



# 圣象

## 品质、速度，成就完整产业链

□晚报记者 卢林 整理

### 10年品质，树立大品牌

从1997年圣象木地板挺进中原，距今10年。这10年是圣象发展的关键10年，更是中原木地板业奋力前行的10年。

在中原消费者心中，圣象有着较强的品牌影响力，占据较大的市场份额，更是他们消费时选择的首要品牌。10年前圣象将强化木地板这个全新的产品以及消费观念引入中国市场。当时的圣象以100%的德国

制造，原装进口为定位。目的是利用德国的制造实力和超前的产品理念获得市场成功。虽说在成本上使当时圣象强化木地板的售价高达每平方米300元，但圣象却以此世界级技术含量的产品为载体，初期在业内创造了上百万平方米的销售奇迹，进而也成就了圣象高品质、高定位的品牌神话。

圣象掌舵者翁少斌在接受

其他媒体采访时曾表示，圣象品牌在发展的过程当中，更多地关注了消费者利益。所有的努力都会有结果。据公开资料显示，圣象在全球拥有近两百万用户，10年累计地板销量达到6000万平方米，这些地板首尾相连可以环绕地球赤道7圈。

专业化的经营、高品质的产品，给圣象公司赢得了众多荣誉：率先获得新版ISO 9001国

际质量认证和ISO 14001环境体系认证；中国驰名商标；获得中国抗菌材料及制品行业协会审定以及日本抗菌制品技术协会认定。

2006年6月16日，世界品牌实验室编制发布了2006年第三届中国500最具价值品牌”榜单，圣象品牌以45.01亿元（RMB）的品牌评估价值连续3年荣列建材行业首位。

### 完整产业链，成就大市场

而在业内人士看来，圣象最重大的战略举措，在于“大资本构筑强势的产业链”。

从2002年进行资本重组后，圣象在地板产业的上游做了很多文章，在最主要的原材料即人造板上实现了自主生产。现在圣象及其母公司已经拥有了全国最大的人造板生产基地，人造板总产量已经超过100万立方米。同时，分布在东南沿海和华中地区的4个育林公司，使圣象

在全国的速生林基地都得到大力发展。换句话说，圣象现在从种树到基材生产，到地板的研发和生产，到最后的终端销售和服务，建立了一个完整的产业链。

此外，圣象几年来投入巨资在广东深圳、江苏丹阳建立起两个一流的生产基地，目前已拥有6条先进的生产线，年总产能达到3000万平方米。目前，圣象已经启动了200万亩速生林计划，用于森林生产方面的投资达到3

亿元。

产品研发是地板产业链的一个重要环节。自创立之时，圣象就建立了自己的研发中心，目前圣象已拥有先进的地板研发和检测基地，成为首批通过国家实验室认可的由企业建立的检测中心。研发中心相继研发出地板抗菌技术、E0健康地板等多项领先技术和产品，其中26项获得国家专利。

整合全球产业资源是圣象在

构筑产业链方面的又一重大战略举措。去年，在圣象集团和瑞典康树集团战略合作周年庆典上，圣象与康树的“全面战略合作伙伴关系”涵盖了品牌、产品、市场、资源与供应链5个关键环节。

同时，对于木业产业来说，资源的可持续利用、节约资源的生产方式和产业组合才是行业发展的归宿。为了体现产品的绿色主张和环保理念，圣象的原材料全部选用优质速生林木。



Power Dekor



圣象地板

热烈祝贺2007年中原首届家居地板节

盛大开幕



爱心服务热线0371-67039720

<http://www.powerdekor.com.cn>

圣象地板