

精美瓷砖, 神奇“梵香”悄然飘进镇江

文图/朱旭海



“梵香”的美丽传说

“梵香·1860”品牌镇江总经销王桂华总经理说,“梵香”最初起源于意大利,有着混血的基因,这背后还有一段美丽的传说。

咸丰八年(1858年),意大利女画师玛格丽特随传教士来华,在清宫造办处任画师,这位女画师的任务是专门在瓷器坯体上画珐琅彩绘,1859年与造办处主事官林凡(音)结婚,1860年意大利即将统一的喜讯传来,玛格丽特思乡心切即刻返回家摩德纳探亲。可此时的中国,却是长期战火纷飞,玛格丽特再也没有机会回到他丈夫身边。而即将统一的意大利也是硝烟未尽,玛格丽特辗转回到当地一家刚成立的陶管工厂制作陶笛。

1860年10月18日,玛格丽特生下了一个女儿,为了纪念她对丈夫林凡(音)的思念,给她起名“梵香”,并把她在中国学到的所有珐琅彩绘技法传给了“梵香”。

“梵香”长大后,对母亲传说的中国文化产生了浓厚的兴趣,潜心研究中国的传统陶瓷艺术,在家乡摩德纳的一家陶瓷作坊里,“梵香”首次大胆地把珐琅彩绘技法运用到普通瓷砖上,在瓷砖表面上一层釉,然后在釉面上画各种花纹作装饰,没想到却开创一个对后世产生深远影响的建陶品类,这就是今天风行欧美的瓷质饰釉砖,也就是今天我们所说的仿古砖,由此诞生。

1906年,“梵香·1860”正式登陆英国,成为贵族家居瓷砖的必选品牌。1915年,“梵香”随当时的意大利总统访问法国巴黎。1939年,美国纽约世博会上一鸣惊人,进入全球市场。1956年,“梵香·1860”足迹踏入中东,得到油王及富豪的极大肯定,他们以居住的宫殿中有“梵香·1860”为荣。1967年,“梵香·1860”将中国丝绸的飘逸柔美的美感融入瓷砖的肌理中,调理出流云飞影系列瓷砖,引起欧美各国消费者的热烈追捧。

2006年,中国大将军陶瓷与“梵香·1860”合作。2008年,“梵香·1860”正式进入中国市场,实现了一百多年前,“梵香·1860”创始人许下的愿望。

同年,“梵香·1860”研制并生产出世界上第一款夜光砖。2009年,当年由“梵香·1860”品牌创始人用十多年心血研发的“梵香”香砖系列香型瓷砖,经过“梵香·1860”一代代人不断的研究与探索,终于取得了技术上的巨大成功并推向市场。

(朱旭海)

香砖进入镇江市场

市民靖先生位于丁卯武将小区的房子,近日装修完工,邀请朋友参观,记者也在受邀之列。装修的总体风格简朴而不简单,家具还没进场,软装也没有开始,但是在房间中却能闻到幽若兰香的阵阵香气,引得记者不时吸吸鼻子,试图寻找香气的来源。靖先生看到记者的滑稽样子,不禁笑了,指着客厅的电视背景墙说:“别找了,喏,在那!”

“背景墙是香气来源?”记者有点不相信,凑近了闻,确实有淡淡的香气。靖先生“解谜”道,其实不是背景墙,应该说是贴的香砖散发的香气,凑近闻确实若有若无,但是奇妙之处就在于,它确实能散发到其他几个房间。靖先生不无得意地说:“我几个朋友也是刚刚装修的,他们都懊悔不知道有这种瓷砖……这种香砖进入镇江市场不久,在亿都建材城精品区9幢101号有卖。”靖先生说,一块背景墙,用了1万元出头,价格也不算贵。

据“梵香·1860”品牌镇江总经销王桂华总经理介绍,除了香砖是目前市场上独家的品种,“夜明珠”系列也是独一份的。“香砖运用特有的添香专利技术,别出心裁地将法国名贵香水与自然花香的精华添加进瓷砖肌理中,缔造出这一方香气四溢、沁人心脾的大地飘香系列瓷砖,其香气清新自然,令人心旷神怡,让疲惫了一天的心灵在香氛中找到最单纯的幸福与宁静,带来纯粹自然的生活享受,营造一室的温馨与浪漫、高贵与优雅。众所周知,瓷砖经过高温成型,如何葆有香气不散、如何控制烧造成本,这两大技术就是领先的。”而“夜明珠”系列是让高档的瓷砖在弱光条件下熠熠生辉,也是一个“独门绝技”。

