

东鹏全新形象代言人 意大利设计师协会前会长卡罗贝利

日期：2012年12月12日 整理：佛山陶瓷网



【www.FsTaoci.Com】在过去四十年中，东鹏从行业知名品牌成功迈向了大众化品牌，以“百年企业，百亿东鹏”为企业愿景，在科技化、品牌化战略的驱动下，东鹏再次勾勒了饱满的企业发展蓝图，将品牌发展与品牌建设提升至全新高度，进一步深化国际化战略，从大众化品牌向融贯中西的国际化大众品牌迈步。2012年，收获盛誉的东鹏品牌站在转承启合的全新起点上，力邀意大利设计协会前会长卡罗贝利作为全新形象代言人，进一步诠释东鹏瓷砖在新时期的品牌内涵。

东鹏瓷砖·世界之美 从冰坛伉俪到设计名师

2010年，东鹏vi将由“东鹏陶瓷”更换为“东鹏瓷砖”，广告语由“缔造灵性空间”更换为“世界之美”，并签约冰坛金牌伉俪申雪、赵宏博作为东鹏品牌代言人，这对冰坛伉俪不仅成为中国的体育明星，更收获了国际冰迷的追捧。申雪、赵宏博身上的艺术家气质、个人成就以及国际知名度，恰恰契合了东鹏企业的品牌形象和国际化发展战略。短短2年时间内，东鹏针对品牌进行了立体式传播，在全国各地乃至海外诠释东鹏瓷砖的世界之美，广受行业内外的好评，赢得消费者的青睐。

与时俱进的东鹏时刻不忘深挖消费者的需求，2012年，东鹏公司高层商议决定，将东鹏品牌形象代言人的接力棒交给意大利知名设计师卡罗贝利，从更多角度演绎世界之美。

卡罗贝利被誉为生态设计领域的“达芬奇”，是意大利室内设计师协会前主席，也是一位有着30余年室内设计和建筑行业经验的资深设计师。其时尚、低碳、追求可持续性的设计风格在设计界独树一帜，其融汇中西的设计理念与东鹏“世界之美”的美学诉求如出一辙。从这种角度来看，东鹏形象代言人的变化，不能不说是东鹏战略升级的标志，释放了东鹏追求建筑领域、世界设计领域“世界之美”的诉求。

世界之美的内涵深化

从“申赵版”到“卡罗版”的东鹏传播形象可以窥见，世界之美的品牌内涵在延伸与发展，在传承与平衡中得到深化。东鹏形象代言人也实现了从体育界明星到设计界大腕的跨越。从申赵冰上翩翩起舞的美学感官享受，到卡罗设计独特的专业审美情趣。从体育明星的艺术气质，到设计名师的审美品味；从优雅从容的世界形态之美，到含蓄大气的世界设计之美，东鹏的品牌内涵随之深化。

相关负责人表示，东鹏之所以选择和设计师进行合作，与东鹏以振兴民族产业为己任，致力于推动中国建陶产业升级的品牌属性息息相关。“以此为生，精于此道”是东鹏董事长何新明先生的人生信条。在今年8月28日举行的东鹏品牌四十周年答谢宴上，何新明董事长指出，打造民族品牌，实现产业报国，是东鹏的梦想。走向世界，让中国陶瓷受世界尊重，是东鹏的梦想。围绕东鹏“百年企业，百亿东鹏”的宏伟目标，东鹏将对建筑陶瓷对产业链进行纵深发展，对品牌内涵的理解也不断深化。

本文分页：[1] [2]

【链接】卡罗贝利,意大利,设计师,形象代言人,东鹏瓷砖,

本文内容仅供交流和参考，佛山陶瓷网[www.FsTaoci.Com]搜集整理行业相关公开的最新最全的资讯信息和知识，免费提供给行内从业人员，促进陶瓷行业信息交流和网络普及。我们对文章内容



鹰牌发力“设计营销”和Cid合作只是
华材新材料高温纳米陶瓷涂层 助力工业
佛山市青年企业家联合会到新明珠陶瓷;
朗宝陶瓷营销精英内部培训会日前举行
BOBO：广西新增的6条生产线将全部用
科捷制釉瓷片全抛釉通过科技成果鉴定
新润成陶瓷通过2012高新技术企业复审
倍加新陶瓷携宝石馆内“三驾马车”1月
新中源陶瓷湖北营销中心经销商峰会;
特高特新品木纹砖上市 以高品质抢占终
日丰卫浴荣膺“中国十大浴室柜品牌”
icc瓷砖indesign展位 设计周首
襄阳：首家特种陶瓷行业研发机构在金
欧路莎携手金枫林电子科技在无锡成立
2013年德国法兰克福ish卫浴展 见证

瓷砖	陶瓷
形象代言人	瓷砖厂
景德镇陶瓷	形象代言人
仿古抛光砖	陶瓷内墙砖
艾格形象代言人	耐酸瓷砖
陶瓷喷涂	cf形象代言人
蒙娜丽莎瓷砖	陶瓷电容
瓷砖价格	陶瓷刀
内墙砖品牌	陶瓷杯
瓷砖品牌	陶瓷纤维
高邑瓷砖	瓷砖贴图
壁布	弯曲木

