

# 聚焦场景应用 定制高端体验 从门博会看门业 新四化 发展趋势



至力公司



中沃帝之诺公司



忠恒公司

## 绿色化

### 美学环保碰撞品质新火花

靠刷脸就能开门甚至启动回家模式,自动关联窗帘、空调等近300项智慧开关,这是王力安防科技股份有限公司的保姆级智能安防一体化解决方案。无惧阳光和黑夜,拥有圆润的机器人体型以及搭载商汤科技的3D人脸解锁技术,这是忠恒集团有限公司的颜值与科技并存的智能锁。当危险出现时,狭窄的宽度可瞬间从40毫米扩至300毫米,足以容纳一个人,这是山东锐泽自动化科技股份有限公司的不夹人自动旋转门。

第11届中国(永康)国际门业博览会自5月26日开幕以来,永康国际会展中心内来自全国各地甚至海外的参展商纷纷在多种应用场景中展现其强大完善的产品创新实力,他们带着绿色化、智能化、网联化、品牌化这新四化门业新风向一一亮相,让外界不由得将目光久久地聚焦永康。

融媒记者 应柳依

这届门博会较往年有何不同?记者留意到,今年高端轻奢的铸铝门、装甲门大规模展出,一些企业甚至喊出了高端私人定制的口号。

步入永康国际会展中心的A展馆,首先映入眼帘的是市蒙第诺金属制品有限公司的一樘高端装甲门。这樘门高约2.9米、宽1.9米,整体色彩呈深浅大象灰拼接,表面具有凹凸纹理。

蒙第诺公司负责人梅勇攀介绍,这樘门溯源中国美院的建筑风格,采用了山水元素,融入了中国东方美学,一樘门可接受不同配置、尺寸的私人定制,报价达数十万元。像这样的概念性产品,这家企业每年都要设计出三四款。

梅勇攀单刀直入地介绍,也不过是这樘装甲门极具美感的外形而已。其实,这樘门还内有乾坤:正面采用钢板制作,有着硬汉般的坚硬外壳,为主人随时抵御来自外界的风险;背面采用木板制作,又显示出温柔的另一面,很好地与家具合为一体。

今年,蒙第诺公司创新推出德式断桥系统工艺,改变门的内部结构,进行断桥隔断处理后的装甲门具有隔音、节能、防噪、防尘、防水等功能,让以上两种截然不同的材质相处更为融洽。

我相信这是未来装甲门的大势所趋,提倡绿色环保不仅是满足消费者的需求,更是每个企业为环保事业应尽的义务。

梅勇攀说。眼下,美学设计与绿色环保趋势不谋而合,门窗的低碳化表现更是成为了品质生活的象征。

有此共识的还有三帝家居有限公司。我们带来的无漆木门可以在展会上自信喊出“更适合0岁至6岁孩子的家庭”的口号,是因为产品采用了德系无漆技术,甲醛释放量远低于市场上的E0级标准。该公司招商管理中心华北大区经理陈浩说。这种技术,基于整门选用符合FSC森林认证原生实木满芯填充,先后利用MOTO密封、德系榫卯侧封、钛晶防潮、无漆压贴等工艺,其中,后两道工艺可以保证成品门强化更防潮、无漆更环保。

## 智能化

### 技术创新刷新定价天花板

历届门博会上不乏智能尖端产品,这届门博会也不例外。在忠恒公司展位上就惊现了一把售价近万元的高端智能锁。这款名为超体系的智能锁搭载了商汤科技的3D人脸解锁技术,突破了千篇一律的棱角方体造型,颜值与科技并存,已成功揽下智能家居行业的奥斯卡葵花奖。

说起智能化表现,就不得不提今年新增的自动门电动门品牌展区。在该展区,松下电器机器北京有限公司的磁悬浮

门、上海乘方自动门科技有限公司的无接触式小区入户门、锐泽公司的不夹人的自动旋转门作为往年不算大众脸的它们,今年却凭借抱团参展亮相,吸引了一批又一批的精准客商。

一个不停旋转的透明圆柱体,让锐泽公司首日就收获了近百余组国内外客商洽谈合作。为何有这般喜人成绩?这家企业有独门妙招。他们研发的两翼展箱回缩不夹人自动旋转门,采用避让原理,通过运用变频技术和机械结构的创

