



东方地毯集团董事长韩洪亮:

引进 + 创新 中国发力冲击机织毯最大国



韩洪亮

■ 本报记者 王莹

2014年的中国地毯业,遭遇内外市场夹击,这让东方地毯等众多厂商意识到,要想最终胜出,未来的地毯业除了要打环保、绿色、自然牌,还要选准绝地反击的时机和方式。

地毯作为家饰类产品,在发达国家的家庭中铺设非常普遍,近年来,由于国内生活品质的提高及住房条件的极大改善,地毯开始更多地进入寻常百姓家庭。但2014年的中国地毯业历经的是个大浪淘沙年,整个行业以关门、分化、竞争、洗牌、兼并为“症状”的行业地震此起彼伏,虽说国内的地毯行业蓬勃发展,需求也稳步提升,但发展壮大与被淘汰出局并存,市场机遇与同行挑战并存。那么,2015年地毯企业是该勇敢前行还是停滞观望?为此,《中国企业报》记者采访了东方地毯集团董事长韩洪亮。

《中国企业报》:从目前的整体形势来看,大部分地毯企业都意识到,外销市场越来越没有优势,做出了纷纷由外销转内销的发展策略转换,你是如何看待内外销市场,目前东方地毯在这两个市场的布局情况如何?

韩洪亮:中国地毯业属于中国纺织业,所以地毯业面临的贸易环境比较复杂。在2008年,我们最高出口比例达到过整个产品销售的35%,但是2008年金融危机,加上过渡性保障措施(TSM)的贸易壁垒,再加上技术贸易壁垒,整体看对中国地毯的影响颇大。2012年以来,在经济全球化的洪流中,地毯业的国际化特征表现得越来越充分。发达国家已从早期的劳动密集型产业,转向附加值高的资金、技术密集型产业,世界地毯业重心不断向发展中国家转移。

2014年,美国经济逐步复苏,国内产业结构调整,我们又逐步开始扩大外销市场。2014年,整个外销比例扩至30%。所以,对于地毯企业的外销布局,是跟整个宏观经济形势联动,同时也紧密关注个别市场的局部变动。2015年,我们主要发力中东的商用市场,在民用市场这一块,2014年沙特、伊朗、北非等地都有辐射,但商用市场鲜有开发。这是我们未来的重点。

《中国企业报》:国内房地产调控政策的严峻,地毯行业作为房地产下游产业,大部分企业销售业绩并不乐观,东方地毯是否也面临转型期,转型成果如何?

韩洪亮:随着房地产经济的下行,国内地毯企业销售业绩的确并不乐观。前几年,星级酒店是地毯行业重要的消费机构。旅游业的发展带动了酒店业,酒店业又直接带动了地毯业的发展。前几年各大城市CBD(中央商务区)的建设,为商用地毯市场的持续增长也带来强有力的支持。但近两年来,情况发生了变化。国内面临着劳动力价格以及原材料价格的上涨、国家对三污排放控制力度的加大以及八项规定,这一系列客观因素的制约,国内地毯行业商用市场受到一定程度的影响。

不置可否,目前国内市场上来看,地毯成为室内装饰新宠,我认为家装民用市场将保持强劲增长势头。东方地毯也是在抓住内销家用市场的机遇,不断开发新产品,迎合国内市场需求。

《中国企业报》:新的一年如何发

力新产品市场?预计未来市场前景如何?

