

陶动淄博

聚焦第十三届陶博会

20多个国家和地区,近300家陶瓷企业参展第十三届陶博会

绿色、创新、中国风成陶博会主角

6日9时,第十三届中国(淄博)国际陶瓷博览会·第十二届中国(淄博)新材料技术论坛·2013年山东省产学研展洽会在淄博国际会展中心隆重开幕。本次陶博会在主展区设当代国窑展、淄博日用陶瓷精品展、中外陶瓷名企展、建筑陶瓷和功能陶瓷应用展、琉璃丝绸特色展、淄博工艺美术陶瓷及出口产品展销会等6个板块,吸引了大量市民到现场参观。

本届陶博会还吸引了来自德国、英国等20多个国家和地区的客商、采购商及陶瓷艺术家,中国工程院、中国科学院和全国100多所高等院校、科研院所的200余名专家学者,景德镇、醴陵等国内陶瓷主产区的创作大师和龙头企业代表,以及近300家参展商参展。



在昆仑鲁青瓷展厅,外国友人被鲁青瓷作品吸引。 本报记者 王鑫 摄

本报记者 王亚男

中外日用陶瓷精品展:主打精品、特色牌

日用陶瓷精品展与百姓生活息息相关,是每年的重头戏。今年日用陶瓷主打精品、特色牌,收到了不错的效果。

来自景德镇的望陇陶瓷将传统的玲珑眼工艺进行创新,在本次博览会上大放异彩。工作人员告诉记者,青花玲珑是一种釉下青花加玲珑雕镂的综合装饰。先在生坯上按图案设计的

花形,镂刻一个个小米孔,使之两壁洞透,然后糊上特制的透明釉,再通体施釉,经过焙烧,镂花处明彻透亮,但不洞不漏。放到光亮处,杯子上仿佛有玲珑的洞。传统的玲珑眼只是简单的米粒状,而望陇陶瓷经过创新,现在他们的产品有音符、灯笼等样式。销售人员告诉记者,今年他们的陶瓷展品主打精品、特色牌,“现

在陶瓷产业竞争很激烈,只有做出自己的特色精品,才能赢得市场。”据其介绍,现在很多厂家都在走高精尖的特色路线,从而拓宽品牌,“通过这次展会来看,效果还不错,我们的特色产品很受市民欢迎。”

淄博昆仑陶瓷股份有限公司生产的色控系列产品也因其特色、尖端受到了市民的喜爱。

淄川建材城举行品牌瓷砖卫浴团购会

顾客络绎不绝,老板亲自上阵

本报9月8日讯(记者 罗静) 7日,由淄川建材城管委会组织的淄川建材城国家知名品牌瓷砖卫浴团购会在张店蓝海国际大酒店举行。参与展销的商家均是经过严格挑选的国内知名品牌。短短一天的时间,前来挑选和购买产品的顾客络绎不绝,现场成交量喜人。

据了解,为增强淄川建材城作为全国较大瓷砖卫浴生产贸易集散基地的辐射力,吸引

更多的名牌、品牌陶瓷代理商,把淄川建材城打造成国内高档建陶卫浴淄博地区最大平价市场,淄川建材市场管委会特组织建材城内国家知名品牌瓷砖卫浴经销商参加团购活动。

7日上午,记者在团购会现场看到,前来选购的市民络绎不绝,消费者和经销商面对面交流。没多久,一款原价一片100多元的抛光瓷砖,最终以78元/片的最低价格成交,不少市

民见此也纷纷下了订单。“同款的这片瓷砖在商场要卖二三百元钱,在这里只卖一百元左右,真是便宜不少,今天我算是来对了。”正打算装修新房的王先生说。

因为前来选购的市民太多,有的产品经销商老板都亲自上阵。“没想到这次来参加团购的人这么多,直接超出了我们的预期。”一名瓷砖经销商老板在接待完一名顾客后,告诉

房企家装强强联合

打造“一站式服务”

本报9月8日讯(记者 罗静) 得知淄川建材城举办瓷砖卫浴团购节后,全国十大地产商之一的淄博碧桂园房地产开发有限公司也主动参加进来。“因为装修和房产是密不可分的,两者的客户源存在一致性。买了房接着要装修,一站式服务能给百姓带来更多舒适和便利。”淄博碧桂园销售中心拓展经理王琦说。

据了解,淄博碧桂园是由中国地产十强之一的碧桂园控股集团开发,是国家一级资质建筑

公司,目前,在国内50多个城市有200多个项目。

“之所以主动参加这个团购节,是因为房产与建材装修密不可分。在这个团购节上,与消费者面对面地交流,在让消费者了解到我们的同时,也可以让我们了解到消费者的喜好,能对我们以后的发展方向有个定位。”王琦说道,“此外,房产、装修、家居等一站式购物模式,将会给消费者带来更多便利,让消费者享受到贴心的服务。”



团购会现场,市民在挑选卫浴产品。 本报记者 罗静 摄

浓郁“中国风”陶瓷

格外引人注目

在陶博会现场,一款镶嵌在墙壁上的青花瓷仿古砖格外引人注目,引来现场很多参观者驻足围观、品评探讨。这种陶瓷来头可不小,它在不久前,刚刚获得首届“中国意大利陶瓷设计大奖”的金奖。

淄博金狮王科技陶瓷公司总工程师姚奇恒是这款产品的设计者。他告诉记者,设计这款产品,他的立意是在意大利先进设备生产出的陶瓷产品上,融入浓郁的中国文化元素。这款产品共三款砖,分别为白底蓝花、蓝底白花和全蓝瓷砖,运用色调的搭配,用中国传统文化结合意大利先进工艺,制作出浓郁“中国风”特色的产品。据设计师介绍,这种仿古砖不同于传统的平面砖,上面的花纹是凸出来的,有凸有凹,立体感、美感、质感更强,很适用于餐厅、背景墙、玄关或作为地砖的装饰。展会上,其他“中国风”风格的陶瓷也都成为市民驻足的焦点。

姚奇恒说:“随着人们生活质量的提高和对生活品位追求的不断提升,陶瓷产品已不再是简单的建材、装饰,它已成为人们的消费品和追求生活品位的艺术品。陶瓷产品要保持市场竞争优势,必须要融入更多的文化元素,有了文化内涵,才有品牌价值。”



▲一市民用放大镜仔细观察昆仑鲁青瓷。 本报记者 王鸿哲 摄

商家客户面对面

服务更贴心

本报9月8日讯(记者 罗静) “通过这个团购节活动,我们与客户面对面地交流,了解了更多客户的需求,希望以后这样的活动更多,规模更大。”7日,老杨家实木装修有限公司经理刘凤云说。

据了解,老杨家实木装修是一家有26年历史的装修公司,其产品有推拉门、木地板等。自有的实木门厂,有20余名专业设计师,2支现场施工队伍及8个项目经理,为客户提供更专业的服务。尤其是厂家与客户直接沟通,少去了中间环节,能够最大限度地给予客户实惠和舒心服务。

“通过这个活动,我们能够面对面地跟这么多客户沟通,真的很感谢咱主办方。希望这样的活动以后能多多举办,规模也能更大,让来选购的消费者有更多的选择。”刘凤云说。

声明

淄博昶祺机电设备有限公司,丢失公章、法人章、财务章,声明作废。

淄博昶勤机械设备有限公司销售有限公司,丢失公章、法人章、财务章,声明作废。