

Российские производители на выставке освещения Light + Building

во Франкфурте-на-Майне

В период с 15 по 20 апреля во Франкфурте-на-Майне прошла мировая светотехническая выставка Light + Building 2012. Эта выставка проходит раз в два года и считается крупнейшим мероприятием по светотехнике в Европе. Размеры выставки впечатляют. В этом году во Франкфурте было представлено около 2352 экспонентов из 50 стран мира. Выставку посетило около 196000 человек со всего мира.

В этом году произошло знаменательное событие. Впервые целый ряд российских производителей выступил на выставке со своей светодиодной продукцией. Это компании «Световые технологии», «Меттэм-Светотехника», «Современные светотехнические системы», «Интессо», «Световод», SvetLED и Optogan GmbH (дочерние компании российского производителя светодиодов «Оптоган»).

Компания «Световые технологии», уже не первый раз участвующая в этом мероприятии, выступила с отдельным стендом. Компания Optogan так же выставилась на отдельной площадке. Остальные российские производители приняли решение объединить свои усилия и расположились на едином стенде с названием LED Russia (см. рис. 1).

Мы посетили стенды российских компаний и взяли несколько коротких интервью. Нас интересовало, с чем выходят российские производители на мировой рынок, на какие страны они нацелены и в чем видят преимущества своей продукции.

По результатам общения с представителями наших компаний можно сказать, что, определенно, российская продукция привлекла внимание участников выставки. В первую очередь, до-

статочно высоким качеством продукции по ценам ниже европейского уровня.

В настоящее время основная тенденция развития мирового рынка состоит в улучшении характеристик светодиодной продукции. Действительно, новинок на выставке уже почти нет. Основной упор делается на дизайн светильников, на повышение энергоэффективности и на системы управления. По мнению многих, с кем нам удалось поговорить на выставке, в настоящее время светодиодные решения внешне стали привлекательнее и достигли такого уровня, что, действительно, могут заменять традиционное освещение в целом ряде сегментов. Мировой рынок всегда развивался быстрее, чем российский. Но российские компании, наконец, накопили уже достаточно большой опыт и научились делать грамот-

ные светодиодные светильники. А комплектующие, используемые большинством российских производителей, соответствуют европейскому качеству (светодиоды, оптика и источники питания ведущих мировых брендов).

Кроме того, среди продукции, представленной на российском стенде, было чем удивить и иностранных коллег. Например, на стенде компании «Интессо» в воде плавал (не лежал, а именно плавал) светодиодный светильник в корпусе из теплорассеивающего композитного полимерного материала. Или светильники компании «Современные светотехнические системы», изготовленные по достаточно редкой технологии Chip-on-Board. Также похвасталась своими светильниками с уникальной заказной оптикой Ledil и компания «Меттэм-лайтнинг».



Рис. 1. Стенд LED Russia

Удивила компания «Световые технологии», представив на стенде очень широкую линейку светодиодной продукции. По словам Олега Груздова, руководителя рекламы и поддержки продаж, это направление сейчас растет в компании с заметным опережением.

Компания Ortoogan представила уникальный продукт — разделяемые на части модули Chip-on-Board. Подобных решений нет у других производителей светодиодов.

И действительно, можно с уверенностью сказать, что стенды российских производителей определенно привлекли внимание и были заполнены посетителями. Некоторые участники выставки уже приняли решение представить свои стенды во Франкфурте через два года.

Ниже мы приводим ответы представителей российских участников выставки Light + Building во Франкфурте-на-Майне.

КОМПАНИЯ «СВЕТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

На вопросы ответил Олег Груздов, руководитель отдела рекламы и поддержки продаж, компания «Световые технологии» (см. рис. 2).

— Как давно ваша компания работает на российском рынке?

— Наша компания была создана в начале 90-х гг. В 1998 г. был построен завод в Рязани, и выпущена первая партия светильников.

— Ваша компания хорошо зарекомендовала себя как отечественный производитель, а как давно вы вышли на зарубежные рынки?

