

永康國際會展中心。



# 向「新」而行 以「智」提「質」

## 第14屆中國（永康）國際門業博覽會昨日啟幕

浙江永康，作為中國乃至全球門業集聚度最高、市場輻射最廣、標準引領最強的地區，門產品產值、產量均居世界之首，產品銷往全球100多個國家和地區。

5月26日，為期三天的第14屆中國（永康）國際門業博覽會在永康國際會展中心啟幕，永康進入「門博時間」。本屆門博會聚焦專業化、規範化、精品化，聚合門全產業鏈上下游資源，共設置9個室內展館、1個室外展館，展覽範圍涵蓋家居門類、電動門類、門類配件、門類輔料、窗類、鎖類和設備類七大類產品。 趙若涵



開幕式現場。



第14屆中國（永康）國際門業博覽會現場。

### 數字展會呈現新氣質

推行網絡無紙化購票；開通採購商預登記換電子入場券通道；數智產品大幅增加……第14屆門博會融入數字基因，全面提升數字化水平，並且延續往屆，開設「線上+線下」兩個會場，打破了空間的限制，進一步拓寬貿易合作的可能性。

扎根深厚的永康五金沃土，依託市場覆蓋面廣、種類多、標準水平高的永康門業，中國（永康）國際門業博覽會已然走過十餘載光陰，規模不斷擴大、效益不斷凸顯、專業性不斷強化，成為內地門業行業中規模和影響力最大、海內外採購商最多的專業展會，內地門業行業交流與合作的重要平台和海內外知名企業展示自身實力與品牌的高端舞台。通過門博會這一「門業風向標」，可以一覽行業的前沿技術、首秀新品、市場動向，獲取更多行業訊息，碰撞更多合作火花，共創新質生產力。

本屆門博會延續了以往的高人氣，招商招展熱度十足。自展位網上申報啟動以來，海內外企業踴躍報名參展。據第14屆門博會組委會統計，本屆門博會展覽總面積達8.8萬平方米，共有來自全國20多個省（市）以及德國、日本等國家和地區的980家企業參展，同比增長17.4%，參展企業數量為歷屆之最，特別是智能企業大幅增加。標準展位企業731家，標展個數1200個；特裝展位企業249家，特裝面積30048平方米；永康轄地區以外參展企業614家，佔比達62.7%。

與此同時，本屆門博會堅持精細保障和優化服務相結合，在完成前期展館消防系統、監控系統升級改造的同時，持續創新服務舉措，在展會期間開放臨時停車場，設置臨時快遞物流點和打印點，開通五金城市場與永康國際會展中心之間的免費公交車，力爭服務保障更加周到細緻、參展體驗更為舒適便捷。

除展銷活動外，門博會期間還將舉行第七屆中國門業創新發展大會等多場配套活動。門業行業的領導專家、行業精英等將齊聚一堂，共同探討門業發展的新趨勢、新模式、新機遇，推動門業產業鏈上下游企業技術創新、產業升級和市場拓展，為國內門業的高質量和可持續發展注入新動力。

年年門博會，屆屆新亮點。門博會的品牌影響力進一步提升，規模一屆大於一屆，外向度一屆高於一屆，成效也是一屆好於一屆，逐步走向專業化、國際化、市場化，「金字招牌」越擦越亮，「窗口」作用愈發凸顯。

隨著智能家居風潮越演越烈，作為家裏家外的鏈接者，門不再只提供隔離的功能，而開始插上智慧翅膀，以智能製造搶佔新市場日益成為眾多門企的共識。

早在2019年的雲樓大會上，王力安防科技股份有限公司（以下簡稱「王力公司」）第一代機器人安全門就橫空出世。王力公司品牌傳播總監徐勇攀介紹：「機器人安全門搭載了遙感識別、自動開關門、自動布防撤防、智能防夾等「黑科技」。」

不僅如此，以智能門為起點，王力公司致力於打造「一門開啓，全屋智能」的智慧家居解決方案。結合自主研發的愛感全屋智能家居系統，該公司把智能門和智能窗、智能晾衣機、智能新風系統、智能照明系統等深度融合，帶給消費者豐富智能家居體驗。

