

一扇门背后的创新突围

探寻行业洗牌下永康门企向上生长的新 门道



中国门业看永康。作为中国乃至全球门业集聚度最高、市场辐射最广、标准引领最强的地区，永康门产品产值、产量均居中国之首，产品销往全球100多个国家和地区。

然而，近几年，在房地产市场降温的大背景下，门业市场竞争已悄然步入新格局。价格战频频冒头，各类新设计、新工艺、新技术争奇斗艳，百花齐放，行业内卷更上一层楼。立足新的市场环境，企业如何破圈出局，为品牌提供更强驱动力？在第14届中国（永康）国际门业博览会临近之际，记者走访我市多家门企，探寻其危中寻机、乘风破浪的发展新门道。

注入智慧DNA 发力智能制造

对着门刷脸，大门自动开启，全屋智能设备即刻被唤醒，灯光亮起，舒缓的音乐响起，窗帘缓缓拉开。门内侧的中控触摸屏显示着实时监控、天气、日期、留言……这一幕发生在金凯德集团有限公司（以下简称“金凯德公司”）展厅内。

这是我们第二代智慧门，它集成入户系统、可视系统、人体感应系统等七大系统，支持人脸识别、指纹、密码、蓝牙、NFC等7种开锁方式，可联动上千款智能产品。金凯德公司品牌总监李开敏介

绍，2019年智能锁赛道火爆，该公司嗅到智能制造的商机，次年便正式切入智能门赛道，大手笔加码研发。

随着社会发展以及消费升级，大家对门的要求不断提高。入户门作为家居环境的第一道入口，智能化十分迫切而实用。李开敏透露，自去年上市以来，第二代智慧门的市场反响不错，在今年3月沙特推介会上，该产品的客户意向度颇高。

目前，金凯德公司第三代智慧门已

经落地生产，样品将在第14届中国（永康）国际门业博览会上首秀亮相。

随着智能家居风潮越演越烈，作为家里家外的链接者，门不再只提供隔离的功能，而开始插上智慧翅膀，以智能制造抢占新市场日益成为众多门企的共识。

早在2019年的云栖大会上，王力安防科技股份有限公司（以下简称“王力公司”）第一代机器人安全门就横空出世。

机器人安全门搭载了遥感识别、自动开关门、自动布防撤防、智能防夹

等黑科技。王力公司品牌传播总监徐勇攀介绍，在去年第13届中国（永康）国际门业博览会上，第三代机器人安全门斩获了一众客商的青睐。

不仅如此，以智能门为起点，王力公司致力于打造“一门开启，全屋智能”的智慧家居解决方案。结合自主研发的爱感全屋智能家居系统，该公司把智能门和智能窗、智能晾衣机、智能新风系统、智能照明系统等深度融合，带给消费者丰富的智能家居体验。

培育新增长点 切入全屋定制赛道

在春天集团有限公司（以下简称“春天集团”）生产车间，全屋定制生产线马力全开，虽不见几名工人，但各类智能化、自动化设备将一道道复杂的工序高效链接起来，一派井然有序的生产景象。

相较生产一扇门，全屋定制对各方面都提出了更高的要求。举个例子，原先生产钢质门的时候，合页规格型号有十几种，而全屋定制产品全覆盖后合页规格型号达

到了几十种。春天集团营销中心总经理童侠拓介绍，眼前这条全屋定制生产线是该公司斥资上千万元引进的，今年4月底刚投产，实现了从开料、封边、钻孔、分拣到包装的全面升级，不仅提升了全屋定制生产流程的自动化和智能化水平，更大大提高了产品的品质标准与生产效率。

从一扇门跨向门墙柜一体化的全屋定制，早在几年前，春天集团就瞄准全屋

定制赛道，走上了转型之路。去年6月，该公司组建佛山研发中心，形成生产制造在永康、设计研发营销在佛山的全屋定制发展格局，该公司正式开启“门业+全屋”两条腿走路模式，全面进入定制时代。

今年以来，我们重点发力全屋定制业务，目前全屋定制订单情况持续向好，一季度全屋定制销售额比去年同期增长了300%左右。我们计划三年内全屋定

制的年销售额突破3亿元。对于未来，童侠拓充满期待。在他看来，随着人们生活水平提高与消费观不断升级，特别是年轻一代逐渐成为中坚消费力量，消费者追求更优质的家居环境和更简便的家居解决方案。全屋定制既能满足存量市场下扩品类，又能提高客单值，在为企业培育新增长点的同时也为消费者提供了一站式家居消费的新选择。

吃细分市场 奶酪 做精做强专业领域

邀约经销商、召开筹备会议……虽然连日来忙得不可开交，但浙江威艺门业有限公司（以下简称“威艺公司”）总经理杨斌却格外充实。第14届中国（永康）国际门业博览会期间，该公司经销商大会将如约而至，并展出新产品、开展经销商培训。

目前我们的产销形势良好，订单已经排到7月底了。杨斌介绍，威艺公司主

要研发生产销售防盗门，专攻零售端，核心消费群体以80后、90后年轻一代为主，其自主品牌威艺帝旗下有四大系列产品，涵盖多种使用场景。

虽然威艺公司入门晚，成立不过短短两三年，但其经销商已经覆盖全国各个省份。去年，该公司的销售额同比增长近100%，呈现强劲增长态势。

防盗门作为家庭安全的第一道屏障，防盗和安全是基本性能。在市场同质化严重的情况下，我们深知打造差异化产品的重要性，于是在不断提升产品防盗和安全性能的基础上，朝智能、静音、颜值等方向发力，进一步提高产品的附加值与核心竞争力。杨斌透露，门产品更新迭代速度较快，今年威艺公司计划推出两大系

列新品，继续扩张防盗门产品线。

作为行业新手，威艺公司的细分打法其实是永康不少中小型门企的真实写照。当前，行业头部效应日益突出，如何挤进竞争激烈的市场，从中分得一份羹？专注细分领域无疑是一条可行的通路。只要找准方向，走好差异化发展之路，中小型门企也仍然能在行业洗牌之下，厮杀出一席之地。

记者手记

期待更多永康门企乘风破浪

如果用一个词形容记者接连几天采访过程中的感受，那就是“繁忙”。这种繁忙不仅体现在生产车间的勃勃生机上，也体现在门企的“爱折腾”里，或筹备新品发布会，或筹备经销商大会，或备战第14届中国（永康）国际门业博览会。更令人欣喜的是，面对当前以及未来的

市场，永康门企仍旧充满信心。

再不好的行情也是有机会的，良币驱逐劣币，比拼的是大家的基本功与运营力。正如金凯德公司品牌总监李开敏所说，在国内国外“双循环”的背景下，无论行业怎么“卷”，仍有一定的市场份额存在。机遇往往与危机并存，对企业来说，

关键要向前看，练内功、提品质、塑品牌。

从产品端而言，无论是行业优等生还是行业后进生，无论是全能选手还是单打冠军，要想在激烈的市场竞争中立于不败之地，归根结底要提升产品竞争力，顺势而为做符合市场胃口的产品，创新赋能做含量高、新量高的产品。

小小一扇门，大大一产业。世界门业研发制造的版图上，永康印记深刻。未来，又会是怎样一幅光景呢？我们期待更多的永康门企乘风破浪，走向“微笑曲线”的两端，更多的永康门一路突围，起舞全球市场。

融媒记者 张曼玲