

抢占高端市场 维朗门窗推瓷泳工艺新品

当大多门窗企业还在电泳产品上打得不可开交之时,维朗门窗已经在更高端的瓷泳工艺产品上领先一步。2019年“五一”,维朗门窗全新推出的瓷泳工艺产品在居然之家、红星美凯龙等一线家居卖场一上市,就引发了行业的关注。北京商报记者探访维朗门窗位于河北芦台的新工厂发现,瓷泳工艺新品的背后,是维朗门窗对新工厂的优化与升级。在2018年产量和销量同步扩增三倍的助推下,维朗门窗正凭借着瓷泳工艺产品,逐渐抢占高端市场。

推瓷泳工艺

“五一”小长假,北京居然之家金源店内人气十分火爆,在建材展厅,维朗门窗新推出的瓷泳工艺产品更成为了抢手货。

“我家前年装修选用的就是维朗瓷泳76系列系统窗,导购介绍说系统窗比普通的断桥铝窗性能要好。安装完了确实不一样,既高端又大气,手感也很好,虽然价格比普通的门窗要高一些,但家人都特别满意,很值。”已经是第二次上门的刘迪毫不掩饰对维朗系统窗的喜爱,准备推荐身边的朋友过来买。邓永军也有同感:“我家当初选的也是维朗瓷泳76系列,老婆十分喜欢”。

与刘迪一样,很多人认识维朗门窗,都是因为它的产品与众不同,以瓷泳系统门窗为例,不仅不怕灰尘、雨水、易于打理,而且看起来很美,摸起来更润。“什么样的产品才是好产品?那就是要让消费者看到一眼就会尖叫。”从展厅驱车返回位于芦台新工厂的路上,维朗门窗董事长张伟脸上一扫严肃,露出笑意:“这就是会说话的产品,一看就与其他产品不同,就想把它装到自己的窗户上。”



维朗门窗引进了先进的数据信息管理ERP系统

成立于2002年的维朗门窗,一直以打造“高端功能性门窗专家”为目标,专注产品和技术的创新,此次推出的瓷泳新品采用工艺精湛的欧洲门窗技术和欧美优秀设计技术,融入国际建筑标准和现代设计元素,以国际同步、国内领先的新型产品形象面向市场。

现代化生产

瓷泳工艺的背后,是现代化的工厂。“新厂房自2018年建立起就从未停过工。”张伟颇为自豪;“以河北的土地建厂,以天津市的水电供应标准做保障,就是在这样的厂房里,我们在2018年做到了产量和销量增长三倍。”

厂房内机器轰鸣,工人在生产线上有条不紊地作业,一件件产品被打包运走……2019年“五一”前夕,北京商报记者踏进维朗门窗上万平方米的生产车

间,见到的是现代化生产场景:“我们有5条生产线,生产一套门窗只需两天。”抚摸着刚刚下线的断桥铝门窗,维朗门窗副总经理邢洪海十分兴奋:“铝包木门窗的生产更具现代化,车间内全部采用欧洲工业4.0的标准,配备德国叶鲁生产器械,整个流程依靠设备全自动化完成,从下料到组装完,一般只需15-20天。”

在设计加工环节,维朗门窗更是引进了先进的数据信息管理ERP系统,从西班牙数据库将加工信息导入,原材直接成形,保证超高精密度的同时,还大幅提升了该环节的加工效率。“正常情况下,这个流程需要10个人的班组来完成,装上这台设备后只需要1个人。”张伟透露,这样的流水线仅在断桥铝车间就有6条,每条线的日生产量是100平方米,每天的断桥铝生产规模可达到600平方米;“依靠着现代化的设备,我们有

底气说:生产1平方米和生产1万平方米的产品质量是一样的”。

抢占高端市场

生产能力的稳定,给了维朗门窗抢占高端市场的底气。

维朗门窗在北京有20家直营专卖店,都开在居然之家、红星美凯龙、蓝景丽家、集美、城外诚等主流卖场内,消费者很容易就能找到。同时,维朗门窗以铝包木、断桥铝两大主流产品为拓客利器,能满足消费者对于门窗的美好想象。

更重要的是,产品品类的增加、产能的扩大、销量的猛增,让张伟有了拓展市场的信心。维朗门窗芦台的新工厂距北京东五环129公里,距天津仅49公里,高端的瓷泳工艺新品的上市,将巩固维朗门窗在北京市场的地位,同时现有的断桥铝等相对中端的产品将继续拓展天津市场。

