

# 延续“东方”文化传奇

本报记者 董菁

在中国国际地面材料及铺装技术展览会地毯展馆的核心位置,巨幅挂毯《清明上河图》吸引了众多与会参观者的目光,引来众多观众合影留念。让地毯从“地上”走到“墙上”,这不仅是地毯表现形式的一次变迁,更是一次商业价值的重构。

对此,东方地毯集团有限公司董事长韩洪亮无比自豪地说:“设计也是生产力。东方地毯从品牌初始就紧扣东方文化,融合民族特征,坚持东方文化特色,创造东方地毯奇迹。”

**展会屡创新高度** 来自东方地毯全国40余省市地区的办事处赴沪参与了展会,前来接洽经销商人数超过500人,而展台到访人数更是达到了5000人。

2012年3月27—29日,被誉为“亚洲第一,世界第二”的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举行,作为已举办十四届的、亚太地区最具权威性的行业贸易性展会,中国国际地面材料及铺装技术展览会吸引着全球地材产业的目光。此次展会更是作为世界顶级地面铺装材料旗舰展——德国汉诺威国际地面铺装展览会的亚洲分会场(DOMOTEX asia),展现出惊人的活力,再次刷新纪录,覆盖上海新国际博览中心11个展馆,1100多家参展企业汇集于此,展出规模达到127000平方米,展品涵盖了地板、地毯、弹性地材、铺装及保养、地材生产技术几大方面。

本届展会主题为“铺就未来—Flooring The Future”,这正展现了地面材料行业在中国广阔市场发展的信心。在今年的两会中,全国政协经济委员会副主任、中国国际经济交流中心常务副理事长郑新立就中国发展的内需潜力做出了“足以支持我国经济20年快速增长”的分析与预估,同时指出城镇化将是主要动力,大规模国家保障性住房的建设、精装修房的普及以及城市大量公建项目的完善都将释放出大量需求,预计至2025年期间将有1.6万亿至1.9万亿平方米的市场需求,这为地面材料产业链铺就光明的未来之路。

同时,在第十四届的中国国际地面材料及铺装技术展览会的同期,第三十九届中国国际地毯交易会也成功举办,这是至今已连续举办了38年、国际手工地毯最大的专业展会。整个地毯板块在展会中大放光彩,成为国际化程度最高的明星板块,云集了全球领先地毯生产商及国际展团,比利时、德国、荷兰、美国、伊朗、印度、巴基斯坦等多国均以展团形式进驻DOMOTEX asia,而400平方米的土耳其展团更于现场展示了代表其本国最高水准的手工编织

**诠释地毯新定义** 东方地毯开设了1000多平方米的东方地毯文化馆,不仅展示了地毯的文化演绎,也展示了地毯对生活品质的改善,这在行业内尚是首家。

“传承东方文化,缔造品位生活”是东方地毯的口号,更是东方人永恒的追求。作为地毯的高端产品——挂毯,尤其是精制全手工挂毯更像是品位生活的奢侈品,受到了越来越多人的关注和热捧。为此,东方地毯开设了1000多平方米的东方地毯文化馆,不仅展示了地毯的文化演绎,也展示了地毯对生活品质的改善,这在行业内尚是首家。实际上,东方地毯也正在开启一段新的商业之旅。

东方地毯总经理崔旗向记者解析道:我们正在研究,把挂毯往奢侈品方向走,产品开发在中高档,在整个民营市场上属于高档次的。目前挂毯的发展状态,国内都是机织,这解决了劳动力不足的问题,但整体发展速度非常快,以每年30%的发展速度递增,完全属于朝阳行业。但往奢侈品发展就一定要是手工产品,虽然我们自己也有机织挂毯,但与手工的相比,机织属于很大众的东西,只有纯手工的才有保值增值的空间、才有收藏价值,手工的东西也做不出完全一样的,真正的艺术品是复制不了的。中国的劳动力成本已经很高了,所以这次展会我公司已与伊朗一家杰出的纯手工织毯商达成协议,做他们的中国总代理,他们的挂毯都是一个图案只做一款,并且使用纯天然颜料,做一块毯要用一年的时间,这样的一块挂毯价格要在万元至数万元不等。其实这其中79%劳动力成本,其他才是材料,手工的越来越少,很多大作模仿不出来了,因为制作者心境不一样,手工挂毯纯

