

НАРУЖНАЯ

издание для производителей рекламы

#166 октябрь 2025 | технологии | тренды | практики | люди | компании



Смотрите
на мир
с ВЫСОТЫ

180
лм/Вт

ELFLED SOL NEXT

Меняем правила игры
в рекламной подсветке
с революционной серией
светодиодных модулей

В ПОИСКЕ НОВЫХ ОПОР

Этот выпуск особенно ясно показывает, где сегодня лежат болевые точки и точки роста. С одной стороны — технологии. Компании представляют решения, которые меняют саму логику производства: от энергоэффективных светодиодных модулей и алюминиевых профилей, делающих работу производителей стабильнее, до гибридных УФ-принтеров и систем печати с 3D-линзами, которые открывают новые форматы воздействия на аудиторию. Важно не то, что оборудование стало «быстрее» или «ярче», а то, что оно постепенно превращает рекламу из расхода в инвестицию. С другой стороны — бизнес-философия. В интервью руководителей «Экспо Графика» и «Альтеры» звучит мысль о принципах, которые выдерживают проверку временем: честность, прозрачность, умение отказаться от мнимых «быстрых побед» ради устойчивого развития. Их истории показывают: кризисы бьют больно, но именно они становятся моментами роста для тех, кто умеет видеть глубже, чем сегодняшняя маржа. И ещё одна нить — отраслевые вызовы. Рынок становится более конкурентным, рентабельность снижается, налоговая нагрузка растёт. Умение оптимизировать процессы, просчитывать экономику и искать новые ниши становится не просто рекомендацией, а условием выживания. Мы видим,



Олег Вахитов,
главный редактор журнала «Наружка»
Издание для производителей рекламы»

как привычные дистрибьюторские модели дополняются маркетплейсами, как растёт давление китайских поставщиков и как всё чаще решающим фактором становится не цена, а доверие. Всё это заставляет задуматься: на чём мы будем строить отрасль завтра? На дешёвых решениях, которые сегодня выглядят заманчиво, или на системном развитии, где ключевым активом остаётся репутация и умение предугадывать будущее? Ответ у каждого свой. Но ясно одно: именно сегодня закладывается основа того, каким будет рынок наружной рекламы через пять–десять лет. И эта основа зависит от каждого из нас.

РЕКЛАМА В НОМЕРЕ

СТМ — светодиодные модули ELFLLED — 1-я обл., 26
МАКСИСЛЕД — светодиодные модули MAKSILED — 5
Экспоцентр — ВЫСТАВКА РЕКЛАМА — 6
Экспо Графика — расходные материалы для печати и мобильных выставок — 8
Альтера — производственная компания — 14
МЕДСТРОМ — алюминиевый борт и ALS-профиль — 20
ИНТЕРВЕСП — станки для работы с металлом — 22
Русском — гибридные УФ-принтеры G!Digital серии HUV — 28
Технографика — премиальный DOCAN C3200 — 32
БИГПРИНТЕР — 3D-линзы — 36
Сайн Сервис — УФ-принтер ARTIS F5 CF3R для печати на цилиндрах — 40
Дестек — листовые акриловые материалы PLEXISTEK — 43
Туплекс — зеркальный акрил Tuscryl MIRROR — 44
Оргстекло — листовые акриловые материалы — 50
LIYU RUSSIA — УФ-принтеры LIYU PLATINUM — 52

По вопросам сотрудничества обращайтесь по телефону +7 (985) 776-0185 или по электронной почте bobkova@ridcom.ru

Издатель ИП Вахитов О.У.
Главный редактор Олег Вахитов

E-mail: vakhitov@RiDcom.ru

Адрес редакции
123308, г. Москва, ул. Зорге, д. 7Г

Телефонс +7 (977) 654-2117,

Тираж 1.100 экз.

Печать ООО «Юнион Принт», 603022,
Нижегородская обл., г.Н.Новгород, ул.Окский
Съезд, д.2 Тел. 416-01-68, 439-44-99, 430-71-22

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций как рекламное СМИ.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации: серия ПИ № ФС77-89652 от 23.06.2025 г.

При перепечатке материалов ссылка на издание обязательна. Ответственность за коммерческие материалы несут рекламодатели.

Бесплатный журнал в офисах партнеров:

СТМ

Москва, Барабанный пер., д.4, стр.4 /

РУССКОМ

Москва, Рубцовская набережная, д.2., к .5

Техно-Графика

Москва, Павелецкая набережная, 8, стр.6, оф.106

Арт-Бюро

Ставрополь, ул. Ломоносова, 25, «Дом Водников»

Еще больше информации:

наружка.рф

<https://t.me/naroozhka>



Серия NEXT

Энергоэффективные модули
180 лм/Вт

Цвета свечения:

Теплый	2500-3500 K
Нейтральный	4000-4500 K
Белый	7000-8000 K
Холодный	11000-12000 K

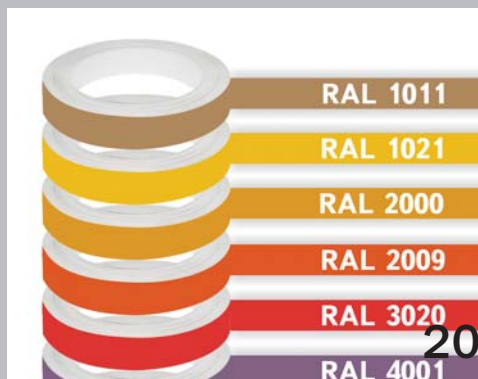
Модель

SN-DOT SOL NEXT 1

8

ELFLED NEXT:
модули, которые окупают себя
за счет экономии

Новая эра пришла! Компания СТМ объявила о старте продаж новой серии модулей NEXT с рекордной энергоэффективностью 180 лм/Вт. Это не просто апгрейд — NEXT меняет правила игры!



