

建陶产业巡回论坛暨淄博陶瓷产业发展高峰论坛把脉淄博陶瓷 走出自身特色,打响淄博品牌

本报9月17日讯(见习记者 罗旭君) 17日下午,由中国建筑卫生陶瓷协会、陶瓷信息报社联合主办的“2013年中国建陶产业巡回论坛暨淄博陶瓷产业发展高峰论坛”举行。论坛以“合众连横,推动产业升级”为主题,探讨了如何打造淄博建陶地域品牌,全面展现淄博陶瓷产业近年来的发展成果并探讨了今后的发展趋势。

中国建筑卫生陶瓷协会秘书长缪斌在致辞中对过去几年来淄博建陶产业取得的发展成绩表示了充分肯定。“淄博是国

内仅次于佛山的第二大建筑陶瓷产区,具有悠久的陶瓷生产历史和雄厚的产业基础,近年来,淄博建陶产业在环境治理、设备升级、技术及设计创新、地域品牌打造等多方面进行了产业的改造与升级,取得的成绩令建陶行业瞩目。”缪斌说。

论坛上,与会各专家讨论认为,在新一轮的发展时期,淄博建陶取得了很大的成绩,但相对一些前沿企业和产地,仍面临一些现实问题。“一个不争的事实是,长期以来,淄博建陶产业一直未能形成品牌,导致

其附加值不高,也使得整个产业处于一种较为尴尬的境地。未来,随着国家对工业生产节能减排要求更加严苛,品牌与产品竞争更趋激烈和复杂,建陶产区和企业将面临着更深层次的竞争和挑战。”一位业内人士发表了自己的观点。

对此,山东雅迪陶瓷有限公司董事长宋文通分享了自己的“创业经”——根据企业实际情况,走适合自己的路。他说:“外省的营销理念我们可以学习,在学习中更应该摸索出适合自己的路。只有创造出

独特的品牌,企业才能走得久远、更成功长久。”中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长华南理工大学博士尹虹也表示,虽然淄博品牌陶瓷之路任重道远,“但只要淄博的企业耐得住寂寞、量力而行,做好产品服务,做好产品市场保护,抛弃恶性竞争,同时发挥现有的产业优势,走出特色,就能打响淄博当地的陶瓷品牌。”淄博的建陶行业一定会在不久的将来打响自己的地域品牌,走上品牌化可持续发展之路。”与会的多位淄博建陶企业负责人表示。

家居超市 惠爆中秋

中秋佳节将至,为了回馈新老顾客的支持,与淄博消费者共庆中秋,银座家居9月19日-22日将为您倾情奉上中秋盛宴,活动即将灿烂开启!

活动期间,我们为您打造一场家居超市的购物新模式,无折扣、无特价,所有产品一口价,为您提供舒适、快捷的购物环境,体验无与伦比的购物新风尚,让您像超市一样实惠到“家”。中秋购物参加抽奖,8台苹果iPad、15台美的面包机时尚大礼圆您中秋梦。为了更好的满足广大消费者的购物需求,维护消费者的利益,全场所有商品价格直保十一,未抽中秋大奖的顾客,还可顺延参加国庆节的抽奖活动,享受双重中大奖的机会,让您中秋购物不留一丝遗憾。同时,中秋节当天,在银座家居相关品牌专柜购物满1000元的顾客,还可领取云海面粉一袋,家居超市来购物,“面面”俱到享团圆!

中秋佳节,银座家居与您时时相伴!诚心邀请您的到来,我们必将为您带来一场不一样的家居盛宴,银座家居超市新模式必将带给您不一样的惊喜!银座家居欢迎您的光临!并恭祝淄博人民中秋团圆、合家幸福!

淄博悦骋东风悦达起亚 中秋“大”团圆 厂家直销“惠”

共赏圆月一轮,喜迎中秋良宵。淄博悦骋东风悦达起亚鲁中旗舰店为答谢广大顾客的支持与关注,在9月19日至22日中秋佳节期间,将隆重推出“中秋‘大’团圆,厂家直销‘惠’”的大型团购回馈活动。旨在为淄博广大的准车主朋友,尤其是东风悦达起亚品牌的粉丝朋友们,送上一份独具特色的中秋好礼!在本次中秋团购活动期间,起亚K5、K3、K2、智跑、狮跑、福瑞迪、赛拉图、秀儿,所有车型均将以出厂价销售,最低7折起,购车即赠万元大礼包,500份大礼随您选,同时还有砸金蛋赢豪礼等超值惊喜等你参与。十一长假即将到来,这次东风悦达起亚的厂家直销团购会,可谓是千载难逢的购车良机,何不把握住这次机会,选择您的爱车,在十一长假的时光里携亲朋好友一同畅快出行拥抱自然呢,还等什么,快到临淄区齐鲁汽贸城内(临淄大道与清田路交叉口向西500米路南)淄博悦骋鲁中旗舰店报名认筹,享受团购的喜悦吧!月到中秋分外明,人到中秋望团圆!回家的路上,淄博悦骋东风悦达起亚与您同在。

传承传统特色,加强创新发展,融入地域文化内涵 由“淄博加工”变为“淄博创造”



中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长尹虹(左)在论坛上发表自己的观点。 本报见习记者 罗旭君 摄

陶瓷行业曾是“三高一低”代名词——高耗能、高污染、高耗资源及低产出。随着社会的发展,经济模式的转型,近年来,淄博建陶人也开始转变思想观念,进行整体行业转型。重视发展本地品牌,重视节能减排和环保,走创新型道路成为目前淄博建陶行业转型的现实写照。

