



德华集团

周刊

2025年6月30日 / 星期一

农历乙巳年六月初六

内部资料 免费交流

浙企准字第E035号

全国优秀企业报

全国先进企业报

德华集团控股股份有限公司主办

■6月第1期(总第232期)

■本期1版

http://www.dhwooden.com

全国免费服务热线:800—8573722

国际化战略,借力欧洲考察推动品牌全球发展

学经验 拓视野 谋发展

近日,德华兔宝宝组织管理团队赴欧洲考察,旨在通过工厂考察、成果展示和行业交流,吸取国际前沿经验,把握全球家居市场新机遇。为总结此次学习成果并探讨企业战略,公司迅速召开“德国科隆展及欧洲考察专题座谈会”。

座谈会上,考察成员分享了在设计理念、产品开发以及展厅搭建等方面的收获,深入分析国内外市场的差异,并探讨了品牌出海、研发强度提升及参展规划优化的方向。与会成员分析了欧洲家居行业的先进理念和独特模式,深入探讨了欧洲企业在产品开发逻辑性与故事性方面的经验,并提出加大定制产品的研发力度,优化产品设计等建议,以提升兔宝宝的市场竞争力。与此同时,针对未来的品牌国际化战略,与会成员提出了一系列举措:强调联合上下游企业,推进“板纸一体化”项目;整合产业链资源,确保产品在国际市场的差异化和高品质。此外,参与国际知名展会是展示品牌实力的重要途径。会议要求在特装展位设计上与国际一流品牌对标,通过专业讲解与创新展示,传递兔宝宝的品牌价值。网站方面,需全面优化英文网站,提升海外客户信息获取的便利性;并利用社交媒体,扩大品牌影响力;建立国际客户数据库,实现精准营销。

展会策略方面,会议指出:需结合供应链企业共同打造产业生态展示区,以互动的方式展示生产流程和协同效应;需确保参展人员受过专业培训,以营造高端洽谈氛围,推动国际合作的拓展。针对提升品牌国际地位,会议强



调:深入了解国际市场对兔宝宝品牌的认知与评价,通过数据分析明确品牌的优势与劣势,进行相应的战略调整;同时,兔宝宝将重点推广多功能产品及特色芯材产品,努力形成差异化竞争优势,迎接国际市场挑战。

兔宝宝总经理陆利华强调,此次考察是兔宝宝迈向国际化重要一步,公司将不断吸收前沿理念,明确发展方向,坚定科技创新决心,持续优化产品研发体系,重点围绕绿色环保与智能制造。

丁鸿敏董事长总结认为,品牌出海面临机遇与挑战,公司需重视营销多元化,优化展会参与策略,提升产品品质和服务,夯实品牌出海动力,并积极寻求政府合作,获取更多支持。

此次专题座谈会,不仅总结了兔宝宝的国际经验,更为企业的战略发展指明新的方向。展望未来,兔宝宝将以此次交流成果为基础,深化国际合作,推动品牌年轻化与国际化进程,迈向具有国际竞争力的家居品牌新篇章。

改版致读者

本报改版了。

亲爱的同事、合作伙伴、消费者、读者朋友,见字如面。在兔宝宝上市20周年这一具有特殊意义的时刻,为顺应信息时代的快速发展,提高信息时效性与宣传效果,公司决定将原《德华报》月刊改版为周刊,以提升您的阅读体验。改版后的《德华报》将在多方面进行全面升级,每周通过电子报推出,实现数字化传播;纸质报覆盖公司办公区域、行业展会、合作场所等。同时,我们将整合强化采编力量,构建一支专业、高效、活跃的通讯员队伍。内容上,我们将拓展内容范畴,深度融入经销商、供应商等资讯,全方位展现企业生态,契合公司宣传工作的战略要求。我们设置了丰富的栏目,从企业运营的各个方面为您呈现丰富的资讯。我们诚邀全体员工与合作伙伴积极投稿,分享您的故事与见解,让《德华报》成为我们共同的交流、展示的平台,您的参与将帮助我们更好地传递企业精神与价值观,致力于打造专业、悦读的报纸。让我们一起在新的征程上,携手共进,共同书写德华新的篇章!



焕新升级 品牌进阶

在家居定制行业变革加速、消费者需求多元化的背景下,兔宝宝易装定制(简称“易装定制”)顺应市场趋势,全面升级品牌形象与服务。此次升级涵盖品牌标识、门店形象、产品展示及品质保障等多个方面。品牌logo作为品牌形象的核心,承载着公司理念与价值。此次升级,在原有logo基础上加入“定制”二字,明确传达品牌的专业定位,同时规范市场对易装定制的视觉认知。门头是门店的“第一印象”,直接影响消费者的选择。新门头以“易装定制”为核心展示内容,简洁传达门店的专业属性;设计上采用现代简约配色,即使在繁华商业街或新兴社区,亦具备视觉冲击力。升级后,店内广宣全新展现兔宝宝易装定制的核心优势,基材展示各类环保基材,荣誉墙诉说品牌的历年成就,“易管家服务”和“四易三省”标准,突显品牌的独特优势。这不仅是空间设计的升级,更是对兔宝宝易装定制品牌实力的深刻诠释。为维护消费者权益,易装定制全新升级了七大防伪体系,简单操作即可快速验证产品真伪,确保消费者“买得放心,用得安心”。易装定制的全面升级,不仅提升了品牌竞争力,也增强了市场辨识度与消费者信任。公司将继续秉持“以品质为核心,以消费者需求为导向”的发展理念,为消费者提供更多个性、品质的家居定制解决方案。

