

你的家可能正在行走在通往全球家居市场的路上

毫不夸张地说,大洋彼岸的某处宅邸摆放的是和你家一样的中国家具;你脚踩的地板很可能是好莱坞明星家里的同款;你家里的门可能正践行着世界顶级的环保理念;你坐的沙发可能集纳了异域文化里最精粹的养分……你的家,可能正在行走在通往全球家居市场的路上。

过去一谈起买家具建材,人们就将目光瞄准“洋货”,而今天,是时候顾一下身边的精彩了。中国的本土品牌正凭借自己的设计与制造实力走出国门,无论是从国内出发遍布世界各地开店,还是将独具匠心的产品带上国际舞台,这些具有专业制造能力、考究工艺手法、国际化设计背景的本土家居品牌,为国内消费者带来更优质的产品的同时,也冲进了世界各地消费者的家里,令人刮目相看。



者提供国际化家居产品的同时,HC28家具的店面已经延伸至泰国、新加坡、科威特、墨尔本、悉尼、纽约、菲律宾等文化习俗迥异的各个地区。

当然,反观HC28之所以接待来自各个国家设计师的灵感,还要源于其对工厂严格苛刻的把控。80%现代制作技术与+20%的中国文化传统相结合,20%现代化机械化加工+80%传统手工作业,这样的“28”,是站在本土文化与制造肩膀上朝世界挥手的先行者。

美克家居 专注多元生活方式 遍布全球已是轻车熟路

丰富的市场经验、多元的文化体验以及深入生活中的各种需求,总会让一些品牌沉淀出特属于自己的味道,凝练出时刻满足消费者生活方式的家居产品。

当大众的生活方式与消费理念逐渐与世界接轨,这些发源于本土的品牌,早早将触角伸向了更宽广的视野,与国际化家居企业联手,整合更多优质的产品,为国内以及国外的消费者提供贴心的服务,从愿景转化为落地可行,带着卓越设计与品质的品牌,在通往全球的路上轻车熟路。

美克·美家便是其中一个,依托具有20余年家具设计制造经验的美克集团,美克家居整合全球化的设计灵感、生活方式,荟萃世界各地不同国家和不同时期的家居风格,15年中不断更新经典套系产品,为钟情传统、现代或休闲的不同消费者提供针对性的解决方案。2001年携手美式设计领航者伊森艾伦(Ethan Allen),2009年,并购了在美国拥有62年历史的Schnadig,2010年,美克家居完成了对美国A. R. T.家具公司的收购,建立了国际营销渠道,拓展国外市场,其以极致美

学、建筑灵感、经典传承、原汁原味的产品特点落脚在包括美国、加拿大、日本、俄罗斯、澳大利亚、西班牙、韩国、新加坡等超过25个国家与地区。

可见,从产品风格、材质选择、到精良的制作工艺,无不是家居品牌能够受到不同消费群体选择喜爱的基础。发源自本土的企业,正凭借自有的优势以及不断积累的经验,在国际家居市场中放开手脚,占据自己的一席之地。

MHC 依托细节婉婉道来 在不同城市表达不一样的自己

在国内家居市场中,你可能遇到过这样一些品牌,它们低调内敛,少有大张旗鼓的自我张扬,它们沉稳细腻,少有乍看惊艳的夸张造型,但就是这样的它们,凭借着自身丰富的设计与生产制造经验,宽阔的国际化视野,不断创新的产品研发,现身在世界的各个地区。

的确,当消费者更愿意为品质与服务买单,而不是产品哗众取宠的浮夸模样,当消费者开始关注并理解细节的意义,而不是皮毛的耀眼,这些根植国内并有着国外合作背景的品牌,获得了全球消费者的青睐。延承意大利经典设计血脉,聚焦全球优秀设计师资源,同时汲取全球不同地域的文化营养,定位于当代“面向当代,内敛奢华”的MHC家居,在2014年-2016年间,将店面铺至利雅得、贝鲁特、吉达、首尔、莫斯科、开罗、安曼等诸多城市。面对在不同城市的落地生长,MHC家居创始人吴小平表示,行走在国际市场中,每一个店面中的产品都不会是单纯的产品搬运,MHC会根据不同城市的文化内涵与当地人的生活习惯,作出相应的产品设计调整。

