“门博朋友圈”持续上新 “家门口”展会今日启幕

——第14届中国（永康）国际门业博览会探营

展位搭建

装修展厅

华溪潮畔，气象万千。从永康城区空中俯瞰，国际性“会客厅”——永康国际会展中心气势恢宏，犹如一只蓄势待发的凤凰，展开双翼喜迎八方来客。

为期三天的第14届中国（永康）国际门业博览会于今日在永康国际会展中心正式启幕，永康正式进入“门博时间”。

聚焦专业化、规范化、精品化。25日，记者提前“探班”门博会展馆，现场布展进入最后冲刺阶段，可以预见，这又将是一次世界与永康的年度“牵手”、一次合作交流的商机碰撞、一场共谋发展的行业盛会。

展会看点多 “门博朋友圈”不断扩大

门，是永康五金产业集群的“重要窗口”。扎根于深厚的永康五金沃土，依托市场覆盖面广、种类多、标准水平高的永康门业，门博会已然走过十余载光阴，规模不断扩大、效益不断凸显、专业性不断强化，成为国内门业行业中规模和影响力最大、海内外采购商最多的专业展会，以及国内门业行业交流与合作的重要平台和国内外知名企业展示自身实力与品牌的高端舞台。

据统计，第13届门博会共吸引参展参会客商11.7万人次，发生交易额35.51亿元，网上门博会访问量达72.34万人次，展会成果喜人，溢出和带动效应不断放大。

本届门博会依然魅力不减，仍延续了以往的高人气，招商招展热度十足。自展位网上申报启动以来，国内外企业踊跃报名参展，展位申报迎来“开门红”。据第14届门博会组委会统计，本届门博会展览总面积达8.8万平方米，共有来自全国20多个省(市)以及德国、日本等国家和地区的980家企业参展，参展企业数量同比增长17.4%，为历届之最。其中，标准展位企业731家，标展个数1200个；特装展位企业249家，特装面积30048平方米；永武缙地区以外参展企业614家，占比达62.7%。

年年门博会，届届新亮点，今年门博会又有何新看点？

推行网络无纸化购票；开通采购商预登记换电子入场券通道……本届门博会将融入数字基因，全面提升数字化水平，并且延续往届，以“线上+线下”两个会场打破空间限制，进一步增加贸易合作的可能性。

与此同时，本届门博会坚持精细保障和优化服务相结合，在完成前期展馆消防系统、监控系统升级改造的同时，持续创新服务举措。在展会期间开放临时停车场，设置临时快递物流点和打印点，开通五金城市场与永康国际会展中心之间的免费公交车，力争服务保障更加周到细致、参展体验更为舒适便捷。

除展销活动外，门博会期间还将举行第七届中国门业创新发展大会等多场配套活动。门业行业的领导专家、行业精英等将齐聚一堂，共同探讨门业发展的新趋势、新模式、新机遇，推动门业产业链上下游企业技术创新、产业升级和市场拓展，为门业的高质量和可持续发展注入新动力。

值得一提的是，本届门博会上，五金城门配市场专区又将再次与广大客商重逢，58家经营户将携最具代表性的“当家产品”集中亮相，握指成拳共觅商机，全面展示我市门配行业的风采。此外，五金城集团还将对参展经营户发放“补贴券”，并对专区展位进行统一布置和管理，进一步提升经营户的参展积极性，以展促贸赋能市场发展。

备展势正劲 永企摩拳擦掌忙“靓”相

对于这场“家门口”的展会，永企自然不会放过“掘金”的机会。随着“门博时间”的到来，我市参展企业纷纷拿出十足的干劲，摩拳擦掌加紧备战，加班加点忙“靓”相，力争借助门博会平台收获新订单、探路新市场。

切割、组装、铺设……近日，一场别样的“变身秀”正在永康市三源工贸有限公司（以下简称“三源公司”）办公楼的全屋定制展厅内紧锣密鼓地上演。

“为迎接门博会，我们对办公楼的全屋定制展厅进行装修升级。到时候客商参观完现场展位后，可以移步至公司展厅进一步参观考察。”三源公司营销总监杨小刚介绍，作为永康第一批涉足全屋定制的企业，此次参展该公司将重点展出全屋定制产品，秀出新工艺、新设计。

在现场展位的打造上，三源公司也颇费了一番心思。“现在的全屋定制不再是以前单纯的产品展示，更侧重于家居体验，因此展位现场的氛围至关重要。”如何营造氛围感？杨小刚透露，此次参展，三源公司将在展位上打造卧室场景、厨房场景、客厅场景、餐厅场景四大场景，并将中式风、田园风、极简风、法式风四种风格分别融入不同场景，同时摆放绿植、摆件等装饰品增强氛围感、加强家居体验。

阔别两年后重返门博会舞台，这次三源公司做足了准备，用杨小刚的话来说就是：“虽然门博会还没正式开始，但序幕早已拉开。”为了能在这场“家门口”的展会上一展风采，早在一个月前，该公司便开始着手筹备各项参展工作。5月以来，该公司派出8名销售人员，奔赴浙江、福建、安徽、江西等主要区域拜访新老客户，面对面进行展会邀约。另一方面，该公司通过电话、微信等方式进行线上邀约；敲锣打鼓“邀请客户前来观展。

邀约全国各地经销商、制作宣传物料、召开门博会筹备会议、开展参展人员统一培训……连日来，新多集团股份有限公司（以下简称“新多公司”）的参展团队忙得不可开交。作为门博会的“老常客”，本届门博会，该公司一举拿下了382平方米的大型特装展位。

为何下如此大的手笔？看好“门博机遇”、看中门博会的品牌推广作用是新多公司给出的答案。“以前酒香不怕巷子深，现在市场内卷加剧，展会能进一步提高品牌美誉度，给予企业更多出圈机会。”新多公司营销中心总经理朱军雄透露，该公司深耕门业近30年，始终坚定不移地走品牌发展之路，本届门博会，该公司将携自主品牌“新多”和“普瑞雅”亮相现场。

作为展示行业前沿创新成果的绝佳平台，门博会为广大企业搭建起大型秀场。创新迭代、首发首秀……这些关键词一直是历届门博会上企业同台竞争的“必杀技”。此次参展，新多公司计划展出高端定制门、高端钢质精品门、高端原木装甲门三大品类，共20多款产品，其中新品占70%。目前，展品已经陆续完成打样生产。

“这次展会上，我们刚落地生产的新品——‘普瑞雅’旗下的国尊系列将首次亮相。”朱军雄介绍，国尊系列创新采用断桥系统工艺，更具隔音、隔热等效果。同时，该系列还搭载了智能技术，可实现与窗帘、电视、电饭煲等家居设备的互联，给消费者带来不一样的智能体验。

融媒记者 张曼欣