— На европейском рынке мы работаем уже около 10 лет. Сначала, разумеется, мы изучали конъюнктуру, потом предприняли первую попытку выйти на него со своей продукцией. Пока доля европейских продаж компании сравнительно небольшая и составляет около 5%. Но радует, что эти показатели растут. У нас активно развивается дистрибьюторская сеть, появляется все больше представителей в Северной Европе: во Франции, в Германии, а в прошлом году мы приобрели 100% акций испанской компании TRQ. Это один из ведущих европейских производителей аварийного освещения.

— Как организована работа вашей компании за рубежом, в чем ее специфика?

— Как и многие другие компании, мы начинаем работать через дистрибьюторов. Позже, как, например, в Казахстане, на Украине и в Белоруссии, мы организовываем собственные региональные представительства, а так же, в случае с Украиной, и производство — построили свой завод, где работает высококвалифицированный персонал, установлено новейшее оборудование. Но самый крупный наш завод — по объемам производства, разнообразию оборудования, ассортименту выпускаемой продукции — это, конечно же, завод в Рязани. И все наши новинки, вся новая продукция, выпускается в первую очередь там.

— На рынках каких стран представлена ваша продукция, и какие региональные направления Вы считаете наиболее приоритетными?

— Если судить по обороту, то самыми быстроразвивающимися являются рынки России, Казахстана, Украины, Белоруссии. Если же говорить о перспективах дальнейшего продвижения на рынки дальнего зарубежья, то ситуация постоянно меняется, европейский кризис вносит серьезные коррективы в стратегию нашего продвижения за рубежом. На европейских рынках

наблюдается стагнация. Вместе с тем, рынок находится в состоянии перераспределения. Многие европейские компании переносят свои производства в Юго-Восточную Азию, а те, кто этого пока не сделал, постепенно теряют свою рыночную долю. Возможно, что отчасти благодаря этому наши позиции на европейском рынке будут укрепляться. Хотя, следует признать, в Европе еще сохраняется недоверие к неевропейским производителям. С другой стороны, европейцы постепенно начинают понимать, что продукция сторонних производителей, использующих европейские комплектующие, не менее интересна: она позволяет получать свет того же качества, но еще дешевле. Именно этот козырь сработал в свое время и на российском рынке.

— Отличается ли предлагаемая в Европе продукция от той, что продается в России?

— Да, отличается, но нельзя сказать, что значительно. Все светильники, которые продаются в Европе, соответствуют требованиям европейского законодательства и международных сертификатов. Более того, бывают модели, которые предназначены для использования исключительно на рынке конкретной страны.

— Сейчас вы выпускаете достаточно много светодиодной



Рис. 2. Стенд «Световые технологии»

продукции. Какова доля ее продаж?, Как Вы оцениваете рост продаж светодиодных светильников?

— Доля светодиодных светильников составляют около 5%. Однако, темпы роста продаж светодиодной продукции нашей компании больше общих темпов роста продаж, т.е. этот тренд более восходящий, по крайней мере, у нас. Отчасти это связано с требованиями и интересами рынка в этой нише, отчасти с тем, что наша компания массивно ведет разработки в этом направлении. Мы вводим много новинок, и за последний год 80% из них составляют именно светодиодные светильники.

Недавно мы построили цех по литью из алюминия под давлением. Теперь у нас есть свое производство не только пластиковых или стальных корпусов, и эта технология предоставляет нам большую свободу действий: мы можем производить хорошие, качественные прожекторы, как с точки зрения «начинки», так и с точки зрения корпусов, а также успешно развивать направление уличного света и при этом понижая себестоимость продукции. Еще один существенный плюс для клиентов – сокращаются сроки поставки заказанной продукции.

— Какие основные конкурентные преимущества у вашей продукции?

— Чтобы корректно ответить на этот вопрос, следует обсуждать конкретный продукт. У нас же очень большой ассортимент. Это и есть основное наше конкурентное преимущество. У каждого продукта имеются свои достоинства и недостатки. Некоторые светильники выигрывают за счет цены, которая чуть ниже среднерыночной. При этом они обеспечивают качественный свет и длительный срок службы, сопоставимый с характеристиками европейских аналогов, в первую очередь благодаря своей «начинке». Есть модели светильников, интересных с точки зрения дизайна, а есть те, которые отличаются, например, большей светотдачей. В целом, можно сказать, что мы предоставляем более широкий ассортимент продукции, сопоставимой по качеству, за те же деньги.

