中心举行了产品说明会。作为投资新坐标,创富理想地,全球家居会展中心为各大品牌商户献上集大品牌、高品质、精服务、低成本于一体的“聚宝盆”,引领鲁中家居市场走在百“mall”时代的时尚前沿。

华北最具潜力的财富中心

5日8时58分,备受瞩目的全球家居会展中心产品说明会在各大品牌商户的殷切期待中拉开帷幕。水鼓舞、沙画表演等文艺演出为与会客户献上了一场视觉盛宴,而淄博加美商业发展有限公司等领导的讲话则为商户介绍了全球家居会展中心的地理位置、政府政策、品牌人气等优势资源,让来宾在轻松地氛围中感受到全球家居会展中心的精致服务和投资价值。

据了解,本次产品说明会不仅仅吸引了近500个品牌的负责人,还吸引了不少家居市场相关行业的大佬。据专门为家具服务、做五金产品的马先生介绍,“目前,在这个市场大形势下,要投资就要看准有大发展潜力的。我觉得全球家居会展中心就很有投资价值。它的地理位置优势,多年来



周村积累的家居人气以及市场需求等,这些都吸引着我们过来投资。”马先生说,他相信不久之后全球家居会展中心就会成为华北的又一大财富中心。

山东中心,政府重点扶持

全球家居会展中心项目地处山东中心区域,东西方向——胶济、济邯铁路,济青、济馆高速公路,连通河北、河南、青岛、济南等省市;南北方向——京沪、京九铁路,京福、京沪高速公路,连通北京、天津及东三省和江苏、上海等省市。济南、青岛、莱芜、烟台等6个城市都有高速公路连接,加上密集的国道、省道等交通干线,分享300多亿家居消费需求,周村家居市场已成为,政府重点扶持建设的华北

最具潜力财富中心。而作为市政府重点工程,总规模23万平方米的全球家居会展中心,不仅会成为周村家居市场的一个名片,还会成为万众瞩目的“聚宝盆”。

同时,309国道和米河路的共同人流共享,使全球家居会展中心与周边其他商场形成连续的共同商圈,处于商圈核心地位的全球家居会展中心将以点带面,点面互补促进共同发展。

历经三十年洗礼,人气所聚

历经近30年的风雨洗礼,周村家居市场已经形成产业旺盛的龙头宝地,旧的业态形式和经营模式已经不能满足商家和消费者日益增长的要求,只有拥有综合的业态整合,统一的物流配送,专业

的经营管理,持续客流量的保证等系统才能开启一个全新的家居时代。而全球家居会展中心则引入家居品牌巨头,综合成熟的业态整合,经营管理模式等将带领淄博家居市场引领百“mall”时代的时尚前沿。

据了解,全球家居会展中心是周村首个引入家居品牌巨头红星美凯龙,集家具、厨卫、套房、窗帘、装饰等于一体的专业型家居建材交易基地。强强联合,前景无可限量,为华北家居市场增加了一块沉甸甸的聚财砝码,成就周村家居建材第一市场。

大商即将来,拭目以待

目前全球家居会展中心工程进度也接近于封顶。整个项目总



占地面积6万多m²,共分两期开发。在建的一期共有6层,地下一层,地上五层,建成之后家居市场最高的展馆,建筑整体采用现代感极强的玻璃幕墙与明快的线条,在整个家居市场里勾勒出一个商业地标。

一期总面积12.4万平米,在一个整体建筑内,分为A/B两个区,B区5万多平米有红星美凯龙直接购买,独立运营。A区7万方主要针对国内一、二线品牌及本地品牌商家定向招商运营,这个项目现在备受关注。

多家高端品牌 已抢入“聚宝盆”

扬子地板、益高卫浴、法恩莎卫浴等多家高端家居品牌在说明会现场就与全球家居会展中心的开发商淄博加美商业发展有限公司签订了进驻合同。据扬子地板的淄博片区总经理赵青介绍,“现在是一个重质的时代,高端品质才能吸引消费者,而高品质的产品在大商场才能体现其价值。只有产品质量提上去了,才能打出好的口碑。同时,全球家居会展中心作为大商场有着精致的服务和全面的售后保障。在这里做生意,没有后顾之忧。”