通讯员 沈照婷

德华开展6月安全生产月系列活动

多措并举 筑牢安全生产线

6月26日,德华兔宝宝为期近一个月的第24个安全生产月系列活动圆满落幕。此次活动,兔宝宝以高度的社会责任感与企业担当,积极响应国家安全生产倡议,全面启动安全管理提升行动,开展了一系列形式多样、内容丰富的安全生产活动,活动共400余人参加。

安全生产月启动之初,兔宝宝迅速行动,在公司各区域广泛放置安全宣传展架,并在各园区大屏幕循环播放,迅速掀起安全宣传热潮,营造浓厚的安全生产氛围。在兔宝宝安环与设调部的统筹协调下,各分子公司紧密联

动,携手洛舍镇消防中队和安监站等专业单位,开展了一系列安全教育与应急培训,切实筑起生命安全与健康屏障,为企业发展奠定稳固根基。6月17日,兔宝宝武康园区举办的消防应急救援及演练活动通过模拟火灾场景,消防专家亲身指导,帮助员工进一步提升紧急情况应对能力。6月18日、23日、26日,在武康园区、浙江裕丰智能家居产业园、乾元家居产业园依次开展心肺复苏等健康培训,专业医护人员现场演示,指导员工科学进行心肺复苏操,确保每位参训人员都能熟练掌握急救技能要

点。同时,6月12日,德清(中国)木业文化产业园开展了消防安全实战演练活动,演练以模拟火灾现场、科学扑灭火灾的方式展开,帮助园区人员提高安全意识和应急处理能力。

活动圆满收官,但安全行动始终是企业常态化工作之一。公司一直将安全生产视为企业发展的基石,秉持“安全第一、预防为主”理念,持续深化安全管理体系改革,强化安全培训与资源配置,并通过定期组织实战化应急演练等系列工作,确保安全措施落地生效。

通讯员 陈赞

经销商风采

冯如月:以梦为马 不负德华

编者按:在兔宝宝上市20周年庆典上,来自全国各地的合作伙伴共同回顾了与公司的成长历程。来自上海的经销商:冯如月,通过与兔宝宝27年的合作故事,为我们展现了品牌与经销商的深厚情谊与合作成果。这不仅是兔宝宝与合作伙伴之间情谊的缩影,更是共同奋斗、共创辉煌的典范体现。

1998年的金融危机,兔宝宝品牌在复杂的经济环境中迅速崛起,让我印象深刻。当我第一次触摸到兔宝宝的板材时,细腻的肌理和清新的木香让我感受到木作的温度。作为一名建材行业的经营者,我始终秉持“精益求精、追求品质”的理念,与兔宝宝共同书写上海的发展故事。

创业初期,兔宝宝以环保建材为旗帜,引领行业标准。随着市场的发展,我们不断跟随

兔宝宝的脚步,学习板材的迭代升级,深入理解每块板材的品质标准、甲醛释放量及封边工艺的精密度。2007年,兔宝宝上市两周年,我选择坚定守护上海市场。在竞争日益激烈的环境中,始终秉承合作共赢的原则,坚持开放式竞争,因为我相信,兔宝宝的环保实力和产品品质足以赢得消费者的肯定。市场拓展过程中,我们一直贯彻“渠道为王”的核心策略,以维持市场价格体系和区域秩序的稳定。2015年市场价格混战,为巩固兔宝宝品牌形象我们及时构建起区域保护和价格管控机制“防护墙”。面对当年的市场竞争,我们采取了一系列创新措施,包括对经销商进行分级认证,建立统一的价格指导体系,并采用“一镇一策”的招商模式,严格控制经销商的数量与质量,确保培训和退出机制的完善。这些举措有效维护了兔宝宝在区域市场的竞争地位。

经过27年的努力,我们的经销体系实现了

质的飞跃:从最初的直营门店到如今覆盖上海的立体化经销网络,形成了包括5家核心经销商、60余家战略合作门店及逾100个销售终端的强大网络,年出货量突破5亿大关。这不仅是对我们努力的认可,更是健康可持续渠道生态的体现。回顾这段旅程,我感恩命运的馈赠。让我从一名怀揣梦想的新人,成长为负责大区发展的经营者。兔宝宝不仅为我提供了事业的平台,还赋予了我对“家”的深刻理解。作为女性经营者,我尤其珍视兔宝宝“让家更好”的理念。当年轻妈妈安心抚摸我们板材的环保性能时,我愈发坚定将健康与美好传递下去的使命。兔宝宝让我在商业世界中保持女性特有的温度与细腻,这段事业早已成为我生命中不可或缺的一部分。

在新的起点上,我期待与兔宝宝携手——以环保匠心守护万家灯火,以创新设计装点美好生活,共同书写更多关于“家”的动人故事。