Любому поставщику, любой торгующей компании удобно и выгодно работать с производителем, у которого широкий ассортимент продукции. Если заказчик или покупатель знает, что он может поставить на объект несколько разных светильников от одного проверенного и качественного поставщика, это всегда удобно.

— Каковы Ваши впечатления от выставки? Какие тенденции можно отметить?

— Постоянный тренд — это интерес к дизайну. Даже не ди-

зайнерские, а просто красиво сделанные светильники всегда обращают на себя внимание. Светодиодные светильники уже перестали восприниматься на уровне суперпродуктов. Они все больше оцениваются просто как источники света. Да, пока они еще достаточно дорогие, но через год-два светодиодный светильник станет для всех привычным.

КОМПАНИЯ «ИНТЕССО»

На вопросы отвечал Виталий Плитенко, директор по стратегическому развитию (см. рис. 3).

— Как давно компания работает на российском рынке?

— Ключевые фигуры компании «Интессо» работают на рынке светодиодного освещения с момента его зарождения в России. Первый коммерческий проект уличного освещения на мощных светодиодах был выполнен в 2006 г. в г. Азове на светильниках, разработанных нашим главным конструктором Александром Буряковым. «Интессо» как юридическое лицо существует чуть более года. Годовщину торгового знака будем отмечать летом. Официальный старт производственной площадки — 14 октября 2011 г.

— Вы уже работаете на зарубежных рынках?

— «Интессо» родилась как производственная компания, работающая в различных инновационных сферах, поэтому изначально она нацелена на мировой рынок. Мы обсуждаем совместные производственные проекты с арабскими компаниями, ведем торговые операции в Европе. Пул партнеров в других регионах формируется.

— Рынки каких стран являются для вас приоритетными?

— Для наших материаловедческих проектов приоритетными являются рынки промышленно развитых стран. Для реализации приборостроительных проектов мы очень внимательно изучаем рынки Ближнего Востока и Африки. Много предложений о совместных проектах по корпусным деталям для приборов на основе светодиодов из Европы и Северной Америки.

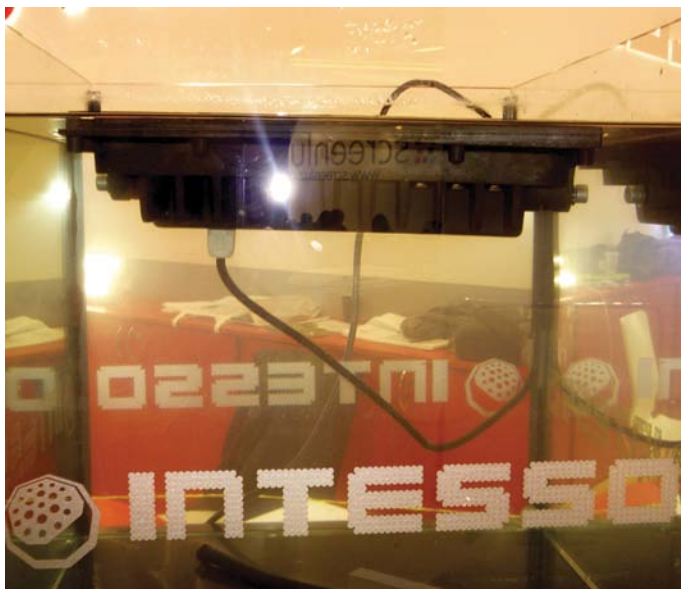


Рис. 3. Светильник компании «Интессо» в аквариуме

— **С какой продукцией компания выходит на зарубежные рынки?**

— Наноматериалы, корпусные детали, законченные изделия.

— **Чем она отличается от той, что продается в России?**

— Изделия не разрабатываются под конкретные рынки, отличия в упаковке и сопроводительной документации.