韩洪亮:目前来看,推进节能减排、发展循环经济既保护环境,又节约资源,还能降低生产成本,提高企业市场竞争力,这一发展路径,被纺织行业看成是转型发展的必经之路,东方地毯不仅对此有着清醒的认识,而且已提前开始了这一转型的尝试。在2014年新品推介会上,东方地毯推出“杜邦.Sorona.春夏秋冬”系列新产品。其中,春系列的匹染地毯、夏系列的阿克明斯特地毯、秋系列的印花地毯和冬系列的威尔顿工艺块毯,均应用了Sorona纤维,其优于其他纤维的特点包括易清洗、耐磨损、回弹性强、再生环保和永久抗污。美国杜邦授权东方地毯使用Sorona,加快东方地毯的创新速度和发展进程,也必将促进中国地毯行业向环保、绿色、自然迈进的步伐。

2015年,东方地毯还将继续和杜邦公司合作,在新产品性能上进一步开发。杜邦Sorona产品在欧美市场用途比较广泛,但在国内才刚刚起步,这正是一个机遇。

《中国企业报》:东方地毯在技术创新上,2015年有哪些计划?

韩洪亮:近几年,我们技改投资超过了4亿元,平均每年以超过资产20%的投资力度做大做强企业。我们有理由相信,在未来5到10年时间,中国将发展成为世界机织地毯产量最高的国家,地毯企业也会迎来一个更广阔的发展空间。2015年我们将继续实施创新工程,潜心打造东方地毯这张牌。我们的梦想就是:要让东方地毯成为世界上有影响力、有知名度的中国地毯企业,要打造中国地毯业的领军品牌。2014年10月,我们刚刚获得滨州市“市长质量奖”,随即在12月,东方地毯获得“中国纺织质量奖”,全国纺织企业有8家,家纺就我们一家。

中天伟业(北京)建筑设计集团
董事长薛世勇:

将5D技术融于 建筑生命



薛世勇

■ 本报记者 朱虹

“新常态”的中国,未来经济增速下行压力仍较大。在此背景下,国内企业家应如何顺应经济新形势,为企业发展掌舵导航?

中天伟业(北京)建筑设计集团董事长薛世勇在接受《中国企业报》记者采访时表示,2015年中天伟业的战略发展核心是主动适应经济“新常态”,在不断拓展国内外市场的同时,加强自身人才队伍的建设。如果时机成熟,将择机进军资本市场。