东鹏全新形象代言人 意大利设计师协会前会长卡罗贝利

日期：2012年12月12日 整理：佛山陶瓷网

以美学价值为主导的战略升级

从另一个角度来看，此次 形象代言人 的变化，也表明东鹏对设计领域的重视，对“美”的内涵的理解越加深刻。在生产技术不断发展、产品趋于同质化的当今社会，商业设计和空间设计的价值尤为突出，品牌的竞争也从单纯的产品竞争跃升至品牌、设计、空间、文化的综合竞争。东鹏以消费者对家居产品的需求入手，深挖“美”的潜在需求，通过产品品质、文化元素、空间艺术、美学价值，体现独特的品牌个性，独树一帜的新东方主义设计风格，引领民族陶瓷品牌的发展。

东鹏负责人表示，选择卡罗作为形象代言人，并不是要冒充“洋品牌”，反而进一步强化东鹏民族品牌迈向国际化的精准定位。海纳百川，有容乃大，开放性的品牌更应与国际时尚趋势同步。通过与卡罗的合作，进一步加强中西文化交流、设计交流、艺术交流，集天下之大成，不断提升与完善。

逆势发展，品牌战略步伐铿锵

2012年，世界建陶行业面临前所未有的挑战和机遇，意大利、西班牙陶企业绩下滑；在经济增速放缓的国内市场，房地产行业仍处于萎靡状态，但建陶领军品牌 东鹏瓷砖 却保持了高调的姿态，以雄厚的科研技术水平、强大的市场驾驭能力、驾轻就熟的品牌传播能力，在企业发展四十周年的时刻逆势上扬，表现出强劲的发展后劲。通过四十年东鹏人对品牌的深耕细作，东鹏品牌知名度、品牌美誉度、社会影响力迅猛提升，科技创新硕果累累，品牌口碑深入人心，品牌价值也实现了的提升，在2012年频频获奖，“2012中国家居产业百强企业”、“中国十大陶瓷品牌”等多项荣誉，并连续四届蝉联“中国建筑陶瓷行业标志性品牌”。卡罗的代言是东鹏战略升级的一个晴雨表，表明东鹏瓷砖世界之美的内涵在深化。从美学感官到艺术设计品位的内在驱动，从产品为主导到设计为导向，东鹏的创新并未止步。中国之东鹏，正在中国经济持续发展的晨光中振翅高飞。而世界之东鹏，也在全体东鹏人孜孜不倦的追求中翱翔。

--End-- 佛/山/陶/瓷/网/www.FsTaoCi.com

本文分页：[1] [2]

【链接】 [卡罗贝利](#), [意大利](#), [设计师](#), [形象代言人](#), [东鹏瓷砖](#),

本文章内容仅供交流和参考，佛山陶瓷网[[www.FsTaoCi.Com](#)]搜集整理行业相关公开的最新最全的资讯信息和知识，免费提供给行内从业人员，促进陶瓷行业信息交流和网络普及。我们对文章内容真实、完整和公正性不能作任何的承诺和保证。谢谢支持。

√[陶瓷行业第一商务平台](#) √[佛山陶瓷低价批发](#)，不仅仅是价格！ √[找陶瓷品牌代理？都在这里！](#)

◆全部“企业动态”文章

上一条：> [天津家装建材市场、卖场年底促销活动全面升级](#)

下一条：> [佛山陶瓷协会携手民生银行拟成立佛山市陶瓷行业合作社](#)

> [佛山市清远商会举行第一次筹备会议](#)



鹰牌发力“设计营销”和Cid合作只是
华材新材料高温纳米陶瓷涂层 助力工业
佛山市青年企业家联合会到明珠陶瓷
朗宝陶瓷营销精英内部培训会日前举行
BOBO：广西新增的6条生产线将全部用
科捷制釉瓷片全抛釉通过科技成果鉴定
新润成陶瓷通过2012高新技术企业复审
倍加新陶瓷携宝石馆内“三驾马车”1月
新中源陶瓷湖北营销中心经销商峰会胜
特高特新品木纹砖上市 以高品质抢占终
日卫浴荣誉“中国十大浴室柜品牌”
icc瓷砖inDesign展位 设计周首
襄阳：首家特种陶瓷行业研发机构在金
欧路莎携手金枫林电子科技在无锡成立
2013年德国法兰克福ish卫浴展 见证

瓷砖	陶瓷
形象代言	瓷砖厂
景德镇陶瓷	形象代言人
仿古抛光砖	陶瓷内墙砖
明星代言公司	耐酸瓷砖
陶瓷喷涂	形象代言人
蒙娜丽莎瓷砖	陶瓷电容
网游代言	瓷砖价格
陶瓷刀	内墙砖品牌
陶瓷杯	瓷砖品牌
陶瓷纤维	高邑瓷砖
瓷砖贴图	壁布