— **Каковы конкурентные преимущества вашей продукции на зарубежных рынках?**

— Если говорить о материаловедческих проектах, то аналогов по ряду материалов в мире нет — мы предлагаем уникальные технологические решения. Если говорить о светодиодных светильниках различных серий, то это разумное соотношение цена-качество.

— **Есть ли интерес к продукции российских производителей?**

— Интерес есть не только к российской продукции, но и к совместным разработкам с российскими компаниями, где западные партнеры видят инженерную школу. Речь идет и о наших технологических наработках по корпусным деталям на базе западных материалов, а также о проектах по теплоотсеивающим компаундам на основе собственных технологических разработок.

— **Общие впечатления от выставки. Какие тенденции Вы можете отметить?**

— У нас было много интересных контактов с компаниями, которые исповедуют уникальный путь в светодиодном освещении.

КОМПАНИЯ «МЕТТЭМ-СВЕТОТЕХНИКА»

На наши вопросы ответил Александр Власкин, генеральный директор компании «Меттэм-Светотехника» (см. рис. 4).

— **Расскажите, пожалуйста, о компании.**

— «МЕТТЭМ» представляет собой группу российских компаний, в которую входит более 20-ти различных высокотехнологичных фирм. В ее составе — крупные и известные компании. Одна из них, например, занима-

ется производством фильтров для очистки воды «Барьер». Компания «МЕТТЭМ-Светотехника» — подразделение, которое занимается производством светодиодных светильников. Компания существует уже несколько лет, но продажи в России начались с нового года. Основное время деятельности нашей компании было потрачено на инжиниринг, на разработку и создание производства. Было выбрано два основных направления — уличные и промышленные светильники.

Мы посещали все выставки, изучали технические решения и размышляли, как создать продукцию лучше европейской. При этом у нас имеются все права на интеллектуальную собственность и техническая документация. В результате были созданы разные подразделения. Одно из них в Шеньжене (Китай), где делается все, что касается конструктива. В России пока никто этого делать не умеет либо изделия неконкурентоспособны по цене. Вторая по важности система — оптическая. Мы заказали разработку мультилинз мировому лидеру — компании Ledil. Мы являемся собственниками этой разработки, т.е. линзы, которые стоят в наших светильниках, уникальны.

Светодиодный драйвер — тоже полностью собственной разработки. Перед нами стояла задача изготовить драйвер со сроком службы более 10 лет, который работает при температурах $-60...60^{\circ}\text{C}$ и имеет хорошие характеристики. Вообще, наша позиция — брать для наших разработок все самое лучшее, что представлено в настоящее время на рынке. Именно поэтому мы используем в своих изделиях только светодиоды CREE. Наши светильники прошли полное испытание TEMPO-21 в лаборатории CREE в США, мы получили положительную оценку нашего изделия и право официально размещать голотип «CREE LEDs» на наших изделиях. Эта выставка для нас — старт продаж и сигнал о желании продавать свою продукцию в Европе.

— **Вам уже удалось найти партнеров на зарубежных рынках?**

— У нас есть предварительные договоренности с рядом немец-

ких компаний. Мы договорились о представительстве в Германии. У нас уже есть представительства в Чехии и в Израиле. Продажи за границу сопряжены, в первую очередь, с сертификацией изделий. В Чехии такой сертификат мы получили. В Израиле мы получили сертификат буквально в прошлом месяце. Поэтому пока мы не успели там наладить продажи.

— **Какие страны представляют для вас наибольший интерес?**

— В первую очередь, европейские. Второй по приоритету рынок светодиодов — Саудовская Аравия, хотя светодиодным светильникам работать при температуре 40° и в условиях пылевых бурь в этой стране очень трудно. Мы делали презентацию, проводили испытания в Катаре в Дохе. Наши светильники успешно пережили катарское лето.

— **Продукция, с которой вы выходите на зарубежный рынок, отличается от продаваемой в России?**

— На зарубежном рынке мы продаем те же уличные и промышленные светильники, что и в России. В наших планах — модификация под европейский рынок, поскольку на нем большой спрос на изделия с регулируемой яркостью и переключением в энергоэффективные режимы. В настоящее время мы достигли



Рис. 4. Стенд компании «Меттэм-Светотехника»

понимания того, что необходимо делать. Например, как адаптировать продукты с точки зрения цветовой гаммы или даже технических параметров.