显然,考究的细节、扎实的工艺、过硬的品质与国际化的设计,是一个家居品牌走向国门经受不同地区、不同市场考验的必要条件。吴小平透露,2017年上半年,印度德里、巴基斯坦伊斯兰堡、沙特胡拜尔以及北京、上海、广州、杭州等城市,都将会是MHC的身影。

茅台技开:为实现千亿茅台努力做好酒文章

■ 本报记者 樊瑛 张建忠

白酒作为中华民族的文化符号,是国人情感交流的载体,是传统风俗习惯和文化习惯偏爱的消费品。近年来,茅台集团技术开发公司(以下简称茅台技开)为了充分满足消费者和市场的多元化、多层次、个性化需求,重点打造了“柔和酱香”和“柔雅浓香”酒产品,为实现千亿茅台努力做好酒的文章,力争到十三五末的2020年,茅台技开预计实现营业收入50亿元,其中白酒板块35亿元,上下游板块15亿元。

作为柔和酱香酒的标准制定者,茅台技开公司不仅掌握了规则的制定权,还积极推进营销创新,在巩固传统渠道的基础上,积极适应跨界营销,实现大数据营销;注重资源整合,深入贯彻落实贵州省委、省政府“促进酒旅融合发展”的指示精神,将茅台技开的酒产品与“红色文化”、“旅游文化”、“西藏文化”三个文化深度融合,打好“三个文化”三张牌,开启茅台技开跨界营销新模式,确保全面完成2016年各项目标任务,努力实现茅台技开“十三五”发展的良好开局。茅台技开公司打造的“三个文化”三支产品可以这样描述:结合贵州乃至其他地方的红色文化旅游景区,将红色文化元素融入酒产品包装上来,打造红色文化这支产品;结合旅游景区特色,将当地独特的旅游文化融入酒产品包装中,打造旅游文化这支产品;以拉萨玛咖酒为契机,将西藏文化元素融入酒产品包装中,打造西藏文化这支产品,使得“三个文化”齐发力,为茅台技开“十三五”发展奠定坚实的市场基础。

作为贵州省白酒骨干企业,在茅台集团的正确领导下,茅台技开人传承国酒文化,融汇茅台工艺,敢为人先、艰苦奋斗,经过二十多年的发展,实现了由单一产业向酒类配

套包装一体化子集团母体企业的重大跨越,成为了实施茅台集团“一业为主,多种经营;一品为主,多品开发”战略的重要子公司。

近年来,茅台技开公司加快技术研发,与中国食品工业协会白酒专业委员会、中国食品发酵工业研究院等国内一流研究机构合作,研发出柔和酱香和柔雅浓香白酒,获得市场较大范围的认知度,美誉度越来越高,受到国内知名白酒专家的高度评价,今年3月喜获贵州省科学技术进步三等奖。不仅如此,公司还加强了对各技术团队的培养,在白酒品评、白酒酿造和技术创新等方面都取得了丰硕成果,成功培养了一批优秀的技术人才。今年10月,茅台技开公司副总经理屈午以贵州省第一、全国第二的成绩被聘为第九届国家级白酒评委。国家级白酒评委的获得,改变了公司无国家级白酒评委的历史,茅台技开公司的技术团队建设取得了质的飞跃。目前,公司已拥有国家级白酒评委1人,贵州省白酒评委13人。

今年12月16日下午,又传来喜讯,贵州省科技厅组织专家对习酒公司牵头、公司承担的省科技重大专项“酱香型白酒机械化酿造关键技术研究及产业化示范”进行了年度检查,公司作为子课题责任单位承担了“柔和酱香型白酒制酒关键技术研究及应用示范”课题研究工作。通过项目汇报、评审、答辩,与会专家组认为该项目按进度完成了项目合同书规定的任务和指标,一致建议通过检查。

白酒评委和科技进步奖等一系列成果的获得,体现了茅台技开人精益求精、精雕细琢、追求极致的工匠精神,为公司发展储备了优秀的技术人才队伍,提高了公司的人才影响力和市场竞争力,为十三五末茅台集团千亿目标的实现提供了强有力的支撑。



HC28 雕琢工艺与设计 手握登临国际舞台的通行证

当消费者一边对国际化的产品设计渴求不已,一边对传统的工艺念念不忘,如何将二者置于一体而又毫无违和,便成为了不少品牌的心思所在。当然,真正能够让传统手工艺与现代技术、前卫设计与精良制造彼此惺惺相惜的品牌,不准收获更多消费者的认可。

