

东方地毯:从制造企业转型文化企业



东方地毯等单位获纺织十大品牌文化奖

由中国纺织工业联合会、中国纺织职工思想政治工作研究会主办的“2013中国纺织十大品牌文化推介大会”近日在浙江海宁落下帷幕。

本报记者 王莹

在品牌文化推介大会现场,《中国企业报》记者发现,东方地毯集团有限公司作为唯一入评的地毯企业荣获“2013中国纺织十大品牌文化”企业的称号,而这也是东方地毯从制造企业向文化企业转型得到业界认可浓墨重彩的一笔。

东方地毯品牌定位之路

据了解,东方地毯集团有限公司在2000年初就制定了详细的品牌定位。

“2000年公司改制时,就全面导入CIS系统,把企业形象作为一个整体进行建设和发展。”东方地毯集团有限公司董事长韩洪亮在接受《中国企业报》记者采访时表示,通过整合内部资源与外部资源,把“传承东方文化,缔造品位生活”作为自己的使命;把“致力于打造中国地毯行业第一品牌和世界地毯行业知名品牌”作为公司的愿景;形成了“荣耀,在于超越”的企业核心价值观。

成立之初做好的基础性定位工作,为市场进入成熟期后的品牌竞争奠定基础。

“在提升品牌影响力的同时,促进由经销向直销模式的转变,并带动销售,提升销量,反哺市场影响力

和竞争力;同时通过技改和产品创新增加东方地毯品牌的附加值,提高利润率,为进一步增强产能做坚实后盾。”东方地毯集团有限公司人力资源总监郑晓光表示,提炼、提升东方地毯品牌内涵,塑造东方地毯品牌个性,提升在消费者心中的知名度;积累品牌无形资产,提升品牌价值。

另外,东方地毯目标市场定位精准。

“产品类别以中高档商用市场为主,以家用地毯为辅,兼顾工业地毯和地毯工程的发展。商业用主要针对中高档星级酒店、写字楼及休闲娱乐场所。家庭用主要针对高收入家庭以及有民族使用习惯的区域。工业用以高档汽车市场为主,兼顾飞机豪华轮船市场。”郑晓光表示,在市场区域采取以点带面的新

进式模式,首先在重点市场树立“根据地”,以点带面,逐步展开。东方地毯立足国内市场,兼顾国际市场,国内市场以三十省级城市为中心,辐射地县级城市。国际市场以欧美市场为主题,兼顾亚洲市场,欧美以家用地毯市场为重点,亚洲以商用市场为主。

而在企业文化建设方面,东方地毯集团有限公司在长期的生产经营中形成了具有自己企业特点的“八大”文化。

“感恩、诚信、责任、合作、学习、速度、创新、执行文化”八大文化将企业和职工连接成一个有机整体。企业从中培养了一大批适用性人才,并获得了可观的经济效益和发展空间;职工从中收获了生活的动力,生产的积极性,陶冶了情操,受益终生。”韩洪亮表示。

深耕品牌文化 提升产品附加值

在市场竞争日趋激烈的形势下,我国纺织工业面临发达国家在产业链高端、发展中国家在产业链低端的双重竞争。

据韩洪亮介绍,经过不断发展,企业逐渐摸索,总结出了一条高端发展之路。“依靠科技兴企、品牌兴企和文化兴企,保证产品在竞争中取胜。”公司坚持每年投入资金,引进先进的生产设备、实验设备来提升制造水平,在世界范围内招聘高科技的人才,保证生产技术不落伍。

“一个好的品牌一般有两个消费支撑点,一是产品的品质,二是产品的品牌文化。”韩洪亮表示。

“为了提高产品的附加值,把机织地毯与传统的民族地毯工艺结合在一起。”韩洪亮介绍,在机织地毯的基础上,进行水洗、剪花等来提升产品的附加值,与土耳其等国家的产品进行竞争。“比如高度纯毛产品,最大的缺点就是容易落毛,为此,把机织地毯进行水洗,去掉短绒,增强地毯的光泽,以此提升产品的质量和竞争力。”

韩洪亮认为,企业生产的前提要保证节能,不能污染,用对社会负责任的态度进行生产,保证绿色、环保、低碳。纯毛地毯的生产就是遵循了低碳环保的生产理念。

“水洗工序需要排掉一部分污水,为了保证达到国家标准,公司投入600万,建设污水处理项目。”韩洪亮称,企业的标准比国家标准还要高,保证了污水处理完后进入河道不

会造成污染。

2013年东方地毯正进入新的发展时期。东方地毯以博大精深的中华

文明和地毯文化为基础,致力于地毯品质的提升,深耕品牌文化,以为东方地毯发展的重中之重。



东方地毯荣膺“2013中国纺织十大品牌文化”企业

“本次推介大会推出十大品牌文化企业,分别来自棉纺、地毯、针织、服装、化纤、丝绸等多个行业,他们既是所属行业的杰出代表,也是全行业3.7万家规模以上企业的优秀典型,更是众多产品品牌、知名企业的楷模。”“2013中国纺织十大品牌文化推介大会”活动负责人在接受《中国企业报》记者采访时指出,“集中到一点,就是坚持文化创造品牌价值的观念,积极践行‘质量、创新、快速反应、社会责任’四位一体的品牌文化价值观念体系,致力打造自主品牌,提升科技贡献率和品牌贡献率。”

会议由中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长姜国华主持,中国纺织工业联合会副会长、中纺政研会常务副会长杨纪朝,中国纺织工业联合会党委副书记、中纺政研会副会长陈伟康、海宁市委常委、宣传部长姚建新等出席会议。

在颁奖现场,《中国企业报》记者发现,东方地毯集团有限公司作为唯一入评的地毯企业荣获“2013中国纺织十大品牌文化”企业的称号,而此次活动评定经专业协会、省市纺织主管部门推荐、企业自荐、网上公示、考察及专家评审等多项程序完成。

“在多元化碰撞、品牌生产与消费的时代,行业的竞争、企业的竞争,最终表现为文化的竞争。谁占据了文化发展的制高点,谁就拥有了强大的文化软实力,谁就能够在激烈的市场竞争中赢得主动。”中国纺织工业联合会党委副书记陈伟康表示。

而东方地毯把文化要素渗透到地毯生产制造的全过程。随着经济文化一体化趋势的加强,东方地毯在壮大自身品牌的同时,高度重视经济的文化因素。

杨纪朝总结了获奖企业的突出特点和基本经验,“一是注重用先进的品牌文化创造品牌价值;二是加强企业文化建设凝聚正能量;三是坚持创新提高科技贡献率和品牌贡献率;四是积极履行社会责任提升企业形象;五是企业家发挥主导作用。”

“东方地毯集团获此殊荣实至名归。”中国纺织十大品牌文化推介委员会办公室相关负责人在接受《中国企业报》记者采访时表示。

据悉,中国纺织十大品牌文化推介活动,是纺织行业为促进自主品牌建设,提升文化软实力而持续开展的一项行业性重要活动。



推介大会播放东方地毯企业宣传片



中国纺织十大品牌文化推介会现场