События

- 6 Реклама-2025

Персоны и компании

- 8 Экспо Графика
14 Альтера

Продукты и решения

- 20 Аллюминиевый борт МЕДСТРОМ
22 Станки от ИНТЕРВЕСП
26 ELFLED NEXT
28 Гибридный G!Digital HUV
32 Премиальный DOCAN C3200
36 3D-линзы от БИГПРИНТЕР
40 ARTIS F5 CF3R: печать на цилиндрах
44 Зеркальный акрил Tucryl MIRROR

Бренды

- 48 HASWEIT

- 51 Где купить

Новые источники питания AcTEC — новые возможности при реализации проектов

Компания MAKSILED, в качестве официального дистрибьютора, представляет целый ряд новинок ассортимента блоков питания AcTEC (комплекс предприятий, специализирующихся на разработке и производстве интеллектуальных источников питания).



AcTEC — один из технологических лидеров отрасли; выпускает оборудование, соответствующее требованиям безопасности и стандартам качества в соответствии с декларацией Евразийского экономического союза. Процент рекламаций на устройства бренда практически равен нулю.

Среди новинок каталога MAKSILED — интерьерные блоки питания серий MIW и MIM — с диммированием по протоколу DALI: имеют широкий диапазон как переменного, так и постоянного входного напряжения. Поэтому универсальны — подходят для светотехники с разными характеристиками. Для выбора предустановленных значений выходного тока укомплектованы DIP-переключателями. Источники питания имеют сплошную заливку компонентов, обеспечивающую отсутствие шума и улучшение теплоотвода.

Технология шумоподавления применена и в интерьерных блоках AcTEC LT. Серия представлена блоками с повышенным выходным напряжением 24 и 48 В на 100,

150, 240 Вт. Текущей осенью на склад поставщика поступят и уличные источники питания серии AW на 100, 150, 200, 240 и 320 Вт с теми же значениями выходного напряжения. Блоки имеют повышенную герметизацию, поэтому эффективно работают при температуре окружающей среды -40°C, что подтверждено испытаниями.

Использование светотехники с повышенным напряжением в рекламной и декоративной подсветке (MAKSILED предлагает, в частности, светодиодные ленты 48 В) — современная тенденция и прогноз на повсеместное распространение в будущем. Повышенное напряжение — низкие токи — длинные световые линии — тоньше провода — экономия при реализации. Фактически световое оборудование с такими параметрами применяется на сравнительно объемных объектах подсветки, а ориентация на данные стандарты и нацеленность на технологические новшества со стороны РПК позволяет привлечь в свой портфель более крупные и перспективные проекты.

ELFLED приглашает на Interlight 2025

На Interlight 2025 ELFLED покажет инженерные новинки для световой рекламы и архитектурной подсветки



Московская выставка Interlight | Smart City | Home, которая пройдет 21–24 октября в «Крокус Экспо», станет площадкой для презентации обновленного портфеля ELFLED. Компания сделала ставку на два направления: безопасную технологию Roll-to-Roll и энергоэффективную серию SOL-NEXT, которая, по заявлению производителя, достигает 180 лм/Вт.

Почему это важно? Рынок световой рекламы последние два года движется в сторону упрощения монтажа — безопасные решения снижают время установки и риск брака на объектах. Roll-to-Roll, представленная ELFLED, отвечает этому тренду, хотя реальная надёжность таких соединений покажет только эксплуатация в условиях российского климата с перепадами температур.

Что касается SOL-NEXT с заявленными 180 лм/Вт — показатель впечатляющий и приближается к теоретическому пределу для белых светодиодов. Однако ключевой вопрос в деталях: при какой температуре, токе и через какое время начинается деградация? Производители часто указывают пиковые значения в лабораторных условиях, а не реальные рабочие параметры при круглосуточной эксплуатации.

На стенде 8B5 (павильон 2, зал 8) также покажут линейки COB и SCOB с высоким индексом цветопередачи, премиальный «чёрный неон» и специализированные ленты. Демонстрация обещает прикладной формат — от интерьерной рекламы до фасадных инсталляций, где критична долгосрочная стабильность светового потока и простота обслуживания.

ПРОСТО ИДЕАЛЬНО

НОВАЯ СЕРИЯ NHL

Светодиодные модули, безупречные во всём

- Панорамное яркое свечение
- Абсолютная защита от влаги
- Новые высоты эффективности
- Без потерь яркости по всей цепи
- Теплоотвод со знаком «супер»

- Микро-призмы внутри линз для широчайшего угла
- Толстые провода гарантируют отсутствие перегрева
- Система стабилизации по току Constant Current*
- Плата полностью закрыта корпусом и защищена
- Высокопрочный скотч VHB для любых поверхностей

* Constant Current – эксклюзивно представленная в светотехнике MAKSILED система стабилизации по току, обеспечивающая равный уровень яркости светодиодов по всей цепи и долговременную их работу за счёт защиты от скачков напряжения.

ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА
ПЛЮС ИННОВАЦИИ



Угол свечения



Влагозащита



Эффективность



Гарантия



Закажите модули NHL для бескомпромиссно качественной подсветки и получите скидку. Скидка действует в период до 15 ноября 2025 года. Узнавайте подробности акции у менеджеров MAKSILED.



8 (800) 555-86-82



www.maksiled.ru

MAKSILED
светодиодные решения



«Реклама-2025»: наружка будет тут

С 21 по 24 октября 2025 г. в Москве на ВДНХ, в обновленных павильонах 55 и 57 состоится 32-я международная специализированная выставка технологий и услуг для производителей и заказчиков рекламы «Реклама-2025», организатор АО «Экспоцентр».





В 2025 году выставка пройдет на новой площадке — ВДНХ и в очередной раз станет масштабным отраслевым событием для производителей и потребителей технологий, услуг и готового продукта рекламного рынка: производственного оборудования, материалов для изготовления всех видов рекламоносителей для наружной и внутренней рекламы и навигации, световые табло, световые фигуры, рекламная полиграфия, упаковка имиджевой продукции, мерч и многое другое.

Организатор выставки АО «Экспоцентр», при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ.