装潢设计师点赞

记者采访了几位装潢设计师,

没想到他们对这个叫“梵香”的香砖却很熟悉。“龙发”装饰的蒋妮介绍,“梵香”虽然高中低档瓷砖都有,但是,市场定位基本在中档偏高,这就凸显了适用性,加上在花样款式上的时尚感很强,性价比高,所以进入本地市场不久,就受到了消费者的青睐。

不少设计师比较满意的是“梵香”的服务。“华宁”装饰的王倩介绍,她熟悉的瓷砖品牌也不少,目前镇江市场约有200多个品种在售,一线品牌也有数十个,但她更喜欢用“梵香”。因为“梵香”一接下单,就会上门实际测算;工地现场发现要切割瓷砖,立马有人开车去取(因为密度高、硬度强,需要特种设备切割);装潢中途若有什么需要也是第一时间出现在顾客面前;装潢结束,哪怕多下一块瓷砖,也能立马带现钱去把多余的换回来……这些看起来简单,却是很多瓷砖经销商做不到的,消费者满意,设计师也省心。此外,因为是新店,促销力度大,实惠的价格也锁牢了消费者的眼球。

“接地气”的五星服务

“梵香·1860”陶瓷以都市休闲文化与现代生活为主题,特别注重艺术与实用的双重效果,追求产品元素和空间环境的完美结合,全面运用意大利原创设计理念,构建意欧文化的整体空间解决方案,专注于打造中国最专业的意欧文化品牌。

业内人士介绍,目前国内实施的跟瓷砖相关法规已经超过6部,主要国家标准、行业标准有十几项,但仍没有能彻底解决售后服务中存在的问题。“梵香”陶瓷率先采用了“五星服务标准”作为范本。包含了产品之星、质量之星、设计之星、健康之星、服务之星5个方面,每一颗星都从消费者的角度出发,进行了高标准规范,包括售前、售中、售后全流程的服务范围,为用户设立的高增值服务。以设计之星为例,“梵香”陶瓷根据用户需求,不仅可以为消费者购买陶瓷

产品时提供免费的家装设计方案,还可以提供一站式的整体解决方案等服务,让消费者从陶瓷产品选购的第一个环节开始,就能够时时刻刻都能体验到五星级的服务。

佛山市“梵香·1860”陶瓷有限公司林董事长在接受记者采访时说,一件陶瓷产品,从出厂、到销售,不过几个月时间,但是在消费者家中“服役”多年。“梵香”陶瓷认为,新的营销模式,就是改变以制造业为主的业务模式,向高利润的营销和服务环节转变。“梵香”陶瓷一直坚守先做服务,后卖产品的经营宗旨。

追求“诗意地栖居”

近年来,环保的陶瓷产品越来越被人们所重视,“绿色消费”理念又推动了环保陶瓷的发展。越来越多的主流消费人群更加关心购买产品的环保性能,尤其是80后、90后的消费者往往把环保指标作为购买决策的第一标准;更加关心产品的生产过程是否环保;甚至更加关注生产企业的企业对保护生态环境的贡献。

据了解,“梵香”陶瓷致力于为消费者提供绿色、环保的生活建筑产品备受肯定,同时还荣获了各种奖项,如《绿色环保重点推广首选产品》,真正实现企业的绿色生产、坚持品牌的绿色发展,坚持诚信经营,一个受人喜爱的品牌!

“人,诗意地栖居在大地上”,“梵香·1860”陶瓷秉承诗人荷尔德林的诗意灵魂,提出“胸怀天下,诗意栖居”的品牌理念,倡导在享有物质文化的同时,能够在精神家园中找到诗意的栖居地。“梵香·1860”陶瓷专注于文化与自然的完美融合,从东方的、西方的、古典的、现代的元素中寻找文化的深邃之美,从自然的、人文的、原始的、科技的素材中发现自然的本真之美。立足于对居住空间精美雅致的执着追求,对瓷砖元素进行再创造再设计,用智慧与激情创造出媲美自然界的精品,用精品装饰诗意的居住空间。

