

Nhôm Topal: Gần một thập kỷ khẳng định giá trị thương hiệu Việt

09:10 30/10/2026

Ra đời năm 2017, Nhôm Topal – thương hiệu thuộc Công ty Cổ phần Tập đoàn Austdoor – từng bước tạo dựng dấu ấn trên thị trường vật liệu xây dựng bằng việc phát triển các dòng sản phẩm chú trọng chất lượng, tính đồng bộ và nhu cầu sử dụng thực tế. Sau gần một thập kỷ, Topal không ngừng mở rộng định hướng phát triển, đồng thời ghi dấu ấn với 5 kỳ liên tiếp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.



Tập đoàn Austdoor (ADG) được vinh danh Thương hiệu Quốc gia Việt Nam 10 năm liên tiếp. (Ảnh: Tập đoàn Austdoor).

Xây dựng thương hiệu từ chất lượng sản phẩm

Cùng với sự phát triển của thị trường vật liệu xây dựng, nhu cầu của người tiêu dùng đối với các sản phẩm cửa nhôm ngày càng đa dạng. Một bộ cửa không chỉ cần đáp ứng yêu cầu về thẩm mỹ, phù hợp với kiến trúc công trình mà còn phải

bảo đảm độ bền, khả năng cách âm, chống thấm nước và sự thuận tiện trong quá trình sử dụng. Những yêu cầu này cũng là cơ sở để nhiều doanh nghiệp chú trọng hơn đến việc phát triển các giải pháp cửa đồng bộ, thay vì chỉ cung cấp vật liệu đơn lẻ.

Gia nhập thị trường ngày 7/12/2017, Nhôm Topal được Tập đoàn Austdoor giới thiệu với dòng sản phẩm Topal Slima, tập trung vào bốn tiêu chí: đồng bộ, bền đẹp, kín nước và chống ồn. Ngay từ giai đoạn đầu, thương hiệu đã hướng đến việc kết hợp giữa nhôm hệ, phụ kiện và các bộ phận liên quan nhằm tạo nên những bộ cửa hoàn chỉnh, phù hợp với yêu cầu sử dụng của từng công trình.

Định hướng phát triển này xuất phát từ đặc thù của ngành cửa, khi chất lượng sản phẩm không chỉ phụ thuộc vào thanh nhôm mà còn liên quan đến sự tương thích giữa các chi tiết, kỹ thuật gia công và lắp đặt. Việc chú trọng tính đồng bộ giúp quá trình hoàn thiện sản phẩm thuận lợi hơn, đồng thời góp phần nâng cao khả năng vận hành và đáp ứng những yêu cầu về công năng, thẩm mỹ trong các công trình dân dụng.

Trên nền tảng đó, Topal từng bước mở rộng danh mục sản phẩm. Năm 2021, thương hiệu giới thiệu hai dòng nhôm hệ Slima 46 và Slima 56 với những đặc điểm thiết kế riêng, hướng đến các nhu cầu sử dụng và mức chi phí khác nhau. Trong khi Slima 46 chú trọng thiết kế tinh giản, thuận tiện cho gia công và tối ưu chi phí, Slima 56 được phát triển với kết cấu đa khoang, sử dụng hệ gioăng nhằm tăng độ vững chắc, cải thiện khả năng cách âm và cách nhiệt.

Việc phát triển những dòng sản phẩm có đặc tính khác nhau cho thấy Topal từng bước điều chỉnh danh mục sản phẩm theo nhu cầu thị trường, từ các công trình nhà ở đến những không gian đòi hỏi cao hơn về tính thẩm mỹ và tiện nghi. Đây cũng là hướng đi phù hợp với xu hướng người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng không gian sống và hiệu quả sử dụng lâu dài của vật liệu xây dựng.

Song hành với hoạt động phát triển sản phẩm là nền tảng sản xuất và kinh nghiệm trong lĩnh vực cửa của Tập đoàn Austdoor. Khi ra mắt Topal năm 2017, tập đoàn công bố đã đầu tư hai nhà máy sản xuất nhôm thanh định hình tại Hưng Yên và Nhơn Trạch, Đồng Nai, tạo cơ sở cho việc phát triển thương hiệu nhôm trong hệ sinh thái sản phẩm phục vụ xây dựng và hoàn thiện công trình.

Từ những bộ cửa nhôm đầu tiên, Topal từng bước hình thành hướng phát triển dựa trên sự kết hợp giữa năng lực sản xuất, thiết kế sản phẩm và yêu cầu sử dụng thực tế, qua đó tạo tiền đề để thương hiệu mở rộng sang những lĩnh vực ứng dụng khác của ngành nhôm.