В выставке «Реклама-2025» примут участие более 150 российских и зарубежных компаний, которые продемонстрируют в действии оборудование для различных видов печати, гравировки, резки и брендирования текстиля. Бизнес-посетителям будут представлены цифровые технологии, решения для оформления городских пространств и транспорта, технологии производства вывесок, мерча, упаковки и рекламной полиграфии.

Экспоненты тематического раздела «Наружная реклама» представят оборудование и материалы для производства вывесок, наружной, интерьерной рекламы и

графики, оформления мест продаж (листовой пластик, светоотражающие пленки, световые короба, бортовой профиль, блоки питания, и т.д.). Среди участников: Lasercut, Аллюминстрой, Винк, ДиМедиа, Лед-Сиб, 3Д Стайл, LED-SIB, Деферио, Diamond Group, ДСМ Освещение, Инстатика, Лайтмаунт Лед, Паритет РК, Системы и др. Также широко представлены компании из Китая.

На протяжении 4-х дней работы выставки посетители смогут изучить на одной площадке новинки оборудования в действии и получить рекомендации техни-

ческих специалистов, выбирать материалы, расширить кругозор о технологиях для продвижения бизнеса, заказать корпоративный мерч, найти новых деловых партнеров, задать вопросы и получить ответы на мероприятиях деловой программы. Всё это выставка — «Реклама — 2025».

За годы проведения у выставки сложилась уникальная посетительская аудитория. Экспозицию и мероприятия деловой программы посещают около 19000 специалистов и топ-менеджеров рекламных, маркетинговых, PR и event -агентств, рекламно-производственных компаний, типографий, а также представители государственных учреждений и администраций городов, промышленных предприятий, ритейлеры.

В дни работы выставки в павильонах 55 и 57 пройдет серия деловых мероприятий на которых обсудим тренды и инновации рекламного рынка, рекламного digital-рынка, форматы и технологии out-of-home, posm и мерч.

До встречи на выставке «Реклама», 21-24 октября 2025 года, ВДНХ, павильоны 55, 57.

Больше информации о выставке и мероприятиях деловой программы.



«Экспо Графика» — четверть века без компромиссов

За четверть века компания «Экспо Графика» прошла путь от небольшой команды энтузиастов до бренда, чьё имя ассоциируется с ответственностью, профессионализмом и качеством. История её развития — это не только смена технологий и партнеров, но и постоянный выбор в пользу принципов, а не компромиссов. Александр Глезеров, руководитель «Экспо Графика», рассказал о том, как переживаются кризисы, строятся долгосрочные отношения с клиентами и поставщиками, почему компания сознательно отказывается от легких путей и что помогает ей сохранять устойчивость на конкурентном рынке.



— Александр, расскажите об истории бренда «Экспо Графика». С чего всё началось?

— Название и логотип появились в ноябре 1999 года, когда перед выставкой «Реклама-1999» возникла необходимость представить нашу бизнес-идею: комплексная поставка решений для цифровой печати в области экспо-маркетинга. Мобильные выставочные стенды, оборудование, материалы и комплектующие для производства их графических панелей — тогда это было абсолютным ноу-хау, почти никто этим не пользовался, рынок только начал формироваться.

Имя было навеяно названиями итальянских и латиноамериканских полиграфических выставок, идеально совпавших по звучанию с идеями, которые мы хотели развивать. Логотип за несколько минут создал дизайнер из Сербии, недавно приехавший в Москву. Кстати, мы с ним продолжаем дружить все эти годы. Основой логотипа стала решетка стенда системы Pop-Up — нашего главного инновационного продукта в то время, премиального продукта из Швеции. Его диагональные перекрестья легко угадываются в начертании логотипа.

Официальная регистрация юридического лица и начало продаж произошли в начале 2000 года, который мы и считаем годом основания компании. От него и прошли те самые четверть века, которые мы теперь отмечаем.

— А как Вы лично пришли в эту область?

— Моя история в широкоформатной печати началась в 1996 году, когда волею случая я попал в петербургскую компанию «Международные полиграфические системы «IPRIS». В числе разнообразного офсетного и цифрового оборудования компания начинала поставки первых в мире широкоформатных цифровых принтеров Xerox с электростатической технологией. Сейчас про нее помнят только те, кому уже очень много лет. Струйная печать (inkjet) тогда только возникла, была крайне мед-

ленной и нестойкой, и годилась для печати текстов в офисе, но никак не полноцветных изображений для интерьерной и уличной рекламы. А электростатика Xerox, в сочетании с мощным финишным участком голландской компании SallMetall, выдавала десятки метров в час рекламной продукции вполне пристойного качества с разрешением до 400 dpi.

Я полюбил широкоформатную печать открытой душой неопита, поверив в то, что это интересное и перспективное дело. Комплекс для печати Xerox + SallMetall мы нарекли собственным именем «Циклоп», намекая на циклопические размеры изображений, которые теперь стало возможно печатать. Работая менеджером по поставкам оборудования и материалов, я с коллегами постоянно искал новые решения для широкоформатной печати, ибо печатная система «Циклоп» выдавала только изображение на рулонном материале, самоклеящемся или нет, а заказчику было нужно решение его рекламной задачи, оформление торгового помещения, изготовление вывески и тому подобное. Так появились первые в России стенды Roll-Up, Pop-Up, другие складные конструкции, которые мы стали продвигать под общим названием «мобильные стенды».

Мы в «IPRIS» успешно развивали этот бизнес до кризиса 98-го года. Национальная валюта упала в пять-шесть раз, всё импортное во столько же раз подорожало,

спрос мгновенно исчез. «IPRIS», как и многие другие компании тогда, начал избавляться от менее раскрученных на тот момент направлений, и от нашей «широкоформатки» отказался практически в первую очередь. Передо мной встал выбор: заниматься чем-то другим в рамках компании или своим любимым широкоформатным направлением вне её.

