

生活家地板:找到世界通用的品牌语言

■ 张晓磊

就像中国人喜欢瑞士手表、意大利箱包、法国香水一样,许多欧美国家的消费者把中国的生活家地板看成“奢侈品”。印有生活家或 ELEGANT LAVING 标识的地板,目前已经销售到全球 50 多个国家和地区。生活家或 ELEGANT LAVING 在这些地方,就像 LV 或劳力士在中国一样,被当成是身份和品位的象征。

由于先后遭遇美国“双反”和“毒地板”事件的打击,中国木地板出口全面受阻,2015 年中国木地板出口减少 8%,但生活家地板的出口产品却保持 20% 以上的增速,一些外国客商为了尽快拿到产品,甚至不惜在生活家工厂里蹲守抢货。

全球设计:大师的魅力

生活家地板最打动人的,还是其具有时尚感的设计,那种看一眼就喜欢的感觉,真的是让人无法抗拒。

这些让人欲罢不能的设计,很多是出自于全球顶级设计大师之手。担任生活家首席顾问的亚历山德罗·门迪尼,被称为“后现代主义设计之父”,是意大利国宝级设计大师,在全球设计界有很多铁杆粉丝。实用主义+美学至上的设计理念,让他的作品充满了灵性。

在生活家的全球设计团队中,还有来自美国地材界、时尚界,日本家居领域的设计师。这些海外军团是生活家的秘密武器,让生活家地板的设计理念和设计风格,始终代表着全球木地板的流行趋势。在包括德国汉诺威建材展、广州国际设计周等有国际影响的评奖中,生活家地板拿奖拿到手软,把同行远远甩在后面。

全球标准:创新的力量

ISO17959:2014《实木地板通用要求》是全球林业行业的第一个国际标准。国际标准

重视科技创新、管理创新,加速营销供给侧改革,经营业绩同比增长 20% 以上

环宇高科蝉联温州“领军企业”称号

日前,浙江省温州市人民政府办公室发布了《关于公布 2016-2017 年度温州市领军和高成长型工业企业培育名单的通知》。环宇集团浙江高科股份有限公司蝉联市“领军工业企业”称号。

为加强对领军、高成长型工业培育企业的动态管理,根据《温州市领军工业企业培育实施方案》《温州市高成长型工业企业培育实施方案》要求,经市政府同意,对培育企业予以优化调整。此次发布的是调整后的名单。

《通知》希望各地各部门继续高度重视领军、高成长型工业企业培育工作,优化资源配置,落实扶持政策,实施精准服务,充分发挥领军、高成长型工业企业在工业强市建设中的引领、示范和带动作用,不断增强全市工业经济综合实力,推动温州经济转型升级超发展。

2016 年,环宇集团浙江高科股份有限公司重视科技创新、管理创新,加速营销供给侧改革,经营业绩同比增长 20% 以上,发展势头强劲。此次蝉联“领军企业”称号可谓实至名归、当之无愧。(鹿鸣)



“后现代主义设计之父”,是意大利国宝级设计大师,生活家首席顾问的亚历山德罗·门迪尼

化组织 (ISO) 指定由中国牵头制定这一标准,生活家地板是主要参编单位。

标准话语权一向被视为企业的终极竞争武器,中国制造的命运很多时候被掌握在“洋标准”手中。

从全球范围看,所有掌握标准话语权的跨国公司,都具有突出的原创能力,以及全球一流的生产技术和产品品质。这些特质在生活家地板身上表现得也十分明显。截至目前,生活家拥有 50 多项国家专利,其中国家发明专利 4 项。特别是木地板除醛技术的发明,攻克了木地板制造领域的世界级难题,应用这项技术的除醛地板,可以捕捉分解居室中游离的甲醛。

向全球输出中国标准,并不是一个突发性事件,期间经过了长期间的积累。生活家先后参加过《实木复合地板》《商用木材及其制品标识》等 30 多项国家或行业标准的编制,并且是《仿古木质地板》标准唯一的企业负责起草单位。

全球品牌:细节的荣耀

美国纽约时报广场,被称为世界的十字路口,也是品牌传播的制高点。纽约时报广场的大屏幕,一向被世界级的品牌霸占。通过这个足以影响全球的时尚“风洞”,生活家向全世界传达着自己的时尚理念,创造并引导着全球木地板的消费潮流。