业内人士分析,中国门窗企业众多,但还没有一家企业占据绝对的领先地位,这成为门窗行业的一大难题。“消费者只有用了产品才能了解一个品牌,如果产品足够好,消费者很可能用这个品牌一辈子。”张伟认为,好的产品是敲门砖,这就需要企业提供高性价比的产品和完善的售前售后服务;“比如这款胶条,一般厂家只用13元的,维朗就用二十几元的,虽然增加了3%的成本,但门窗的使用寿命提升了20多年,让消费者得到了实惠。”

“我希望以品质征服消费者,让人们一提到门窗品牌,就想到维朗。”张伟的期待,如同维朗门窗的Slogan“不静音要窗何用”,正向着好门窗、高端门窗的品牌目标迈进。

北京商报记者 谢佳婷 孔文燮

行业动态

携特洛伊联盟 居然之家发母亲节邀约

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)与家人一起拍写真、动手尝试花艺制作、现场体验主题烘焙……2019年5月12日母亲节当天,居然之家将携手特洛伊联盟,在北四环店家之尊国际馆举办“联盟母亲节主题日”活动,向全城的母亲送上节日祝福的同时,将邀请母亲们一起到居然之家享受优惠活动。

居然之家家之尊国际家居馆位于居然之家北四环店,地理位置优越,交通便利,是进口品牌最全、单店面积最大的进口家居馆,馆内汇集了百余个国际高端品牌,尤其是由克拉斯家居、OBJECT CARPET、亿百莉以及欧美佳电等十余家优质高端品牌组成的特洛伊联盟,能满足消费者多样化需求。

“联盟母亲节主题日”活动之际,居然之家家之尊国际家居馆将被布置成粉色、珊瑚橘、香槟金等女性喜欢的颜色,现场提供睡床家居与饰品展示,带给消费者与众不同的视觉享受。活动以“烘焙、插花以及母女写真”为主题,将邀请15组家庭进行3个场景的写真拍摄,同时提供郁金香、康乃馨等花材的花艺展示和教学,家之尊国际馆还将为参与活动的家人们准备精美烘焙食材和茶歇,让这个母亲节充满温馨。

居然之家提供的幸福感不仅如此。在“联盟母亲节主题日”期间,特洛伊联盟各品牌将同步推出母亲节回馈礼遇套餐及单品优惠,包括Vissionnaire/Turri梳妆台、饰品、空气净化器、VS/舒达套床、夏图/AB沙发等,此外还将有代金券相送,在提供优质商品和服务的同时,把更多实惠带给消费者。

探多业态融合 集美家居“五一”开市集

北京商报讯(记者 谢佳婷 孔文燮)如果想寻找生活的美,市集是最好的去处。”2019年5月2日-5日,集美Hi市集——自然里的约会”活动在北京集美家居大红门旗舰商场举行,吸引了众多消费者参与,人们感受到的是多业态场景带来的购物享受。据了解,集美Hi市集——自然里的约会”由植物装置、快闪咖啡、童趣乐园和绿色角落四部分组成,家居门店被植物美学所装点,串联起一个个温馨又活泼的生活场景,呈现出多业态的融合。

汇集众多业态并有机地组合在一起,是此次活动的一大特点。“民宿之魅”作为活动重头戏,首次将市集与民宿联动,把居住的概念从家居卖场延伸到民宿及生活领域;“设计之美”聚集了各种原创品牌、手作达人,推广包括陶瓷饰品、餐具、茶具、床品、靠包在内的各种生活用品,填补了集美卖场所欠缺的家居配饰空白;“匠人之心”将触角延伸到餐饮领域,邀请了制作咖啡、烘焙、甜

品、精酿啤酒等食品的手工匠人,推广匠人精神;“自然之味”集结各种自然农人、有机农场、小型农庄中专注提供安全、放心食品的人们,为他们搭建一个推广健康食品的平台,同时发掘更多乡土食材,让更多的人通过集美家居的平台享受到原生态、环保的食材。

在发掘多业态的同时,集美Hi市集——自然里的约会”也集合了咖啡快闪、网红甜品、网红名店等时尚网红店,包括元古、荒野厨房、珠肌、生活家有机农场等,让人们在逛商场的同时有更多的期待。此外集美家居还在现场开办了“小户型20周年变迁”图片展,邀请了专业的设计师进行答疑,解决困扰消费者的各种装修问题。

不仅如此,在活动期间集美家居还为消费者送上了多重福利,全场商品9.5折、满额送冰箱、劳动节专享代金券……这些福利让消费者真正感受到购物的实惠。