對着門刷臉，大門自動開啓，全屋智能設備即刻被喚醒，燈光亮起，舒緩的音樂響起，窗簾緩

### 智能企業探索新增長

緩拉開。門內側的中控觸摸屏顯示着實時監控、天氣、日期、留言……這一幕發生在金凱德集團有限公司（以下簡稱「金凱德公司」）展廳內。

「這是我們第二代智慧門，它集成入戶系統、可視系統、人體感應系統等七大系統，支持人臉識別、指紋、密碼、藍牙、NFC等7種開鎖方式，可聯動上千款智能產品。」金凱德公司品牌總監李開敏介紹，2019年智能鎖賽道火爆，該公司嗅到智能製造的商機，次年便正式切入智能門賽道，大手筆加碼研發。

「隨着社會發展以及消費升級，大家對門的要求不斷提高。入戶門作為家居環境的第一道入口，智能化十分迫切而實用。」李開敏透露，自去年上市以來，第二代智慧門的市場

反響不錯，在今年3月沙特推介會上，該產品的客戶意向度頗高。

作為展示行業前沿創新成果的絕佳平台，門博會為廣大企業搭建起大型秀場。創新迭代、首發首秀……這些關鍵詞一直是歷屆門博會上企業同台競爭的「必殺技」。

「再不好的行情也是有機會的，良幣驅逐劣幣，比拚的是大家的基本功與運籌帷幄。」正如李開敏所說，在國內國外「雙循環」的背景之下，無論行業怎麼「捲」，仍有一定的市場份額存在。機遇往往與危機並存，對企業來說，關鍵要向前看，練內功、提品質、塑品牌。

從產品端而言，無論是行業優等生還是行業後進者，無論是全能選手還是單項冠軍，要想在激烈的市場競爭中立於不敗之地，歸根結底要提升產品競爭力，順勢而為做符合市場胃口的產品，創新賦能做含「新」量高的產品。

▼智能門鎖展位氣氛熱烈。



參展參會客商交流。



▲數字化門票進場。



▲展會現場人潮湧動。



### 細分領域實現新發展

系，創新生產要素配置方式等方面都有新的成效。

防盜門作為家庭安全的第一道屏障，防盜和安全性是基本性能。在市場同質化嚴重的情況下，只有在不斷提升產品防盜和安全性性能基礎上，打造差異化產品，朝智能、靜音、顏值等方向發力，才能進一步提高產品的附加價值與核心競爭力。

邀約經銷商、召開籌備會議……雖然連日來忙得不可開交，但浙江威藝門業有限公司（以下簡稱「威藝公司」）總經理楊斌卻格外充實。第14屆中國（永康）國際門業博覽會期間，該公司經銷商大會如約而至，並展出新品、開展經銷商培訓。

「目前我們的產銷形勢良好，訂單已經排到7月底了。」楊斌介紹，威藝公司主要研發生產銷售防盜門，專攻零售端，核心消費者群體以80後、90後年輕一代為主，其自主品牌威藝帝旗下有四大系列

產品，涵蓋多種使用場景。

雖然威藝公司「入門」晚，成立不過短短兩三年，但其經銷商已經覆蓋全國各個省份。去年，該公司的銷售額同比增長近100%，呈現強勁增長態勢。楊斌透露，門產品更新迭代速度較快，今年，威藝公司計劃推出兩大系列新品，繼續擴張防盜門產品線。

小小一扇門，大大一產業。世界門業研發製造的版圖上，「永康印記」深刻。中小企業如何擠進競爭激烈的市場，從中分得一份羹？專注細分領域無疑是一條可行的通路。只要找準方向，走好差異化發展之路，中小門企也仍然能在行業洗牌之下「廝殺」出一席之地。我們期待更多的永康門企乘風破浪，走向「微笑曲線」的兩端，更多的「永康門」一路突圍，「起舞」全球市場。