В 1999 году я принял решение, что широкоформатная печать мне важнее. Мы придумали бренд «Экспо Графика», поделились с партнерами и появились на выставке «Реклама-1999». Это было наше первое участие с новым брендом. Компания как таковая была зарегистрирована через три месяца, но бренд, логотип, название и бизнес-идеи были уже готовы и представлены нами на выставке.

— «Экспо Графика» — производственная или торговая компания?

— Начинали мы с дистрибьюторского направления, поставляя на российский рынок западные технологии широкоформатной печати. Наш старт совпал с активизацией Kodak в этом направлении. Российский офис Kodak искал партнера и нашел нас — молодых, активных, амбициозных. Коллектив из 5-6 человек был готов поставлять оборудование и материалы Kodak по всей России, мы работали эффективно, и всего через год заслуженно получили статус эксклюзивного партнера Kodak в направлении широкоформатной печати.

Kodak по нашему заказу завозил материалы, сам растаможивал их, завозил принтеры, отгружал нам со склада с отсрочкой платежа в нужных количествах. Добавляя в торговое предложение все больший ассортимент продукции, в том числе и от OEM-партнеров, Kodak поставлял нам её процентов на 15-20 дешевле, чем от оригинальных производителей. Kodak был исключительно удобным партнером первые годы работы нашей компании — до тех пор, пока он был.

На второй год работы мы осознали, что без полноценного демозала работать нельзя. Нужно было место, где представлено оборудование для печати, ламинирования, резки, где тестировались бы материалы, где были бы мобильные выставочные стенды и системы. Так возникло демонстрационно-исследовательское производ-



ство. Естественным шагом стало возникновение на его базе отдельной рекламно-производственной компании.

Синергия двух комплементарных направлений — дистрибьюторского и производственного — доказала свою эффективность. Используя общие ресурсы: бухгалтерию, доставку, дизайн, финансирование, IT, управление офисом, мы оптимизировали расходы, что позволяло находить ресурсы для развития.

— Получается, вы поставляете материалы рекламно-производственным компаниям и одновременно конкурируете с ни-

ми своим производством. Нет ли здесь противоречия?

— Соглашусь, здесь могло бы быть некоторое поле для внутреннего коммерческого противоречия. Но это противоречие не является неустрашимым, и я предложу способы его преодоления: репутация и открытая конкуренция.

Дилеры, продвигающие наши бренды мобильных стендов, или наши бренды материалов и оборудования, за многие годы убедились, что мы предлагаем продукцию строго в соответствии с опубликованным прайс-листом, не допускаем демпинга, не делаем неприличных ценовых предложений



в тендерах. Значит, с нами можно иметь дело, мы соблюдаем fair play. Это то, что называется репутацией. Всегда ли она работает? Возьмем пример коммерческого противоречия из жизни общества: городской чиновник от имени города заключает контракты с компаниями, принадлежащими его родственникам. Возможно, деловая репутация этих компаний на высоте. Однако, явная заинтересованность лица, принимающего решение, и, как следствие, отсутствие открытой конкуренции являются причиной существования того самого коммерческого противоречия. Наши заказчики, напротив, полностью свободны в принятии решения о закупках и партнерстве. И этот факт убирает остатки противоречий, которые вы упоминаете. Время доказало работоспособность и эффективность нашей модели.

Для дистрибьюторской компании собственное производство — это и демозал, и обучение технологиям, и тестирование материалов, и изготовление образцов, и сбор информации от реального производственного персонала. Дистрибьютор без опытного производства — как мозг с обрезанными нейронными связями. Большинство дистрибьюторов ориентируются на буклеты и тренинги от поставщиков. А чтобы протестировать, померить, взвесить, сравнить, принять взвешенное решение — нужно свое производство.

— Если проанализировать финансовые результаты в открытых источниках, то у многих ваших конкурентов окажутся лучше показатели по объемам и росту про-

даж. Чем вы это объясняете, как к этому относитесь?

— Отношение к этому факту спокойное, философски-стоическое. Если бизнес растет — меня это радует, если продажи падают — наоборот. Но никогда для роста продаж мы не делали того, что противоречит принципам компании.

Не секрет, что личная заинтересованность лица, принимающего решение, или так называемый «откат», часто необходим для получения больших заказов. Мы в этом не участвуем. Поэтому такие «большие заказы» нам и не доставались. Огорчает ли меня это? Думаю, что нет.

Еще один способ получения заказов — демпинг и фальсификации. Приведу условный пример. Участвуем в тендере на поставку рекламного стенда, начальная стоимость 3000 руб. Себестоимость составляет 1500 руб., снизить её нельзя при соблюдении условий тендера. Наблюдаем за предложениями: 2800... 2300... 1500... 1200! Что поставит заказчику победитель тендера за 1200 руб. при себестоимости 1500 руб., в ситуации запрограммированного убытка? Наверняка сфальсифицирует изделие, построит «дом поросенка» из соломы вместо заказанного из камня.

Еще один способ увеличения продаж — отгрузка товаров без оплаты, товарный кредит, отсрочка платежа. Судебные архивы полны историями компаний, не получивших деньги за продукцию. Хотим ли мы участвовать в подобных судебных баталиях? Нет. Наша финансовая технология проста: отгрузка с отсрочкой только постоянным заказчикам и дилерам. Во всех

остальных случаях — отгрузка после полной оплаты (в случае длительного цикла производства под заказ — 50% предоплаты, 50% перед отгрузкой). Теряем ли мы из-за этого в объеме продаж? Да. Но правильный учет стоимости управления дебиторской задолженностью покажет, что рост оборота таким путем почти не приведет к росту прибыли компании.

Прибыль важнее оборота — это наш принцип. А если сравнить не обороты, а соотношение прибыли и оборота у нас и конкурентов, картина изменится, часто в нашу пользу. Ну и не надо забывать, что мы компания с достаточно узкой специализацией. И вот в этой своей нише мы первоклассные специалисты с отличной продуктовой линейкой.

— Принципы компании. Каковы они? И какой бизнес является идеальным с вашей точки зрения?