— Какие конкурентные преимущества вашей продукции?

— Первое конкурентное преимущество — технологичность в изготовлении и, следовательно, цена изделия. Второе, наверное, это все-таки надежность. Потому что чем изделие проще и понятнее, тем меньше в нем деталей, тем надежнее и устойчивее оно работает. Во всем остальном мы тоже постарались реализовать существенные отличия своей продукции от всех остальных изделий. В целом, российская продукция привлекает тем, что она обладает почти европейским качеством по доступным ценам.

— Как Вы оцениваете результативность первых двух дней выставки?

— К нашей продукции есть очень большой интерес. Особенно радует то, что в основном к нам подходят представители компаний, которые профессионально занимаются освещением. Это и английские, и итальянские, и немецкие компании. Очень много российских представителей, которые ищут новинки. Главные встречи у нас — впереди. Завтра мы проведем переговоры с двумя компаниями из Германии, с кото-

рыми мы уже говорили о пилотных проектах.

— Какие тенденции наблюдаются на рынке освещения?

— Я бывал на последних, наверное, шести крупных мировых выставках. В глаза бросилось то, что на рынке уличного освещения с прошлой выставки серьезных изменений практически не произошло. В то же время качество светодиодов заметно улучшилось.

КОМПАНИЯ «СОВРЕМЕННЫЕ СВЕТОДИОДНЫЕ СИСТЕМЫ»

На вопросы отвечал Илья Куряинов, генеральный директор компании (см. рис. 5)

— Как давно ваша компания на российском рынке?

— Компания «Современные светотехнические системы» достаточно молодая. Она была основана в 2009 г., но те инженерные наработки, которые в настоящее время используются в продукции, были заложены еще в 2005 г. Только в 2008 г. нам удалось получить достаточно качественные источники света, которые мы теперь применяем в своей продукции. Они отличаются от традиционного подхода к использованию светодиодов, т.к. это технология Chip-on-Board.

— Участие в этой выставке — первый подобный опыт?

— Это первая попытка участия в международной выставке такого уровня. Ее целью является продвижение продукции, изучение общемировых тенденций и ситуации на рынке как в отношении цен, так и в отношении качества, дизайна продуктов, в т.ч. показателей энергоэффективности. Для нас приоритетным является именно этот параметр. На выставке мы, в первую очередь, собираем информацию, а не пытаемся продать свои изделия. К удивлению, наша продукция вызвала большой интерес, чем мы рассчитывали.

— Компания уже нацелена на какие-то конкретные зарубежные рынки?

— Наша компания занимается разработкой и производством светильников для утилитарных задач. Это уличное, промышленное и офисное освещение. Если говорить о региональном распределении деятельности, то в настоящее время мы работаем на российском рынке и в некоторых странах СНГ. Европейский рынок для нас — новый. Мы пытаемся понять, каким требованиям должна отвечать наша продукция, чтобы беспрепятственно на нем продаваться. Собственно, это одна из целей участия в выставке. Конечно, европейский рынок нам интересен — он большой. Кроме того, поскольку в Европе более дорогая электроэнергия, светотехническая продукция окупается быстрее. Соответственно, она может или больше стоить, или иметь меньшие сроки окупаемости, что, безусловно, для нас интересно.

— Есть ли у Вас понимание того, как модифицировать изделия для европейского рынка?

— Пока нет. Как выяснилось, наибольший интерес у посетителей выставки вызвали не конкретные модифицированные модели светильников, а базовая технология, которая существенно отличается от традиционной. 80% вопросов были о том, чем эта технология лучше, как мы ее реализовали, как добились тех или иных результатов. Таким образом, мы пытались понять, насколько интересна концепция нашего продукта и какие его модификации могут быть востре-



Рис. 5. Стенд компании «Современные светотехнические системы»

бованы именно на европейском рынке, т.к. требования, например, к уличному освещению различаются в России и в Европе. Безусловно, для работы на этом рынке придется модернизировать изделия под конкретные требования, которые мы сейчас изучаем.

— Каковы конкурентные преимущества вашей продукции?