本报见习记者 罗旭君

不再做嫁衣,叫响自己造

近年来,随着建陶行业整体素质的快速提升和产业模式的转型,淄博建陶人开始意识到,现在外地“马甲”已经不如以前好“穿”,打造属于淄博自己的地域品牌才能成为今后建陶行业发展的“阳光大道”。为此,淄博建陶人开始逐步尝试打响自己的品牌。

“未来,我感觉瓷砖会逐渐走上时装化发展道路,注重品牌,注重自身的创新和产品的更新换代,更主要的是注重地域的品牌特色,融入地域文化内涵。”淄博市阿卡狄亚陶瓷有

限公司董事长时问津说,之前外地陶企的“马甲”好穿,一是因为这些企业已经成功打响了名号,而当时淄博的建陶企业也处于上升的学习阶段;而现在,以前能叫座叫座的“马甲”已经不能满足市场需求了;更主要的是,现在的经济形势下,企业要想做大做强,必须得有自己赖以生存、拿得出手、站得住脚、发展的下去而又属于自己、有自己特色的品牌。

近几年,淄博的建陶行业已经在这方面取得了不错的成绩,就拿本届陶博会来说,建筑

陶瓷精品展中,展出的全市淄博当地的品牌。而在打造“淄博制造”的过程中,淄博的陶瓷企业也认识到,打响建陶品牌不是一个企业的事情,而是淄博当地整个行业的问题。“精准定位,在一个小的区域内做出有口碑、有特点的产品对整个建陶行业来说都是一个不小的进步。”中国建筑卫生陶瓷协会副秘书长华南理工大学博士尹虹说:“品牌的建立和发展不是一朝一夕的事,淄博建陶人应该‘耐得住寂寞’,厚积薄发,不断突破。”

继续增强创新 抢占更多市场

“目前淄博建陶产业链完整,品种齐全,产品整体体现出的创新能力相比过去已经有很大改善,但距一些一线知名品牌或企业还是有一定差距的。”中国建筑卫生陶瓷协会秘书长缪斌指出了这样一个问题。

进行建陶产品创新对于整个建陶行业来说,都是迫在眉睫的事情,创新才有发展。淄博市经济和信息化委员会工业设计办公室主任唐海军说:“产品的创新应该从产品的设计入手,设计是一个产品的内涵和实质,无论是产品的造型还是花色,淄博的建陶企业家还应在继承优良传统的同时更进一步。”唐海军指出,“在国际上,意大利的瓷砖做的很好,就是因为注重设计、精益求精的结果,这应该引起国内建陶人的思考和重视。”

“建陶行业创新能力的提升最终依托的还是企业对人才的拥有和对人才队伍的管理。”唐海军说:“培养创新型人才非常重要。”

“近年来,淄博建陶行业纷纷利用本土资源优势,培育本土创新型人才,与山东工艺美术学院、山东理工大学、青岛大学等高等院校进行合作,在建筑陶瓷的设计、新材料研发等方面加大学术和科研投入,时刻给企业注入新鲜的创新血液。这是一个很好的思路和做法,下一步我们应该顺着这条路走下去,将创新软实力做得更大更强,抢占更多的市场。”唐海军说。

“中国梦·淄博陶·享世界” ——2013第九届中国(淄博)陶瓷代理/经销商峰会闭幕

9月9日,为期三天的第九届中国(淄博)陶瓷代理/经销商峰会在淄博财富陶瓷城闭幕。峰会期间,成果丰硕。

本届峰会吸引了来自全国的陶瓷代理商、经销商、采购商、学者、国际采购商、全国各陶瓷产区代表超过10万人次。他们分别参加了2013建陶新品发布会、国际采购商采购大会、酒店/工装工程采购大会、建陶新品采购大会/二级市场经验交流会、中国陶瓷产业峰会·淄博品牌陶瓷出口及设计创新论坛等。

今年峰会,除了常规的国内代理商、经销商的邀请,中国财富陶瓷

城加强与边贸、国际贸易公司等机构的合作,为城内客户及淄博陶企开拓出口渠道采取了一系列措施,这也成为今年峰会的一大亮点。7日下午,由中国财富陶瓷城等单位联合承办的中国陶瓷产业峰会·淄博品牌陶瓷出口及设计创新论坛上,除中国陶瓷行业知名专家学者和数十家中国陶瓷进出口贸易公司外,包括美国最大瓷砖经销商、泰国最大瓷砖经销商和北美地区陶瓷业最大经销商在内的全球十大著名陶瓷品牌经销商也受邀参加。另外,7日的峰会开幕式上,中国财富陶瓷城及城内企业还为北博山中心学校捐

赠了价值30余万元的爱心瓷砖,淄博市民政局和淄博市慈善总会为财富陶瓷城等爱心企业颁发了荣誉证书。

据悉,峰会期间淄博陶瓷各品牌达成代理经销直接意向超过25亿元,预计后续签约额度将超过60亿元,创历届峰会之最。通过本届峰会,产品展示、信息交流、经贸洽谈、陶瓷文化展示的功能得到加强,中国(淄博)陶瓷代理/经销商峰会作为淄博陶瓷行业名片的作用也更加凸显。期待明年的峰会给淄博陶瓷带来更多惊喜,也期待淄博建陶能够早日走上品牌化道路,实现“中国梦·淄博陶·享世界”!

