

产品升级 品类拓展 多维营销 门业深耕集成模式叩开 新大门



● 经信视界看制造 ●

时间轴往回拨10年,永康乃至全国的门业市场百花齐放,竞争一度白热化。10年后的今天,在门业的赛道上一同奔跑的人少了,但坚守赛道的却越跑越猛、厚积薄发。

在纷繁复杂多变的市场环境下,我市步阳、星月、群升、王力等门业大佬一路领跑,主动变革迎接挑战,从产品升级、品类拓宽、多维营销入手,用属于它们特有的方式二度叩开了新大门,并稳健跑入高质量发展新赛道。

打造展厅升级产品 沉浸式体验推动多维营销

在金凯德集团有限公司位于城西新区的厂区内,一个面积达3000平方米、焕然一新的新展厅落成。该展厅分为品牌馆和木门系列产品展示区两大部分。其中,高端定制系列的门、护墙板、标准柜等木作产品尤为吸睛。

为建设展厅,金凯德公司投入不少,但对其产生的回报率很有信心。通过设定完整的产品展示区域,相当于打造了一个全新的互动窗口。经销商看产品,可以直接沉浸相应的场景,体验空间效果。这样一来可以让产品更加生动、更加具象化,也增加了品牌记忆点,最终实现长远营销的目的。金凯德公司营销总监李选隆说。

李选隆表示,建成的新展厅便于经销商及意向客户深入了解产品功能与特点,更好地掌握专卖店布局与规划,为全国线下门店树立样板标准。

对于建设展厅打造全新互动窗口的计划,金凯德公司因为疫情的到来而加快速度,比

原计划完成得更早。而眼下,新展厅发挥的价值也远超乎预期,为公司打造的直播营销提供了一个完整的展示平台。

就在今年年初,金凯德公司审时度势,转变了营销模式,开始尝试以直播形式做产品推广,同步在永康、武义、广东三处基地,淘宝和微信两大端口进行联播,通过线上直播为线下门店有效派单,大大提高订单的成交率,荧屏首秀就收到2000余笔订单,且订单转化还在不断发酵裂变。

创新不只是营销。金凯德公司还将之前主打的净味木门进行全面升级,将原有的E2级板材升级为F四星级板材,材料更环保;以德国干漆工艺代替一代的烤漆、塑粉,创新先进技术,有效分解有害气体,工艺上更先进。而今年推出的新品实木静音门采用原木S力学板填充,双X斜切镂空工艺打断木材原本的纤维层,多孔多腔体最大程度阻断噪音,使产品更轻、稳定性更强。

扩充品类畅通售后 集成模式发力一体化竞争

事实上,不论是门产品还是其他品类,单从产品升级上都会遇到发展瓶颈。这时候,企业该做些什么?浙江星月安防科技有限公司给出了他们的答案。

新时期有新标准,如今的门业想要有好的发展,不能再拘泥于纯粹的产品制造,还需要比拼售后和服务。星月安防公司常务副总徐跃进总结道。

对此他提出了两向两度的观点:横向扩充产品品类,纵向发展多种材料拼接运用;深度挖掘单品市场的最大化,高度聚焦门产品的综合解决方案。其中,最难也是最为必要的是,发力门产品的综合解决方案。

早在5年前,星月安防公司就在日本成立一家门窗设计公司,正式为市场提供门窗综合解决方案。同期,该公司还与美国的世界安防知名品牌霍尼韦尔开展深度合作,从民用门逐

步扩容至商用门的综合解决方案。现如今,专业门的品类实际上不比民用门少,例如医院用门,就有病房门、手术室门、卫生间门等,且运用的材质更为复杂。徐跃进说。

细节可以展现出这家企业发力一体化竞争的决心。今年,星月安防公司生产研发的一款门吸产品,采用了日本最新技术,以人性化的结构设计代替原有的磁铁,关门时只需轻轻推到门吸位置即可上锁,轻压随即快速解锁。

