



3·15 国家免检地板推介品牌之圣象

# 一只“大象”带动一个产业

□晚报记者 王亚萍 整理

3·15 宣言——“警惕劣质地板卷土重来,谨防不合格产品进入市场,促进行业健康发展,保证消费者健康消费”。

## 劣质 12mm 加厚强化木地板卷土重来

这几年,随着强化木地板行业的快速发展,怪味板、短命板、酥芯板、作坊板和李鬼板这些以次充好的“五劣板”开始在市场上销售。

2007年1月,北京市工商局对管辖区域内18个建材市场、商场、超市销售的建材产品进行了质量监测,有9个品牌的强化木地板产品不合格。抽查中不合格的强化木地板均是企业规

模小、品牌历史短,产品的市场占有率也不大。但是特别值得关注的是这次不合格的产品绝大多数为12mm规格。

目前,强化木地板市场的主流产品厚度在8mm左右,这种规格的产品目前市场占有率在70%~80%。12mm加厚强化木地板的出现丰富了市场,本来可以满足消费者的个性化需求。目

前出现12mm规格强化木地板不合格的主要原因,是因为生产12mm产品需要专门的设备。设备跟不上,就会造成产品表面强度、内结合强度均下降的后果。

“劣质12mm加厚强化木地板多制成‘仿实木’或‘超实木’的规格,消费者既多花了钱,又买不到质量合格的产品。”圣象负责人提醒消费者。

## 强化木地板并不是越厚越好

今年2月7日,圣象品牌亮相美国surfaces2007展会,在展会上圣象带来了与世界同步的技术和产品,以圣象为代表的中国强化木地板行业企业正改变着中国企业产品在世界的定位和印象。

从1995年成立,10多年间,圣象集团已成为全国

最大的地板制造企业,也有人说圣象堪称名副其实的中国强化木地板行业领袖,也被誉为一头大象带动了一个产业。

“强化木地板并不是越厚越好。”圣象负责人坦言,作为主流的8mm厚度产品能够体现强化木地板的特点和优点,如果消费者

选择加厚的地板,则一定要关注其功能和价格的变化,以适应自己的需要。

“在强化木地板还是一个新兴事物的时候,圣象进入郑州。从一定意义上讲,它开启了郑州消费者对强化木地板的认识,所以圣象要树立好自己的品牌。”一位业内人士表示。



[相关链接]

圣象强化木地板是以天然或人造速生林木材粉碎后高温高压制成。解决了天然木材易变形翘曲的问题,强化木地板既有近似天然原木的质感和色调,又有似大理石般的光泽和结实。圣象作为强化木地板的旗舰品牌厂,从德国进口的当今世界最先进的短周期压机,使得圣象工厂能够独家具有生产ACS商用33级产品的能力,8年间圣象名下涌现出一代接一代的金牌产品,通过不断的产品改进与科技投入,如今圣象钻石双耐磨产品的以耐磨值为代表的综合性能指标与当初的产品相比,更达到了PDAT20000转的高耐磨度以及ACS综合等级标准,成为目前世界范围内执行标准最高的产品。除了大家已经熟知的圣象钻石、皇家、爱心锁扣防潮、爱心锁扣环保系列外,圣象儿童系列也带着天真与梦想赢得更多儿童和家长的心。圣象随心拼系列产品更是前所未有地改变了强化木地板产品的拼装方式,使产品在设计和DIY拼装后期都留下了更广阔的空间。



# 圣象地板

和谐健康每一款  
**价格您来选**

活动时间: 2007年3月10日——3月25日  
 活动内容详见店内海报

销售热线  
 东建材: 66515516  
 西建材: 68897768  
 康居: 66759978

名优大卖场: 66523315  
 名优凤凰店: 66536858