全产业链的优势,不仅在业务上可为业主实现“交钥匙”式设计,在未来格局的设计上,有利于借当前PPP建设大潮,利用投融资优势,加快进军资本市场的步伐。

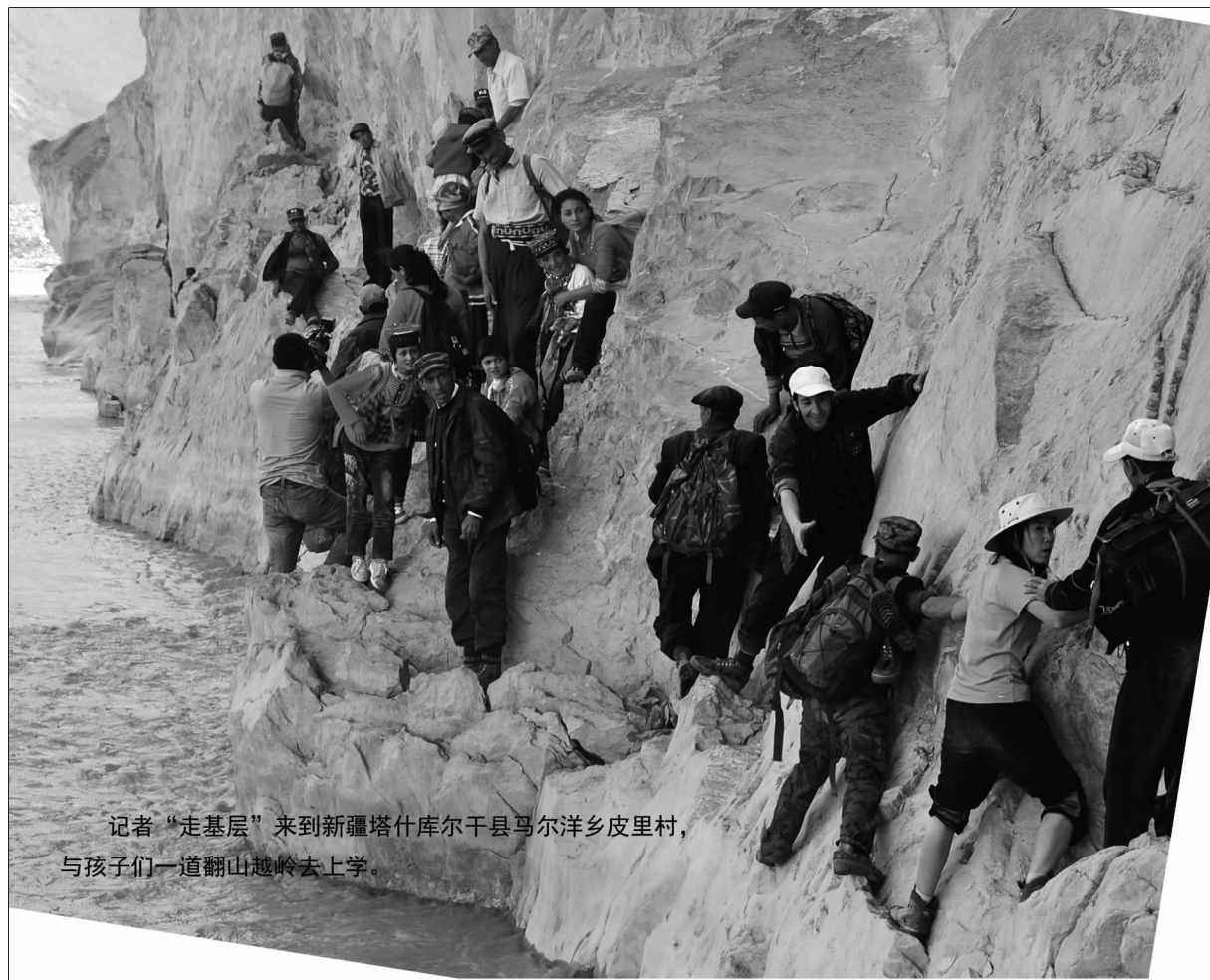
《中国企业报》:您对2015年中国经济形势有何看法?在新的一年里,中天伟业在企业战略发展方面有何安排?

薛世勇:2014年12月份举行的中央经济工作会议不仅明确了2015年的主要经济工作,也对未来5至10年中国经济发展指明了方向。本次经济工作会议的关键词“稳中求进”、“新常态”、“经济增长合理区间”、“转方式调结构”和“提高经济发展质量和效益”将长期贯彻在国民经济生活中。

《中国企业报》:目前中天伟业面临的最大困难是什么,具体是怎样应对的?

薛世勇:目前中国经济增速放缓,相对人才市场短缺,人才资本成本上升,市场竞争更加激烈,从而使企业利润变薄,是每个企业都面临的最大困难。对于我们这种知识密集型为主的企业,就要在不断拓展市场的同时,加强自身人才队伍的建设,抓住西部大开发的机遇。

(下转第八版)



记者“走基层”来到新疆喀什库车县马尔洋乡皮里村,与孩子们一道翻山越岭去上学。

支持记者采访 保护公众权利

如何辨别 新闻记者证真伪?



方式一 二维码扫描

用智能手机扫描照片下方二维码,核验新闻记者证信息,如显示被查询人的样证信息和照片,说明是真记者证;如不显示,说明不是真记者证。



方式二 短信查询

移动手机用户发送“CXXM记者姓名#单位名称”到10660840查询,如收到被查询人的证件信息,说明是真记者证;如收到“您查询的记者信息未找到……”等字样,说明不是真记者证。



方式三 网站查询

登录中国记者网(<http://press.gapp.gov.cn>)首页新闻记者证查询栏,输入新闻记者证相关信息,如显示被查询人的样证信息和照片,说明是真记者证;如显示“没有找到您想要查询的内容……”等字样,说明不是真记者证。