— Принципы простые: профессионализм, ответственность, честность. Банальные слова, но я вкладываю в них смысл и прикладываю усилия, чтобы все сотрудники знали и чувствовали их важность. Ответственность и честность не только по отношению к заказчикам, но и руководителей к сотрудникам, и сотрудников между собой. Я не возьмусь сказать, насколько эти принципы разделяются всеми в компании, но они написаны на нашем воображаемом знамени, и если люди работают в коллективе долго, то значит эти принципы их устраивают.

Идеальный бизнес — это опора на технологические преимущества, эффектив-



ную команду, распределение рисков поставок и продаж (несколько поставщиков, не более 20% доля каждого, много покупателей, не более 10% доля каждого), низкая зависимость от кредитов. Необходимо иметь все возможные каналы продаж: прямых заказчиков, дилеров, маркетплейсы. Эффективная и разносторонняя представленность в интернете. Опора на собственные каналы поставок, но и кооперация с конкурентами при необходимости диверсификации. Если рост продаж — то только органический, без резких флуктуаций. Если большие заказы — то такие, которые можно выполнить без авралов и ночных бдений. В общем, специализированный устойчивый бизнес с лояльными клиентами и хорошей репутацией.

— Были ли переломные этапы в жизни компании?

— Мне сложно выделить четко выраженные этапы. В первую очередь потому, что постоянно шли какие-то процессы и в организации нашей команды, и в нашем отношении к маркетингу и продажам, и в технологиях, и в обществе и экономике в целом. Накладываясь друг на друга, они рождали причудливый узор развития компании, в котором ретроспективно непросто увидеть какие-то горизонтальные плато или этапы. Попробую подобрать несколько примеров.

Вот один из них. В биржевой торговле есть понятие Market Maker и Market Taker. Если расширить это понятие на торговлю и маркетинг вообще, то получится примерно так: компании, которые своими

действиями увеличивают спрос на какой-либо товар, и компании, удовлетворяющие возникший спрос. На рынке широкоформатной печати это поставщики печатного оборудования и поставщики материалов и комплектующих для печати. Нам всегда казалось важным совместить эти два принципа работы, чтобы добиться большего успеха.

Мы начинали поставки печатного оборудования с партнерства с Kodak'ом, потом в нашей линейке были принтеры Epson, Raster Graphics (Arizona), Zund, Seiko, NUR, Raster Printers. У нас был демо-зал оборудования, мы проводили семинары и Open-house, показывали оборудование на выставках, проводили большую и насыщенную программу продвижения. Это длилось более 10 лет. Но однажды, оценив наши ресурсы, свойства нашей команды и своё место на рынке мы приняли решение полностью сосредоточиться на поставках материалов, комплектующих и вспомогательного оборудования для производства широкоформатной печати. Вот, пожалуйста, два этапа: Market Maker -> Market Taker.

Другой пример. Исходная бизнес-модель компании основывалась на чрезвычайной, можно сказать гипертрофированной, гордости качеством своей продукции (будь то оборудование для печати, материалы или рекламные и мобильные стенды и комплектующие). В связи с этим мы всегда выбирали в партнеры топовых производителей, лучших на то время в своем классе: Kodak, Epson, Zund, NUR в печатном оборудовании, Seal в ламинации, Keencut и

Neolt в резке, Rexam Graphics, SIHL и ATP Graphics в материалах для печати, ATP Graphics и GBC в материалах для ламинации, Expand и Mark Bric в мобильных выставочных системах и стендах. Все эти бренды имели европейское, японское и американское происхождение, и заводы, производящие их продукцию, находились в странах происхождения бренда. Работа по продвижению продукции этих брендов была непростой и кропотливой, и основывалась на некой аксиоме, то есть утверждении, не требующем доказательства и принимаемом на веру, а именно: эти технологические лидеры в своих странах не стали бы таковыми, не будь их продукция достойна самого взыскательного заказчика.

А российский заказчик 2007-2008 годов был взыскательным, о да! Десять лет непрерывного экономического роста в стране, постоянный рост доходов во всех отраслях, неизменно крепнущий рубль вселили в рынок уверенность в том, что так будет всегда. Кроме своего высокого качества и технологических инноваций продукция наших поставщиков отличалась, естественным образом, высокой ценой, что никак не было препятствием к её сбыту. Таким образом, первые 7 лет наша стратегия на премиальный уровень продукции имела неизменный успех. И только в преддверии кризиса 2008 года мы начали чувствовать по всем направлениям дыхание в спину со стороны конкурентов китайского производства. Конечно, мы начали сотрудничество с Китаем раньше, еще в 2004 году, но делали это осторожно, стараясь избегать внутренней конкуренции



в продуктовой линейке, ибо призрак каннибализации дорогих продуктов их дешевыми аналогами постоянно витал в нашем отделе продаж.

И вот в 2008 году в результате кратного падения курса национальной валюты и сокращения платежеспособного спроса мы встали перед выбором: предлагаем нашим заказчикам более дешевые китайские аналоги или теряем заказчиков. Выбор был очевиден, и начался новый этап работы компании: поставка продукции китайского производства под нашими собственными брендами. И это была уже совсем другая история. Конечно, от работы с действующими премиальными партнерами мы не отказались, кризисы проходили, спрос возвращался, но триггер уже переключился, и доля западной продукции неизменно сокращалась все последующие годы.

Но 2008 год внес и другие коррективы в наш бизнес. 2008 год стал годом, когда мы впервые начали считать деньги. До этого мы могли позволить себе любой проект. Себестоимость всего была низкая: рабочей силы, аренды, логистики. Доставка контейнера из Китая обходилась втрое дешевле, чем сейчас. Маржинальность была высокая, и было право на ошибку. Попробовали, не получилось — забыли. Эпоха высокой маржинальности и легкого принятия решений о рискованных инвестициях закончилась в 2008 году.