粹是人在很静的一个状态下做出的东西。但把这样一块挂毯挂在家里,欣赏的档次就完全不一样了,这就像古董古玩一样,越放越值钱,并且很多文化气息都渗透在其中。这样我们搭配着自己的产品,在奢侈品方面逐步地开始做,慢慢的不同区域的代理,利用我们自己的网络做起来。早些年代那么多的歌曲,现在听了都心潮澎湃,产品也一样,希望我们的产品又有实用性、又有观赏性、又有收藏性,高中低端分别适应不同的阶层。

而东方地毯不但在拓展与创新上下功夫,更是借助本次展会为集团在各地的经销商提供更广阔的空间与紧密的接触。作为来自广东的经销商,深圳科斯源地毯有限公司经理庞茂伟对东方地毯赞誉有加:我在深圳做地毯经销已经10余年,需求类以酒店为主,东方地毯的优势就是服务和品质!做工程与批发不同,品质是最重要的,服务也至关重要,作为经销商,如果厂家服务不到位,经销商在前沿势必比较困难。我跟东方地毯合作已经5年了,没出过一起质量问题,合作非常愉快,他们每年都推出新的东西,产品创新,技术创新,工艺和设计也不断突破,今年推出多种印花都非常棒,而挂毯、波斯毯正是市场需求。随着我国经济的发展,人民生活水平也极大地提高,除酒店外,高档写字楼需求也激增,还有新的渠道就是家庭需求,因为在国外家庭地毯需求是主要的,而东方地毯各种产品齐全,使我很有信心。



**编织美好新生活** 传统纺织业必须转型,而且这是一场与时间赛跑,且不能输的比赛。

如果说为期3天的第十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会是东方地毯在业界华丽亮相舞台,那么集团市场部经理史新才是对此次展会东方地毯的台前幕后如数家珍。他向记者细细讲述东方地毯对展会的大力投入和细心布置:每年三月的展会是行业的大聚会,但我们的准备长达半年之多,可见对展品十足重视。半年之前就开始准备,会后随即进行回访,如展会的产品怎么样、哪些产品最为常备,哪些适合作为后备产品生产,还要淘汰一些产品;之后就开始下一个市场调研,为明年的展会做准备,这是一个循环的周期,我们经常感到时间很紧张,为此东方人一刻都不曾松懈。在展会中新老朋友会聚一堂,随着地毯行业的不断迅速扩大,很多国外的朋友到此参与,俄罗斯的、日本的、中东地区的和我国台湾的,通过展会每次都会开拓一些新客户,另一方面给老客户一个新产品充电的机会。展会也能给客户更加增添信心,如果每年看和不看都一样了,企业就没有活力了;我们每年都有新的产品出来,只有新产品才能有高利润,老产品透明度高了,卖点就不高。只有新产品才是别人没有的、独特的东西,价格才能上去,客户也愿意接受感觉新鲜的东西,选择独特的产品。我们公司每年在新设备、新工艺、新材料、新花型等立体开发上面都狠下功夫,同时通过展会能了解到最新的地毯生产设备和技术信息,掌握今年的地毯设计流行趋势。

最后,东方地毯集团有限公司销售总监何永玉总结道:中国有着巨大的消费市场,国外竞争也带来了消费水平的提高,目前中国沿海城市地毯占有份额较大,但和经济水平挂钩的同时,我国在民族传统上也有使用毯制品的历史,乃至今日,它还充当着中西北部分地区、藏民、牧民结婚的送礼和嫁妆。但真正地毯市场的发展才二三十年,我们的企业与客户都在不断地壮大,是同时在发展的,地毯产业市场空间与潜力巨大,相信通过互相扶持,我们的路一定会越走越宽。

“传统纺织业必须转型,而且这是一场与时间赛跑,且不能输的比赛。”韩洪亮表示,未来东方地毯将向中高端方向转型,向安全、阻燃方向转型,向生态环保方向转型,从而使东方地毯成为生态、环保的代名词。“东方”的传奇在不断延续,脚与地的融合增添了新的华彩,编织更加美好的新生活。

(本版图片由史新才、樊林、董菁提供)



东方地毯先后为上海大剧院、澳门君悦酒店做地毯工程,并成为2008年北京奥运场所指定地毯供应商。



第十四届中国国际地面材料及铺装技术展览会开幕式现场

东方地毯创新研发、精制的巨幅挂毯《清明上河图》

与会观众不禁在巨幅挂毯前驻足品味