

行业趋势向好 注重品牌力量

听开发区门企谈 门道

5月28日,第13届中国(永康)国际门业博览会正式闭幕。作为疫情防控进一步调整优化后的首个门博会,开发区企业积极参展,展示新产品、结识新伙伴、开拓新市场,为企业做优做强提供发展机遇。连日来,记者走访了3家开发区参展企业,听听他们的参展收获。

王力公司： 智能门锁仍是潮流



王力公司展位人流如织

作为全国安防门锁首家上市企业,王力安防科技股份有限公司(以下简称“王力公司”)每次亮相总能给人惊喜。此次门博会也不例外。

展会期间,王力公司推出了第三代王力机器人安全门。该款产品是在第一代基础上的更新迭代和全新升级,集“四大黑科技”(智能识别解锁、自动开门、智能防夹、自动布防撤防)等众多功能于一体,是多功能型高阶智能门产品。

无安全、不智能,随心所欲才是真智能。安全一直是王力公司坚守的底线。智能化是王力公司未来发展的方向,第三代王力机器人安全门作为掌握智能门行业最新技术的标杆产品,更是2023年-2025年的核心战略,该公司通过多方发力引领智能门行业发展潮流。

随着5G、物联网、毫米波等技术的发展,智能门将会迎来快速增长,进入市场爆发阶段,此后会像智能锁一样成为具有普遍消费认知的家装必需品。我们也会开拓消费群,推出多种价位的智能产品,让更多消费者可以享受到王力高颜值、高科技的产品。王力公司副总裁胡造奇说,针对当前市场预测,尽管智能锁的零售价格下降会压缩企业毛利的情况,但随着智能锁市场规模的不断扩大,规模化战略的优势会愈加明显,也能很好应对利润缩水的情况。

此外,王力公司还发布了一项重磅战略新品——高阶美学王力大师系列产品。该系列产品结合了国际极简风格与东方传统美学,一经亮相就成为全场焦点。当天还成立了行业首家高颜值美学中心,奠定了该公司在安全门流行趋势的领先地位。

未来,王力公司将从工艺、智能、颜值等多角度持续升级产品,通过不断“推新”为市场带来更多的高颜值、高品质新品,以多元化产品吸引更多消费群,推动经销商门店的消费增长,实现多方共赢。

索福门业： 品牌和产品力仍是关键



样品门彰显高级感

没想到我们的产品得到多个外商的青睐,这真是意外之喜。说起门博会参展情况,索福门业常务副总李军红欣喜地说。索福门业一直以来主打内销渠道,此次能得到国外客商的好评,正是对该公司产品品质的认可。

据了解,展会期间,该公司通过多品牌的产品组合覆盖,从高端到大众、轻奢到简约、复古到时尚等,形成多元化、梯度化的品牌矩阵,满足了各类消费者的需求。

展位内,记者看到了样品门,该产品搭配简单配色和花纹,处处彰显高级感,打开后,四维T型门扇搭配极简门框,整体设计感十足,内部填充航空铝箔,防撞、防潮、隔音等性能一应俱全,采用专利防撬钢技术,大幅提升安全性。

据悉,索福门业走品牌路线,目前拥有摩图拉和索福两大自主品牌,产品定位中高端,并设有专门的产品检测中心和国际化展厅,拥有完善的产品质量和服务体系。此外,该公司通过“品牌赋能+服务营销”的销售模式,巩固市场提升用户体验感。

李军红在此次门博会上发现,如今市场上的人户门多采用铝门和铁门的融合,这其实是一种市场的降维,也在一定程度上凸显了产品品质的重要性。门博会结束后,有一个外商参观了我们的产品间和生产车间后,对我们的工艺很认可。他认为我们的产品可以媲美美国外高端线产品,且价格更实惠。李军红告诉记者。当前市场存在卷低端和冲高端的分化趋势。对于制造业强市来说,李军红认为通过展会、设计大赛等形式,吸引高端厂商的目光,继而也能吸引更多高端群体的注意,结合他今年的参展情况来看,产品体验感的升级更容易吸引高端群体的目光,而将高端群体引入永康,不仅能提升行业品质,也能引导我市更多企业向中高端市场发展。

锐亿公司： 多元化营销渠道崭露头角



高端智能门锁引客商驻足

今年的客商数量明显增加,加上我们在展位上推出的网红打卡点,吸引大量客商驻足的同时,有效提升了品牌知名度。浙江锐亿智能科技股份有限公司(以下简称“锐亿公司”)相关负责人翁斌说,展会期间,该公司获得不少现场交易订单,具体成交额在500万元左右。

据了解,此次展会上,锐亿公司带来的鸿蒙操作系统、掌静脉识别技术、精雕工艺、智能门系统、系统门等都颇受客商青睐。如现场演示用手机App开启智能锁,将智能门锁与华为智慧生活家居系统相连,实现更智能化的家居体验等。

与传统指纹锁采用制作工艺不同,高端智能门锁开始采用精雕、氧化等,不仅使门锁外观、使用体验实现年轻时尚化,产品质量也进一步提升。翁斌说。

门博会是一个行业的风向标。通过现场参展情况来看,我们觉得行业发展趋势是积极向好的。随着市场需求的增长,行业还可能出现更多的机会和增长潜力。这对企业也释放了一个积极信号,那就是市场前景乐观。翁斌说,但从另一个层面分析,随着技术创新的不断推进,也可能出现市场洗牌的现象。

同时,从门博会现场来看,行业的营销渠道正朝着多元化的方向发展,除了传统渠道外,集采、门配和其他特种渠道也逐渐崭露头角。这意味着企业需要适应不同的销售模式和市场需求,以获得更多的机会。

对于锐亿公司来说,此次参展坚定了他们走品牌化高端路线的信心,并将在产品、质量和服务等多方面进行提升,综合考虑市场需求、竞争环境和内部资源,制定相应的措施和计划,增强竞争力,实现可持续发展。

记者手记

品牌化、价值化是门企发展目标

通过参展和与门企面对面交流后,记者深刻感受到当前我市不少企业已意识到品牌化、价值化的重要性,也逐渐开始转型走品牌道路,产品品牌的塑造,也很契合当前我市五金产业转型升级

级的重要战略。

尤其是不少企业提到当前市场环境的“卷”,甚至出现拼价格降品质的自杀式行为,也是对行业的一次洗牌。通过这种“内卷”淘汰产能落后的

低小散企业,从另一个角度也是证明品牌力量崛起的象征。

通过此次门博会,不少企业看到了行业的风向标,看到蕴藏其中的“新门道”,愿意把更多的心思花

在新技术、新材料的应用和产品设计上,以发展的眼光、价值的角度来推动新产品的研发和自主品牌的成长,慢慢走出同质化竞争的泥潭。