Есть и много других историй в жизни компании, в которых можно выделить этапность. Например, опора на офлайн продвижение (которого мы держались до

последнего, будучи консервативными) — семинары, выставки, рассылки буклетов, прямые телефонные звонки, институт региональных представителей (о, это отдельная история!) — и переход на онлайн активность, создание сети взаимодействующих сайтов по брендам, типам продукции, интернет-магазины, лендинги, их продвижение, SEO-оптимизация, работа на маркетплейсах, сотрудничество с отраслевыми интернет-магазинами на дилерской основе и так далее.

Или этап экспансии, открытие новых офисов и производств в Москве, расширение демо-залов по всем брендам мобильных стенов (а это требует немало места), открытие собственных офисов в других городах, организация совместных производств с другими компаниями, увеличение отдела продаж — и этап сокращения ненужных площадей, увольнения неэффективных сотрудников, отказ от дублирующего персонала, избавление от избыточных производственных единиц. Это всегда непросто, отказываясь от чего-то, уже ставшего своим, ощущаешь тревогу ожидания дальнейших потерь. Но если действовать взвешенно, то наступившее финансовое оздоровление как раз помогает сохранить главное ядро компании, продолжать работу и развиваться.

Нельзя не отметить 2022 год, который изменил наше взаимоотношение с европейскими поставщиками кардинально. К тому времени объем продаж всё еще больше, чем наполовину, базировался на продукции европейских брендов: шведские

производители мобильных стенов, немецкие производители ламинирующих пленок и материалов, английские производители режущего оборудования. И в один момент поставки многих наших брендов были прекращены.

Ещё одним важным этапом было сокращение числа международных брендов, с которыми у нас был эксклюзив на Россию. Когда у тебя эксклюзив по бренду — это принципиально другой способ маркетингового существования. Ты вкладываешь много денег в бренд, и за это он работает на тебя, приносит повышенную маржинальность, относительно стабильные продажи. Работа с китайскими товарами, которые ноу-бренд изначально, всегда менее интересна, но более сложна и кропотлива, потому что клиенты к таким брендам, как правило, не становятся лояльными. Выстраивание собственной истории бренда, разработка собственных торговых марок — этим мы занимаемся последние 5-7 лет особенно активно.

— А как сейчас обстоят дела с позиционированием? Вы были компанией премиального качества...

— Я по-прежнему считаю, что «Экспо Графика» — это бренд, который гарантирует качество продукции. Если товар поставляется нами, это значит, что он проверенный, его цена соответствует качеству, и самое важное — если случатся проблемы с качеством, товар будет немедленно заменен. Мы никогда не возражаем заказчикам при предъявлении проблемных товаров — будь то пленки, стенов, резаки или другая



продукция из нашего ассортимента.

Мы продолжаем позиционировать себя поставщиком продукции с качеством выше среднего. Перед запуском нового продукта мы тестируем его для самых разных задач, в многообразных условиях, на всех доступных видах оборудования. Постоянно печатаем каталоги образцов, которые бесплатно доступны по запросу от любой рекламно-производственной компании. Например, сейчас в производстве находится восемь новых комплектов образцов. Мы делаем ставку на качество и возлагаем надежды на развитие бизнеса именно по этому пути. Этот путь был выбран осознанно, и другого пути для компании у нас просто нет.

— Расскажите о вашей команде.

— Я горжусь нашей командой. Многие сотрудники работают в компании десять, пятнадцать, двадцать лет. Старейшие работают со второго года возникновения компании — уже 23-24 года. Мы прожили вместе целую жизнь. За время работы в компании у них образовывались семьи, рождались дети, сейчас эти дети заканчивают школы, учатся в институтах. Несколько семейных пар возникло в результате «служебного романа» между сотрудниками компании, что мне было очень приятно!

Та идеология бизнеса, которая была заложена, в этих людях живет. Новых сотрудников у нас немного, но когда они приходят, то удерживаются только если разделяют нашу идеологию: ответственность, профессионализм и качество. Доставка,

упаковка, хранение, гарантии, ответы на вопросы, консультации, финансовые условия, элементарные вежливость и приветливость — все должно быть построено так, чтобы заказчику, который к нам возвращается, было комфортно с нами работать.

— Какова ситуация на рынке сейчас?

— Рынок чрезвычайно конкурентный. Если 10-15 лет назад это был дистрибьюторский рынок, то сейчас каждому третьему нашему заказчику приходит в голову, что он сам может купить любую продукцию в Китае. Для этого даже в Китай ехать не надо — достаточно зайти на AliExpress, посмотреть цены, увидеть, что они низкие, и заказать оттуда напрямую.

Огромное количество клиентов постоянно на этом обжигаются: получают не то, что заказывали, цена оказывается сильно выше предполагаемой, сроки не те, качество не совсем то. Но разница в цене заставляет их продолжать экспериментировать.

У крупных производственных компаний склады наполнены материалами с прямой поставкой из Китая — иногда даже больше по некоторым позициям, чем у дистрибьюторов. То есть, самые лакомые кусочки с дистрибьюторского рынка просто исчезли.

Сейчас это жесткий сетевой рынок, где много поставщиков, много покупателей, и связи постоянно меняются. Плюс растущую долю рынка начинают отъедать маркетплейсы. Стандартный товар, например Orajet 3640, можно заказать через «Озон» с пунктом выдачи в соседнем доме. И это оказывается вполне резонно для неболь-

ших городов, где нет складов крупных столичных поставщиков.

Мы начали работать через маркетплейсы в этом году, набираем статистику. Продажи не взрывные, но при должном продвижении это осмысленный канал продаж. Также стабильно работают продажи через дилеров. В качестве партнеров выступают несколько интернет-магазинов, у них представлены наши материалы и стенды, и объемы их стабильны и растут.

Три канала работают и развиваются: прямые продажи заказчикам, продажи через дилеров, продажи через маркетплейсы.

— Что является предметом гордости сегодня?

— Во-первых, наша команда. Это надежные порядочные люди с огромным опытом и знаниями, на них держится компания.

Во-вторых, наша неуклонное следование выбранному курсу, нашим принципам.