为此,与设计师联手、深化工艺打磨细节,都成为品牌捕获消费者芳心的重要途径。风格与气质,情绪与态度,规则与方式,在参透东方情怀的同时囊括国家化多元文化,如此一般,无论是国内审美情趣日渐提升的普罗大众,还是国外具有设计背景的专业人士,都不禁会有所关注。而每每提起“中西合璧”,HC28家具总是占据着一份话语权。一方面,通过国内外多个设计大师和设计新方案不断走入HC28,不难发现,在国际化的视角中,中国式设计不必有“东”“西”之分,反而以“合璧”的态度,多元独立又相互共融的,碰撞出充满热情和新意、禁得住时间考验的作品。另一方面,拥有了强设计与高品质的HC28,冲进全球市场也就并非难事。事实上,在为国内消费

建设成都服装品牌 振兴成都服装产业

2016 成都服装(服饰)行业年会在花水湾镇成都服装(服饰)行业协会红色教育基地举行

■ 刘国兴 / 摄影 本报记者 樊瑛 张建忠 / 文

12月24日上午,2016成都服装(服饰)行业年会在成都大邑花水湾镇成都服装(服饰)行业协会红色教育基地隆重举行。成都市经济和信息化委员会相关领导、成都服装(服饰)行业协会会长、常务副会长、副会长、秘书长和会员单位莅临本次会议,共谋行业发展大计。会议号召参会企业携手抱团发展,在新的一年里,通过服装业的共同努力为振兴产业发展做出更好的贡献。

黄文章会长作成都服装(服饰)行业2016年工作总结及2017年工作计划报告,让参会人员了解今年行业的发展和协会的工作以及明年行业协会的工作有了清晰和全面的了解和认识。黄文章指出:2016年,面临国家经济下行,行业产能过剩、市场消费低迷的不利形势,成都服装(服饰)行业协会在市经信委、市商务委、市人社局等相关政府部门的正确指导下,坚持“建设成都服装品牌,振兴成都服装产业”的发展目标和“对接政府,服务企业”的工作方针,积极引领企业响应中央提出的供给侧结构性改革和“一带一路”发展战略,加快行业结构调整和转型升级的步伐,积极、主动、创造性地开展了一系列工作,在行业企业同心协力共同努力下,协会自身建设和行业发展都取得了较好成绩。

工作报告对2016年成都服装(服饰)行业协会六个方面的主要工作进行了总结:



2016 成都服装(服饰)行业先进个人颁奖



2016 成都服装(服饰)行业先进单位颁奖

(一)召开行业大会和研讨会,集思广益,共谋行业发展大计。召开了“2015年度成都服装(服饰)行业协会年会暨成都服装(服饰)行业发展大会”和“成都服装(服饰)行业发展研讨会”。

(二)践行“行业服务年”,发挥桥梁和纽带作用,切实为企业办实事解难题。积极配合政府部门做好行业调研工作,积极组织服装企业申报“地方名优产品推荐目录”,推荐企业申报“企业评优、评优产品”对接活动,组织会员单位参加“川货全国行·苏州站”、大明“毛纺节”,组织企业赴俄罗斯参加“第47届俄罗斯莫斯科国际轻纺博览会”。

(三)号召服装企业积极响应政府“走出去”发展战略。组织会员单位参加“互联网+成都市名优产品工厂直销巡展”的活动,成功举办成都服装“名优产品”对接活动,组织会员单位参加“川货全国行·苏州站”、大明“毛纺节”,组织企业赴俄罗斯参加“第47届俄罗斯莫斯科国际轻纺博览会”。

(四)不断加强协会自身建设和会员队伍建设。加强协会领导班子建设,成立协会党支部,会员队伍不断壮大。

(五)积极开展各类培训和鉴定工作,与政府、高校协同举办技能大赛。

(六)创新思路,搭建平台,展现成都“时尚”风采。

记者从会上获悉,2016年成都服装(服饰)行业主动适应经济新常态,努力创新发展模式,加快行业结构调整和转型升级的步伐,加强行业品牌建设和人才培养,涌现了一批表现突出的单位和个人。如在创新发展模式上取得突破的四川彭州万贯口阳投资开发有限公司、四川圣山白玉兰实业有限公司等单位;在品牌建设方面成绩突出的雷迪波尔服饰股份有限公司、四川祥和鸟服饰有限公司、成都欧尼卡服饰有限责任公司等单位;在行业人才培养方面做出贡献的成都纺织高等专