— Базовая технология Chip-on-Board.

— Какие впечатления от выставки?

— Однозначно позитивные. Удивило несколько вещей. В первую очередь, уровень грамотности потребителя — он существенно отличается от того уровня выставок, в которых мы участвовали прежде. Это действительно крупнейшая выставка, которую нет сил даже обойти. Она поражает своим масштабом, уровнем посетителей и грамотностью. Кроме того, очень удивляет достаточно высокий интерес к нашей продукции. Нам казалось, европейцы охотнее будут общаться с европейскими производителями, а к российским отнесутся с меньшим интересом. Однако европейские покупатели очень положительно оценивают наши продукты, а у европейских дистрибьюторов есть желание продвигать наши изделия. Так что результат превзошел ожидания. Через два года мы обязательно снова примем участие в выставке.

КОМПАНИЯ «СВЕТОВОД»



На вопросы отвечал Денис Герасимов, временно исполняющий обязанности генерального директора компании (см. рис. 6).

— Как давно компания работает на российском рынке?

— Компания «Световод» является российским производителем светодиодной продукции. С

2003 г. специалисты компании занимаются комплексной разработкой, производством и внедрением современных энергоэффективных решений на основе высококачественных светодиодов лучших мировых производителей. Основной комплекс работ по созданию светодиодной продукции осуществляется на собственных производственных мощностях нашего предприятия в Москве, расположенных на территории ОАО «Технопарк Слава». Производственные площадки оснащены специализированным оборудованием автоматического монтажа электронных компонентов и обслуживаются квалифицированными специалистами сборочных и наладочных участков.

— Вы уже работаете на зарубежных рынках?

— Мы уже давно ведем продажи на территории Белоруссии и Казахстана, а европейский рынок пока только в планах.

— С какой продукцией вы выходите на иностранные рынки?

— Основные продукты это: регулируемая светодиодная лампа в цоколе E27, светодиодный светильник для общего освещения помещений, светодиодный прожектор для акцентного освещения.

— Чем она отличается от того, что продается в России?

— Наша продукция является аналогичной разнообразным вариантам осветительного оборудования производителей всего мира.

— Каковы конкурентные преимущества вашей продукции на зарубежных рынках?

— Конкурентоспособная цена, а также более высокая реализация технических характеристик устройств. Так, на прошедшей выставке LV наша светодиодная лампа прошла ряд тестов, проведенных специалистами и посетителями, и показала отличные возможности по регулированию яркости света. Лишь немногие производители стараются качественно изготовить свои изделия. Мы — одни из этих производителей.



Рис. 6. Стенд компании «Световод»

— Каковы общие впечатления от выставки? Какие тенденции Вы можете отметить?

— Безусловно, 2012 г. стал праздником светодиодного освещения на выставке. И именно в 2012 г. в выставке впервые приняло участие значительное количество российских компаний, которые представили оригинальные технологические решения. Для российских компаний главным итогом выставки можно назвать то, что мировому светодиодному сообществу были широко представлены российские производители, технологические решения и продукты, которые уже внедряются в России. Переход к современному освещению в нашей стране активно поддерживается правительственными программами, что стимулирует развитие надежных российских производителей. Именно эти компании могут производить оригинальные энергоэффективные решения, основанные на российских разработках и собственной научно-исследовательской базе.

КОМПАНИЯ OPTOGAN GMBH



На вопросы отвечал Маркус Цайлер (Markus Zeiler), генераль-



Рис. 7. Стенд компании Optogan

ный директор, отдел глобальных продаж и маркетинга, компания Optogan (см. рис. 7).

— **Как давно компания работает на российском рынке?**

— С 2009 г.

— **А на европейском рынке?**

— Около 1,5 лет.

— **Вы участвуете в подобном мероприятии впервые?**

— Нет, мы уже приняли участие в выставке Light + Building и в октябре были на мероприятии Strategy Lighting в Милане. Выставку Light + Building посетили 118 тыс. человек.