В-третьих, наша репутация, как на российском рынке, так и у международных поставщиков — например, мы всегда получали товарные кредиты без каких-либо банковских гарантий.

В-четвертых, мне нравятся наши собственные бренды и торговые марки, которые мы создаем и развиваем уже более 15 лет.

И, конечно, сам факт нашего 25-летнего юбилея не может не радовать. Четверть века без компромиссов с собственными принципами — оно того стоит!

Дмитрий Гудков:

«Наше развитие — в строительстве нового производства»

Дмитрий Гудков, руководитель компании «Альтера» из Твери, в большом прямом разговоре с главным редактором журнала «НАРУЖКА» рассказал об открытии нового производства, почему ограничивает количество клиентов, как банковский опыт помогает в наружке и почему его бизнес растёт во время кризисов.



Олег Вахитов: Дмитрий, расскажите, с чего начался ваш путь в наружной рекламе?

Дмитрий Гудков: Мой профессиональный путь начался с работы в банковской сфере, где я возглавлял маркетинговое направление, занимался связями с прессой и СМИ в тот период, когда интернет только начинал набирать обороты. Именно работа в банке помогла мне глубоко понять, как устроена корпоративная культура, а

также научила чувствовать потребности и логику мышления различных клиентов — будь то менеджеры или руководители компаний. Этот интересный опыт оказался крайне ценным для меня в дальнейшем.

После почти десяти лет работы в найме, я решил сменить сферу деятельности и ушёл в IT-бизнес. Вместе с партнёром мы основали компанию ИНПРОЕКТ, которая развивала несколько направлений одно-

ременно. В первую очередь мы занимались маркетинговым продвижением инвестиционных проектов в сфере недвижимости, таких как коттеджные посёлки и имущественные комплексы, в чём сумели достичь высокой степени экспертизы. Параллельно у нас была собственная команда разработчиков, дизайнеров и мы создавали сайты, порталы для различных клиентов.

Ещё одним ключевым направлением

нашей работы стала разработка системы управления, по сути — аналога CRM, которая изначально задумывалась как прикладное решение, но со временем превратилась в сложный и многофункциональный продукт. Однако мы никогда не выводили его на массовый рынок, так как система требовала индивидуального подхода и была ориентирована на работу с недвижимостью.

Одним из самых масштабных наших проектов стало создание крупнейшего в России портала для менеджеров по недвижимости. Это была не просто интернет-платформа, а комплексная система, объединяющая специалистов по недвижимости в единое сообщество. Каждый участник мог работать по своим правилам, обмениваться информацией и клиентами, что создавало новые возможности для заработка.

Олег Вахитов: *И как из этих проектов возникло рекламное направление?*

Дмитрий Гудков: Параллельно мы занимались маркетингом, полиграфией — брали комплексные проекты. Потом начали продвижение сайтов — тогда было очень популярно SEO, работа с семантическим ядром. Позже пришёл Direct.

Мы рассматривали различные отрасли для развития, и однажды на нас вышел представитель из сферы наружной рекламы. К тому моменту мы уже сталкивались с подобными задачами в рамках комплексных проектов: если ведёшь проект, всегда нужны вывески, навигационные элементы — мы, например, занимались оформлением парков, где требовалась сложная система навигации.

Однажды для одного из клиентов мы глубоко проанализировали семантическое ядро, сосредоточившись на Московской области. В Москве стоимость лида была заведомо высокой — за один контакт по вывеске приходилось платить до 100 долларов, и при этом нет гарантии, что он приведёт к сделке.

Однако, детально изучив рынок, мы обнаружили, что в отдельных городах Подмосковья конкуренция гораздо ниже. Взять, к примеру, Балашиху: население — порядка четырёхсот тысяч человек, это сопоставимо с Тверью, а с учётом агломерации — даже больше. Тем не менее, игроков на рынке наружной рекламы там было немного. Мы решили протестировать гипотезу: запустили рекламу, начали привле-

кать клиентов — и у нас получилось добиться заметного результата.

Изначально производство было не нашим, мы выступали в роли организаторов процесса. Я привлёк одного человека — родственника — и предложил ему следующее: «Мы будем поставлять тебе заказы, а ты берёшь на себя всю организацию производства». Он согласился и взялся за дело. С течением времени я увидел, что этот процесс меня действительно увлекает, и решил лично погрузиться в организацию производства.

Меня всегда привлекала возможность видеть конкретный результат своего труда. В банке ты — лишь маленькая часть огромной системы, и зачастую не ощущаешь влияния своей работы и не видишь её итогов. А в проектной деятельности всё иначе:

людей. Особый интерес у меня вызывала комплексная работа с крупными сетевыми клиентами, где процесс принятия решений был выстроен по аналогии с банками, что позволяло мне использовать свой опыт и знания этой сферы. Хотя работа с частными клиентами считалась более рентабельной. Меня больше привлекала системность и структура, присущие работе с сетевыми заказчиками. Конечно, с частниками мы тоже работали, но это давалось сложнее.

Олег Вахитов: *И как вы в итоге вышли на сетевых клиентов?*

Дмитрий Гудков: Мы постепенно начали выстраивать отношения с крупными клиентами, делая акцент на специализации в банковской сфере — этот рынок был нам