品牌的荣耀来自细节,细节的微小差距,可能是许多企业永远不能跨越的门槛。向奢侈品学习制造和服务,是生活家给自己定下的规矩。

在生活家,那些制作仿古地板的工匠们,被尊称为“地板创意师”。他们不再是简单的体力劳动者,而是艺术的创造者。他们拥有与大提琴、小提琴的制作师同样的严谨和自豪。

对于原料和作品的尊重,让生活家的“地板创意师”们对自己要求近乎严苛。他们会在作品的背后打上自己的印记。根据这样的印记,你可以找到每一块地板的创作者。

据悉,带着品牌的骄傲,今年 4 月米兰设计周期间,“世界的生活家”设计文化交流

系列活动将进行全球启动。来自荷兰、西班牙、英国、意大利、德国等全球各地室内设计师、建筑设计师以及各国驻华大使馆、领事馆文化相关官员代表将到现场,为生活家地板加油喝彩。

全球市场:现实的竞争

有市场,才会有利润。所有竞争的手段,都是为把产品卖出去。一个世界的品牌,必须拥有全球市场。

德国人对于质量的挑剔和苛刻,是全球公认的。在德国的高端市场上,生活家地板给德国经销商带来可观的利润。迪拜聚集着全球的富豪,卖的都是全球最昂贵的产品,生活家地板的专卖店吸引着来自中东的客户。在巴黎、伦敦、纽约、莫斯科,几乎世界每一个最繁华、最时尚、最有消费能力的城市,都会有生活家·巴洛克地板。

找到消费者的“痛点”和兴奋点,是生活家的强项。“净界”系列产品是生活家地板的代表作,抓住消费者对于环保的需求,“净界”做足了功课。除了生产过程中 0 甲醛添加外,“净界”系列还具有除醛功能。经过权威部门检测,其对于室内游离甲醛的捕捉分解率,达 80% 以上。目前市场上还找不到比生活家“净界”系列更环保的地板。

生活家“净界”系列每一个细节都极其讲究,体现出非同寻常的工匠精神。“净界”系列采用手工打磨、云丝面、浮雕等生活家三大仿古工艺。从内部结构上看,“净界”系列采用 3:2 纵横交错的 5 层结构,利用木材纤维间的相互作用,消解应力,使地板的性能更加稳定。

转型升级是中国制造正在面对的课题,生活家地板总经理林德英表示,提高效率 and 为客户创造更好的体验,是转型升级的核心价值。智能制造和服务升级是生活家未来的方向,生活家的目标是做全球最优秀的地板服务商,利用全球智慧、全球资源提高生活家服务客户的能力,提升企业的核心竞争力。

当火车“惹”上红岩杰狮

3 月 23 日早上,河南漯阜铁路公司一列火车行至漯舞线舞钢段时与一台红岩杰狮半挂车发生碰撞。据了解,目前共有三名伤者送往医院,其中火车驾驶员眉骨骨折,红岩杰狮两名驾乘人员经检查均无大碍。

货车与火车发生碰撞的新闻似乎已经不再新鲜,大多数结果都是以货车车毁人亡而结束,但这次红岩杰狮驾驶员毫发无损,从车辆外观上看,也几乎没有受到损坏;反而是火车外观因冲撞发生变形,驾驶员也受伤了。让人惊呼“火车惹不过汽车”!杰狮驾驶室有多硬?

其实,这也不是红岩车第一次与火车发生碰撞,早在 2015 年就有一台红岩杰狮在内蒙古赤峰与火车发生碰撞事故。虽然当时的碰撞破坏已经导致了红岩杰狮驾驶室移位,但由于红岩驾驶室采用高强度钢材的缘故,驾驶员在事故中也存活下来。

在众多事故中,驾驶室在碰撞的过程中会变形破裂,随碰撞的冲击力对驾乘人员造成严重伤害,而杰狮驾驶室本体采用高强度钢板整体冲焊成型,最厚处钢板达 1.5mm,比一般的厚 20%,加之驾驶室前围盒装结构,大幅提高了前围整体强度,即使碰撞,也能较好保持前围整体几何结构,更好地保护了驾驶室整体结构强度,能够承受更大的冲击力。这也就是为什么红岩杰狮两次与火车碰撞均未发生人员死亡的原因。

上汽红岩用安全诠释高端,在产品的安全方面下足了功夫,即使是在轻量化盛行的当下,也绝不在涉及安全的配置上减重,宁可重 100 公斤,也不会以牺牲安全为代价进行减重。同时,所有车辆全部运用了驾驶室四点悬浮设计,在面临撞击时,驾驶室可整体向后移 500mm,减小撞击对驾乘人员带来的伤害。同时,内部仪表台选用的材料在车辆发生碰撞时不易碰碎,可有效减少碎化物质尖角对驾乘人员的二次伤害。红岩杰狮匹配的 Cursor 发动机具有依维柯专利技术的 EBS 发动机制动系统,高效制动,减少刹车次数,避免轮毂过热而引发交通事故。此外,配备双回路制动系统和 ABS 防抱死系统,在安全方面可谓是武装到了牙齿。

