

# 专注品质,引领“石”上未来

## 访简一大理石瓷砖郑州总经理范合明



日前,简一大理石瓷砖获国家权威部门调查颁发“2013年全国市场同类产品销售量、销售额、市场占有率”三项第一,再次佐证了简一大理石瓷砖品牌的市场热度,同时见证了消费者的信任。

简一于2009年世界首创大理石瓷砖,并坚持每年一代新产品的研发与推出,给消费者带来具有“大理石的逼真效果,瓷砖的优越性能”的产品。

那么,简一大理石瓷砖究竟具备了哪些“与众不同”的特征而备受消费者青睐?8日上午,记者与简一大理石瓷砖郑州总经理范合明进行了面对面的交流。

郑州晚报记者 唐善普 文/图



### 注重科技与研发成就“简一品质”

中国陶瓷行业起步于上世纪60年代,经历50多年的发展,行业竞争进入白热化阶段。在这一新阶段,一款集结了天然石材与瓷砖两者优良血统的产品——大理石瓷砖新品类在2009年应运而生。

2009年,简一大理石瓷砖以全球首创“凹凸釉中彩”国家发明专利,开创拥有“具有大理石瓷砖逼真效果,瓷砖优越性能的”的大理

石瓷砖新品类。2014年,简一推出第六代瓷砖新品,实现了表面无网纹,且行业首推900x900mm大规格瓷砖全面还原石材。全新升级的3D高清还原套印技术,网纹淡化技术、叠加釉层技术等,使第六代新品从色彩、层次、光感、触感、质感更逼近天然石材。

“简一的‘出彩’与‘与众不同’是因为它一直注重科技与研发的结

果。”范合明认为,简一的产品是自己自主研发的,而且能保证质量。简一大理石瓷砖密度相对较高,易清洁,更为适合室内室外的干挂。

“现在我们都提倡低碳环保的家居理念,低碳环保的方式有很多,选择优质的材料也是其中一种。”范合明认为,简一的这种注重环保和节约的理念,充分体现了企业的责任意识。

### 突破瓷砖与天然石材界限开辟市场蓝海

“这一次,简一大理石瓷砖获三项第一,就再一次佐证了消费者对简一品牌的信任。”范合明说,作为人口最多的河南市场的简一产品负责人,他犹感自豪。

他告诉记者,其实简一获得这个殊荣也是意料之中:简一大理石瓷砖深谙“聚焦”经营之道,始终专注于大理石瓷砖的研发及技术创

新,并率先完成了国家发明专利及多项行业核心技术的攻克,使得简一在品牌“高端”定位的核心理念下,不断夯实产品基础,并逐步在全球布局销售网络。

谈起简一的不同,范合明直言“太多了”。

“拥有天然大理石逼真纹理、色彩和质感以及天然的装饰效果,

使得大理石瓷砖替代石材成为可能,而比石材更胜一筹的是,它拥有了瓷砖的实用性能及灵活的装饰应用。”他认为,正是这跨越了瓷砖的与天然石材的界限的突破,简一开辟了新蓝海,短短6年内引燃了高端装饰市场的消费需求,成就了大理石瓷砖销售量的几何式增长。

### 对河南市场的未来很看好

简一大理石瓷砖因其“拥有大理石的逼真效果,没有石的天然缺陷”,受到越来越多消费者的喜爱。

“在当下的市场,大理石瓷砖行业跟风的还是有很多,这些产品在价格上差别很大。为什么?模仿的产品厂家没有自己的研发团队,原料采集和技术工艺上也参差

不齐,在质感和逼真度上会有很大差别。”范合明说,但消费者并不太了解内情,几年后就后悔了。

他认为最重要的还是,要让消费者在使用前知道简一,使用之后感觉到简一的品质和专业的服务,提升客户忠诚度。

“产品的拓展非常重要,我对

河南市场非常看好。”在他看来,目前的市场已向二三级市场下沉,而随着人们对生活质量的提升,中高档产品的未来市场非常大。

整个访谈中,他提到最多的还是服务,“未来我们更加注重服务,从售前、售中到售后,以及后期应用的维护,做到更加完善。”

# 郑州晚报 河南省装饰装修质量检验协会推荐家居赞品牌

**HELN 赫兰**  
| 厨卫集成顶专家 |

**青木堂**  
WOODY CHIC  
现代东方家具



**河南超凡装饰**  
扎根河南 打造百年诚信装饰品牌



**姚氏**  
耐水腻子专家



**SC.CC 实创**  
| 整体家装 |



**Kainuo**  
凯诺舒适



**BIGTIME**  
东方邦太 整体橱柜

**简一 大理石瓷砖**  
因为专注 所以更逼真



**绿都电线**  
环保高性能低烟无卤辐照交联电线

**CCTV.COM | FATSO 胖了**  
装饰圈子·黄金展位合作伙伴