— **Отличается ли продукция, с которой вы выходите на иностранные рынки, от представленной в России?**

— В Европе эти отличия наблюдаются между требованиями и предпочтениями рынков разных стран. Например, в странах Южной Европы большим спросом пользуются светильники с холодным белым свечением, тогда как в Северной Европе получили большое распространение решения, характеризующиеся теплым белым свечением. Рынки стран Центральной Европы больше внимания уделяют дизайну, а Восточной и Южной Европы — стоимости изделий. Что же касается требований к промышленным решениям по освещению складских и производственных помещений, можно сказать, они в целом одинаковые и потому основная продукция Optogan в равной мере востребована в обоих регионах. Разумеется, в России необходимы сертификаты

соответствия изделий ГОСТу, а в Европейском Союзе — стандарту CE.

— **Каково соотношение объемов продаж между Россией и Европой?**

— В настоящее время это соотношение равно 80%/20%, поскольку мы занялись международными продажами позже. Наша цель в том, чтобы объем международных продаж превысил 30%.

— **Рынки каких стран вам наиболее интересны?**

— Безусловно, одним из них является рынок Германии, поскольку наше производство находится в этой стране. Однако с нами желают сотрудничать очень многие компании и разработчики. Поэтому мы работаем с партнерами примерно из 20 стран, в т.ч. из Турции, Румынии, Болгарии, Франции, Испании, Португалии, Финляндии, Норвегии и пр. Наша продукция покрывает около 80% европейского рынка.

— **В чем конкурентные преимущества вашей продукции?**

— Это, прежде всего, высокое качество изделий при очень привлекательной цене. Optogan — вертикально интегрированный производитель светодиодов, инновационная продукция которого заметно отличается от изделий азиатских производителей.

— **Как Вы оцениваете свой успех на иностранных рынках?**

— Очень высоко. В дальнейшем мы рассчитываем на долгосрочный рост.

Прогноз цен на корпуса для светодиодных светильников в 2012 г.

Эксперты полагают, что падение цен на компоненты для корпусов светодиодных светильников может достигнуть 10% во II кв. 2012 г. из-за избыточных запасов у производителей LED-изделий и конкуренции на рынке. По данным отраслевых источников, рыночные котировки на корпусные компоненты для светодиодных ламп снизились во II кв. примерно на 3%. Снижение цен может достигнуть 10% из-за жесткой конкуренции на рынке. Дополнительной причиной, которая может

повлиять на снижение цен, является переход производителей компонентов корпусов от приложений с использованием подсветки к решениям на основе мощных светодиодов. Снижение цен на корпуса светодиодных ламп происходит также потому, что у производителей продукции со светодиодной подсветкой образовались избыточные запасы в IV кв. 2011 г. при низком уровне спроса. Однако эксперты полагают, что большинство производителей светодиодной продукции со

светодиодной подсветкой могут рассчитывать на заказы уже в III кв., а коэффициент использования их запасов превысит 70%. Во II кв. рынок светодиодной продукции будет «разогреваться»: ожидается восстановление активности фирм, а темпы снижения цен на светодиодные корпуса снизятся до 3%.

Король оригинальных линейных светильников

Серия «Светодиодный Гибкий Неон»

- Крупнейший в мире производитель линейных светильников
- 35-летний опыт работы в индустрии освещения
- Мощности в объеме более 10 млн метров в месяц
- Мы первый и единственный в мире вертикально интегрированный производитель в мире



reddot design award
winner 2012

Neo-Neon LED Lighting International Ltd.
He Shan Lide Electronic Enterprise Company Ltd.

Головной офис

Neo-Neon LED Lighting International Ltd.
Gong He Town, He Shan City, Guang Dong, China
www.neo-neon.com
Интернет-магазин: www.Led-House.cc
(100% дочерняя компания)

Европа: europe@neo-neon.com
Америка: America@neo-neon.com
Азия: asia@neo-neon.com

Великобритания: uk@neo-neon.com
Россия: Russia@neo-neon.com
Ближний Восток: dubai@neo-neon.com

Контакты:

Компания	Специалист	Тел.	Эл.-почта
TK Neo-Neon	Тимур	+7-495-665-4848	info@supersvet.ru
NeoТайп	Галина	+7-495-983-11-65	info@svetenergo.ru