(吴佩遥)



图为车祸现场

▶▶▶ [紧接 P1]

创新强 则企运昌

——云南乍甸乳业有限责任公司发展纪实

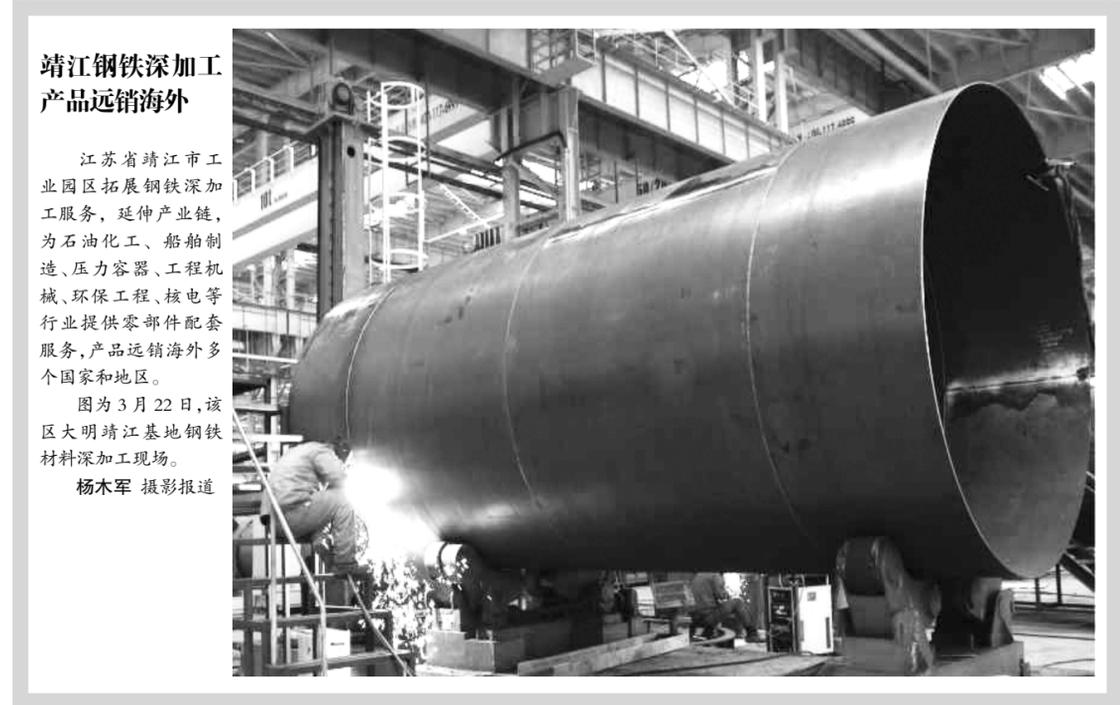
好菌益生菌发酵乳采用与当今国内外市售发酵奶完全不同配方,且菌株均为从传统发酵食品自主分离得到,同时经过近五年实验室研究,完全符合益生菌标准,即能完全耐酸耐胆盐,能产生有效抑菌物质抵抗食源性病原菌而不耐受强效抗生素,由此能有效定植肠道,从而避免病原微生物占据肠道而造成各种疾病;产品业已上市,受到市场喜欢。森林牧场鲜牛乳生产工艺集成创新及产业化应用荣获红河州 2015 年度科技进步三等奖。森林牧场鲜牛乳生产线产品设备兼容性很强,不仅可以生产巴氏杀菌乳,同时还可以生产调制乳、含乳饮料等多种类型产品,给企业产品研发提供有力的设备保障。

“科学技术是第一生产力,是推动现代企业进步的杠杆。国企如此,我们民企不能逊色。”乍甸乳业公司用行动践行了这一理论。

绣面子“颜值”抢眼

吸引消费者眼球,刺激消费者喜欢靠包装。实现消费,促进商品的流通,提高商品的销售量,是一门学问,也是企业的必修课。乍甸乳业公司把“面子”做到了极致。他们将鲜牛乳的 PET 瓶包装通过新颖的造型设计、结构设计及精美印刷,呈现给了消费者,激起了消费者的购买欲望;利用设计空间制成不同规格的产品,提高了产品销售效果和流通效果,满足了公司和消费者要求。“设计不是我的专长。作为家长,当取回‘乍甸’奶时,小娃的眼光会对准商标发呆……我仔细琢磨后发现,原来是乍甸乳业的商标对孩子产生了吸引力。”家住蒙自市兴盛路鑫和小区的李建国坦言。至此,乍甸乳业公司设计的外观专利已上升到了 6 件。此外,该公司尚有 13 件专利产品,其中获得发明专利 1 件,实用新型专利 6 件。