无独有偶。金凯德公司也对门业综合解决方案有所谋划。今年,我们还在持续以年新增300家的速度扩张体验店版图,并整合入户门、室内门窗、墙板等形成门业集成模式,为消费者提供一站式服务平台。李选隆说。

与此同时,为了下一阶段可以持续发展,带货,金凯德公司还将集合价格、服务等模式的统一,做好后续的服务支撑。

记者 应柳依

力促 双循环 助推 外拓内 千企万品上阿里资源 对接会15日启幕

记者 吕高攀

本报讯 8日,记者从市商务局获悉,本月15日,作为我市承担全省首个“外拓内”试点工作的重要举措,在相关部门的积极推动下,阿里巴巴各大平台将携手走进我市,把各种丰富的渠道资源展现在我市企业面前,在推行品牌出海的同时,积极落实“春雷计划”,力推外贸企业开拓国内市场。

今年以来,国外不断蔓延的新冠肺炎疫情和错综复杂的国际经贸形势给我市企业开拓市场带来了严重影响。

可越是在困难的时候,越是要坚持对外开放。对此,我市通过发挥永武缙五金产业集群优势,千企万品上阿里资源对接会以构建国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局为目标,充分促进线上线下融合发展,推动消费扩容提质,形成内外贸联动发展新格局。

外贸事业的发展,给永康制造奠定了坚实基础,不少企业正是抓住了“出海”的重要契机,捞到了第一桶金。不过,国际经济贸易形势的变化,以及永康制造在国际产业链中地位的持续强化,都在不断要求传统意义上的制造型企业向新制造企业转型,如今企业建设自有渠道、自主品牌,稳定国际市场份额的同时,全力开拓国内市场的意愿、需求、动力空前强烈。浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司副总裁欧阳波说。

目前,国内电商发展势头依然猛烈,在追求理性消费、个性化消费的同时,90后、00后消费生力军早已在国际大牌旁边为中国制造留好了位置。特别是电商领域发达的我市,不少外贸企业已发现了国内市场这块大蛋糕的诱惑力,只是在迈出市场开拓第一步时,还需在实践中探索、成长。在电商领域,通过挖掘属于永康制造的新特质,越来越多企业具备了定义、开发新品、精准按需定产、灵活应对供需变动的综合实力。

基于企业的需求,千企万品上阿里资源对接会活动应运而生,我市有关部门积极承担起搭建桥梁的作用,一头牵着制造企业,另一头连着电商平台,多方共同发力,在优质的永康制造与旺盛的国内消费市场之间,找到相互衔接的最佳结合点。

据悉,此次千企万品上阿里资源对接会活动重点参与的企业将来自家居百货、家居清洁用品、收纳整理、园艺用品、宠物用品、五金工具、健身器材、衡器、户外休闲、厨具、杯壶、小家电、个人护理等重点制造领域。同时,淘宝特价版C2M产业带、中国零售批发平台1688产业带、天猫家居百货产业带、天猫五金工具产业带、天猫美妆家清产业带、天猫母婴亲子产业带、永康产业带等阿里巴巴系列各大平台将未到现场,发布相关入驻资源政策,积极帮助我市企业架起开拓国内市场的桥梁渠道。

在疫情面前,传统分工的全球产业链体系脆弱性被放大,产业链环节过多、运输距离过长等问题加剧了整条产业链断裂的风险。此次资源对接活动,意在打破该格局,推动“双循环”,充分挖掘国内层次由低到高逐步提升的内需潜力,加大力度建设线上线下各类产业组织平台和物流供应平台的同时,面向国际市场和全球产业链、供应链搭建开放式、协同化、网络化平台,形成基于创新链共享、供应链协同、数据链联动、产业链协作的融合发展模式,带动我市产业链的上下游、产供销、大中小各类企业和市场主体共同提升创新能力。市商务局相关负责人说。