科学学校、四川师范大学服装与设计艺术学院等单位,以及为行业发展做出突出贡献的林代湘、尹析明、刘长明、王斌、陈孟其、莫智文、余旭东、张屹、徐晓勇、金敏、陈光兴、向彬、常建林、贺梅、邱江伟等先进个人。

成都服装(服饰)行业的发展和取得的成绩离不开成都市经信委、市商务委、市人社局等政府部门的政策指导和关心、帮助。成都市经信委安全生产处岳晓川处长在会上作指导性讲话,他首先感谢一年来成都服装(服饰)行业协会和会员单位为推动服装(服饰)行业发展所付出的辛苦努力。他指出,正是因为协会和各会员单位的共同努力,才使得协会工作取得的业绩在成都经信委系统所属65个行业协会中名列前茅,在社会上的声誉和地位逐年提升。他强调,通过社会组织为行业服务是市场经济发展的必然要求,社会组织是政府和企业的桥梁,是政府未来有力的助手。通过协会传

递政府的声音,收集企业的呼声,为企业的生存和发展做好服务。他强调,作为分管领导,2017年要为成都服装(服饰)行业协会做好指导和服务工作,与协会共同努力把协会平台做得更深入、更广泛、更好,为会员企业生存和发展,为振兴产业发展做出新的贡献。

会上,协会秘书长李广新作《成都服装(服饰)行业协会2016年度工作报告》;监事会主席何文宣读对该财务工作报告的审议结果,她表示,该财务工作报告全面真实反映了协会一年来的财务工作情况,希望协会以及会员单位在2017年进一步增强市场竞争力和提升社会声誉,以此推动服装行业发展越来越好。

为了加强会员企业间的相互交流和分享成功经验,5家企业领导作了交流发言,他们是:四川祥和鸟服饰有限公司董事长陈孟其、成都仁和制衣有限责任公司董事长张屹、四

川圣山白玉兰实业有限公司副总经理陈斌、成都华龙化纤有限公司总经理邛建、四川依蓓姿服饰有限责任公司总经理张泳冰。分享交流的企业家们在会上分别分享了各自企业的资源优势和技术优势,以及对行业当前所面临的困难、机遇和前景进行了深度剖析,强烈表达了行业企业间抱团发展和进一步深入整合资源的愿望。

会议在紧张、团结、有序、实效的氛围中成功举行,让与会人员进一步认清了行业形势,学到了成功经验,增加了干事创业的紧迫感和责任感,增强了振兴服装产业的信心。

展望2017年,协会将在市经信委、市商务委、市人社局等相关政府部门的正确指导和支持下,紧紧围绕中央经济工作会议精神开展一系列工作。

(一)加强协会自身建设,努力提升行业引领能力。

(二)进一步加强与政府主管部门的对接,做好政策的宣传“落地”工作。

(三)积极推进“三品”战略,大力发展服装定制。推进行业“增品种、提品质、创品牌”,着力打造“成都造”、进一步扩大成都服装区域品牌的影响力和美誉度,帮助有条件的企业申报国家、省、市“著名商标”,引导更多有条件的企业开展服装定制生产。

(四)支持企业开展技术创新,推进供给侧结构性改革。

(五)改选专业委员会,大力提倡“工匠精神”,积极开展各类培训、鉴定、大赛,促进产业可持续发展。

(六)融入“一带一路”,带领企业积极开拓国际市场。

(七)积极加入成都建设“国际购物天堂”行动,提升成都服装的社会知名度和影响力。

(八)积极推进行业“六大中心”建设。逐步成立行业“人才培养中心”、“产品研发中心”、“市场拓展中心”、“品牌推广中心”、“电子商务中心”、“产品检验检测中心”。

(九)积极开展社会公益活动,履行好行业协会社会责任。

(十)认真做好申报“5A”社会组织评估准备工作。

协会会长黄文章表示,2017年协会将在成都市经信委、市商务委等单位的正确指导下,坚持“追求卓越,永无止境”的行业精神和“对接政府,服务企业”的工作方针,主动适应经济新常态,创新管理,克服困难,团结奋斗,为实现行业振兴作出积极的贡献。