里子+面子,相得益彰。巴氏奶、酸奶等“乍甸”牌系列产品等 30 多个品种,深受广大消费者的青睐,销售网络遍省内主要州市。公司先后连续 10 多年荣获“云南省著名商标”“国家级农业标准化示范区”验收合格的证书,餐饮奶中牛乳之房获得科技进步一等奖。



靖江钢铁深加工产品远销海外

江苏省靖江市工业园区拓展钢铁深加工服务,延伸产业链,为石油化工、船舶制造、压力容器、工程机械、环保工程、核电等行业提供零部件配套服务,产品远销海外多个国家和地区。

图为 3 月 22 日,该区大明靖江基地钢铁材料深加工现场。

杨木军 摄影报道

小河嘴煤矿开展全员节能行动

今年以来,川煤集团达竹煤电公司小河嘴煤矿严格按照国家“十三五”全民节能行动计划安排,在矿区开展了全员节能行动,把节能贯穿于企业生产经营和员工工作生活的全过程,推动形成全社会共同参与的工作格局和社会氛围。

该矿在今年初制定了企业节能优先发展战略,召开了节能减排工作动员会,通过各种渠道开展了矿区节能减排专题宣传行动,举办了节能宣传进矿区、进区队、进部门、进班组、进岗位、进社区、进楼院和进家庭的“八进”活动,发放了《家庭节能指南》,

企业各单位与职工家庭签订了节能自愿承诺书,让节能周和低碳日意识逐步深入普及,引导节能产品进家庭,节能设备进企业,不断提高全民资源忧患意识和节约意识,形成企业积极行动、员工广泛参与的全民节能氛围,矿区职工家属工作生活意识更加绿色环保。

作为煤炭生产企业,小河嘴煤矿将节能减排作为企业转型发展升级的重要举措,加大企业节能减排工程推进行动,重点围绕“生产系统自动化信息化提升工程、燃煤工业锅炉节能环保综合提升工程、电机

系统能效提升工程、交通节能推进行动,建筑节能提升行动,节能科技支撑行动,自动化无纸化办公提升行动、节能设备产品进矿区推广行动、矿区居民生活节能行动”等十项重点节能、降耗、减排工程推进行动,推进企业生产方式更加集约高效和产业升级,建设能源节约型企业,促进生态文明建设,推进矿区绿色发展和可持续发展。

在此基础上,小河嘴煤矿从今年开始将节能、减排、降耗指标纳入企业综合考评体系和全面预算管理体系,把节电、节水、

节煤、节气、节约办公耗材、节约材料消耗等节能降耗指标具体分解落实到机关部门、生产区队、划转公司和主要班组,实行月度目标评价考核,特别是鼓励各机关部门、生产区队、划转公司推行能耗定额管理制度,将节能降耗指标层层分解落实到岗位和人头,实行月度监督检查和考核奖惩,考核结果与职工工资考核核算挂钩,激发各级各岗位主动节能降耗的积极性和创新性,打造绿色、节能环保型煤炭企业。(杨涛)

(上接 P1)

“我们决不拖公司发展的后腿!”

——安徽华塑股份水泥分公司采访见闻

与职工一起干不丢人

“昨天循环水阀门出现漏水,我赶到的时候,班组长以上人员全部到位。有这样一支队伍,我们有信心把工作干好!”新履职的水泥分公司副经理万书宝这几天一直在工作现场了解情况,调查研究。“董事长经常强调:干部与职工一起干不丢人!我认为,职工能干的,我们就能干!”万书宝表示,华塑股

份公司当前正处在加速发展的快车道上,水泥分公司作为企业循环产业链上的一环,我们决不拖公司发展的“后腿”。

“完善市场化工资分配办法,充分利用经济杠杆的作用,把职工的积极性调动起来。”就下一步工作思路,万书宝说出了自己的打算。

有信心重振辉煌

“目前有两大压力,一是安全,二是环保;两大问题,生产工艺技术人才缺失与班组交接班室的配置。”从武保部副部长接任水泥分公司党总支书记、工会主席的安徽祥告诉笔者,分公司职工队伍结构由企业本埠、煤矿转岗、地方劳务三大部分组成,在思想融合方面还需要进一步加强。至于压力与存在的问题,新班子会制定应对措施,逐项解决,确保各项工作稳步进

行。

“过去,水泥分公司在华塑的成长过程中做出过积极的贡献,也取得过辉煌的业绩。今天,发展的‘接力棒’传到新的领导班子手中,我们有信心再夺红旗,重振辉煌!”

18 时 35 分,结束半天的采访。下楼时,一层金黄色的霞光铺满了水泥回转窑,映红了盐化开拓者们坚毅的面庞……