新设计,当危险出现时,狭窄的宽度瞬间从40毫米扩至300毫米,足以容纳一个人,从源头上让这个“吃人”的剪刀结构彻底消失,解决了这个危险区域夹人的安全隐患问题。

也就是说,即使行人通行失误,产品本身的创新结构对行人也不会产生夹伤隐患。锐泽公司市场部总监刘华强介绍。目前,该技术已经获得国家专利授权,并通过国家行业专家技术鉴定及德国TUV认证等。

## 网联化

### 开放生态满足多场景需求

值得一提的是,展会现场电子信息、互联网、物联网、生物识别等新兴技术的应用让很多产品散发出科技的光彩,越来越多的门、锁,甚至是智能家居被赋予了智能化的生命,也因此受到众多采购商的青睐。

在王力公司的展厅内,层层机关设计让采购商欲罢不能。站在这樘智慧门前,只需刷脸即刻开启回家模式,家里所有连接系统的智慧开关(包括无线连接开

关)自动打开,电动窗帘自动拉开、自动扫地机开始作业、空调自动开启。王力安防智能家居事业部总经理叶磊指着一套安防智能家居解决方案介绍。

走进展厅里临时建起的房子,客厅、卧室等一应俱全。这是拿来干什么的呢?在记者好奇地追问下,叶磊对着智能机器人喊了一声,只见床头氛围灯渐渐暗了下来,开启了助眠模式。

在我们研发的这套安防智能家居

解决方案里,总共设置有八大系统,包括门禁、安防、照明、家电、睡眠、机器人等,全方位满足用户对不同应用主题场景的需求。叶磊说。该公司现在已有接近300种产品纳入到安防智能家居开放的生态中。接下来,他们希望通过展会的力量,吸纳更多优质的经销商,借由经销商开设的体验馆更好地了解消费者的实际需求,及时补充更多、更完整的智慧元素。

## 品牌化

### 打造IP定位企业品牌形象

对企业而言,品牌能提升自身档次,品牌化经营意味着产品可以拥有高附加值、高利润、高市场占有率。

打造过硬品质是企业发展品牌化的有效路径。比如前面提到的绿色化、智能化、网联化均可有效助力企业品牌化经营。然而,在这届门博会中,不少参展商似乎又摸索到了一条新的路径。通过打造IP,将品牌之路彻底贯穿到底。

浙江京京工贸有限公司就是其中的典型代表。穿着太空服、挂着带有“京京超级户门”字样的胸牌,展厅内满满的一墙京京公仔以憨态可掬的形象向采购商问好,赚足了眼球。

这是我们前年启动的关于企业品牌IP的打造计划。京京公司营销总监严建武指着展厅内一张宣传海报告诉记者。2019年,该公司全面升级品牌,去年正式启用全新的LOGO及品牌形象,确立以“超级户门”为品牌战略。

为了让这一品牌战略更深入人心,京京公司还通过展会的力量,提出了一个“掌握太空舱级关键科技”的理念,即具备与太空舱类似的超静音、超保温、超安全等功能。适时营销之外,该公司也在踏踏实实改良产品。以超安全功能为例,成品门具备了多重优势,如门框内扇反向咬合,结构更合理;门内内置钢骨架,支撑力

更强大,采用防撬铰链,最后又加上了一重保障。

对于品牌化的发展思路,这次参展的中沃帝之诺墅门有限公司同样有自己独到的理解。在该公司展厅入口处就摆放了一樘高4.5米、宽3米,绘有党徽等元素的大型墅门。

在公司内部,不少是退伍老兵。公司成立之初,便提出向部队学管理、向部队学执行,用部队作风武装思维、用军人意志打造团队。可以说,生产这樘门源于今年的建党100周年主题,但也绝非偶然。这贯穿了企业一直以来主打军旅文化的品牌形象。中沃帝之诺公司董事长苏江科说。