Tập đoàn Austdoor (ADG) đồng hành cùng khách hàng từ lựa chọn sản phẩm đến hoàn thiện công trình. (Ảnh: Tập đoàn Austdoor).

Mở rộng thị trường, ghi dấu ấn Thương hiệu quốc gia

Tháng 10/2021, Topal công bố tái định vị thương hiệu, đánh dấu bước chuyển từ tập trung vào các dòng nhôm hệ cửa sang mở rộng sản phẩm phục vụ xây dựng, công nghiệp và trang trí nội, ngoại thất. Cùng với định hướng đa dạng hóa danh mục sản phẩm, doanh nghiệp đặt mục tiêu hoàn thiện chuỗi hoạt động từ nghiên cứu, sản xuất đến cung ứng, phân phối và dịch vụ sau bán hàng, từng bước khai thác nền tảng sản xuất đã được đầu tư.

Sự chuyển hướng này mở ra cơ hội để Topal tiếp cận những phân khúc thị trường rộng hơn, đồng thời đặt ra yêu cầu nâng cao năng lực nghiên cứu, phát triển sản phẩm và tổ chức sản xuất. Trong lĩnh vực vật liệu xây dựng, khi nhu cầu về công năng, thiết kế và chất lượng ngày càng đa dạng, khả năng thích ứng với thị trường có ý nghĩa quan trọng đối với chiến lược phát triển lâu dài của doanh nghiệp.

Một dấu mốc đáng chú ý trên hành trình phát triển của Topal là việc sản phẩm nhôm Topal cùng sản phẩm cửa Austdoor của Tập đoàn Austdoor liên tục được công nhận đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam qua các kỳ xét duyệt từ năm 2018 đến năm 2026. Kết quả này ghi nhận những nỗ lực của doanh nghiệp trong quá trình phát triển sản phẩm, đổi mới công nghệ và xây dựng thương hiệu.

Việc tiếp tục có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2026 mang ý nghĩa đặc biệt đối với Topal trong bối cảnh thương hiệu đang hướng đến mở rộng lĩnh vực hoạt động và nâng cao năng lực cạnh tranh. Đây không chỉ là dấu mốc trong quá trình phát triển mà còn đặt ra yêu cầu duy trì những tiêu chí về chất lượng, đổi mới sáng tạo và năng lực tiên phong gắn với Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Quá trình phát triển của Topal cũng nằm trong chiến lược mở rộng hệ sinh thái sản phẩm của Tập đoàn Austdoor. Từ lĩnh vực cửa cuốn công nghệ cao, tập đoàn từng bước phát triển các sản phẩm phục vụ xây dựng và hoàn thiện công trình, trong đó cửa Austdoor và nhôm Topal là hai dòng sản phẩm được công nhận đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam.

Ở giai đoạn phát triển mới, Austdoor định hướng chuyển từ cung cấp sản phẩm sang các giải pháp tổng thể, đồng thời đẩy mạnh chuyển đổi số và ứng dụng trí tuệ nhân tạo nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, hướng tới thị trường quốc tế. Những định hướng này cho thấy nỗ lực của tập đoàn trong việc thích ứng với sự thay đổi của thị trường và xu hướng phát triển công nghệ, qua đó tạo nền tảng cho chiến lược phát triển các thương hiệu thành viên.

Đối với Topal, hành trình từ một dòng cửa nhôm ra mắt năm 2017 đến việc mở rộng danh mục sản phẩm và liên tiếp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam cho thấy những bước phát triển trong quá trình xây dựng thương hiệu. Thành quả đạt được là cơ sở để doanh nghiệp tiếp tục đầu tư, cải tiến sản phẩm và nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường, nhất là khi người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng và giá trị sử dụng lâu dài của vật liệu xây dựng.

Sau gần một thập kỷ phát triển, Nhôm Topal đã từng bước mở rộng phạm vi hoạt động trong hệ sinh thái của Tập đoàn Austdoor. Từ nền tảng sản xuất đến sự ghi nhận tại Thương hiệu quốc gia Việt Nam, hành trình của Topal phản ánh nỗ lực xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp Việt, trong đó chất lượng sản phẩm và khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường tiếp tục là những yếu tố quan trọng để duy trì sức cạnh tranh và phát triển bền vững.

Chúc Tâm