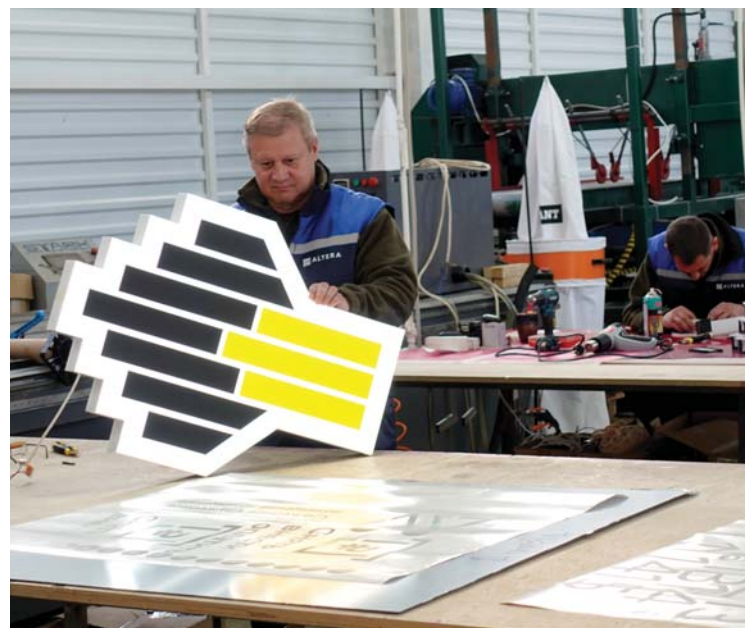


результат можно не только увидеть, но и буквально потрогать руками, особенно если у тебя есть собственная мастерская. Хотя я не мастер делать что-то руками, мне важно ощущать сопричастность к созданию чего-то реального.

Со временем мы выкупили компанию «Альтера» и полностью переключились на сферу наружной рекламы. У нас была небольшая команда — всего около десяти че-

хорошо знаком. В то время у меня сохранились крепкие связи с друзьями, которые работали в банках и к тому моменту уже заняли руководящие должности в крупных организациях. Именно благодаря этим контактам нам удалось получить первые серьёзные заказы, что стало важным шагом в развитии нашего бизнеса.

Затем перед нами встала новая задача — выполнение комплекса работ для ком-



пании «Сургутнефтегаз». Нам сообщили, что планируется масштабная реконструкция автозаправочных станций, в том числе устройство фасадов, изготовление и установку вывесок. Подобные проекты обычно вызывали опасения у подрядчиков из-за их сложности и необходимости глубокого погружения во все детали. Мы тщательно просчитали смету и возможности, после чего московский генеральный подрядчик, приехавший на объект, напрямую спросил: «Почему бы вам не заняться этим самостоятельно?» На тот момент мы колебались, считая, что это слишком большой объём ответственности. Однако после обсуждения я всё же принял решение рискнуть и попробовать свои силы в этом направлении.

В результате мы успешно реализовали проект по реконструкции примерно 50 автозаправочных станций «Сургутнефтегаза», преимущественно в двух близлежащих регионах. В ходе этой работы наш коллектив значительно вырос, что позволило нам занять лидирующие позиции на местном рынке наружной рекламы. Пусть разрыв с конкурентами был не столь велик, но мы по праву стали локальным лидером в своей сфере, опираясь на системный подход и умение брать на себя сложные комплексные проекты.

Олег Вахитов: *Итак, вы начали заниматься наружкой, работая с сетевыми клиентами, выполняя комплексные задачи. Но тут грянул кризис 2009 года, а потом еще, и не один. Как вы их переживали?*

Дмитрий Гудков: У нас есть одна интересная закономерность: все периоды серьёзного роста компании совпадали с экономическими кризисами. Почему так происходит — до конца не ясно, но факт остаётся фактом: именно в моменты общего спада мы начинали активно развиваться. Например, в 2008 году, когда казалось, что ситуация безнадежная, мы сумели не просто выстоять, а выйти из кризиса сильнее. 2014 год для меня тоже был кризисным, хотя 2010-2012 годы прошли относительно спокойно, но именно тогда развития не было. А вот с 2014 года мы снова пошли вверх. В период пандемии мы продолжали работать, несмотря на ограничения: многие компании были на паузе, а мы трудились практически подпольно. Конечно, это было не совсем правильно, но мы старались соблюдать меры предосторожности — измеряли температуру, хотя болели всё равно почти все. И в последний кризис 2022 года мы опять воспользовались возможностью и сделали новый рывок в развитии.

Олег Вахитов: *С чем это связано?*

Дмитрий Гудков: Стараюсь разбираться в самых разных вопросах, но особенно меня привлекает сфера финансов и экономики. В нашей отрасли наружной рекламы мало кто уделяет этому внимание — большинство больше интересуется технической стороной вопроса, что и мне, безусловно, интересно, однако я предпочитаю делегировать задачи, связанные с технологиями. Для меня гораздо важнее понять, как развивается экономика, куда движутся

предприятия, которые являются нашими клиентами, и попытаться заранее предугадать их поведение.

Эта способность предвидеть действия компаний особенно полезна во времена кризисов: когда ты понимаешь, какие шаги вынуждены будут предпринимать клиенты, зная, как устроена их система принятия решений, ты можешь своевременно подстроиться под их потребности и использовать это в интересах своего бизнеса. Каждый раз такой подход приносит результаты — мы не только выживаем, но и развиваемся именно тогда, когда другим кажется, что всё рушится.

Олег Вахитов: *Плюс банковский бэкграунд, наверное?*

Дмитрий Гудков: На самом деле, мой опыт в банке сложно назвать именно «банковским» в классическом понимании, ведь я не занимался управлением финансами или крупными денежными потоками. В те времена банковская работа строилась совсем иначе, нежели сейчас. Мы самостоятельно разрабатывали продукты: будь то вклад, депозит или кредит, — начиная от названия и заканчивая условиями предоставления. Это требовало глубокого погружения: чтобы создать действительно востребованный продукт, нужно было детально разобраться в его сути, понять, как он должен работать и на какие потребности клиентов отвечает.

В современном банке, напротив, большинство сотрудников просто выступают проводниками уже утвержденных реше-



ний — им приносят готовые макеты, которые нужно реализовать, не вникая в детали. Когда я работал, у меня было небольшое, компактное подразделение, где мы занимались именно созданием, а не тиражированием. Однако со временем в банки пришла централизация: решения стали приниматься на более высоком уровне, и наша самостоятельность исчезла. Подразделение сократилось, творческая составляющая работы пропала, и я постепенно потерял интерес к этой сфере.

Олег Вахитов: *А еще у вас был большой опыт в IT. Как происходил переход из этой в общем-то перспективной отрасли в производственную?*

Дмитрий Гудков: Когда я работал в IT-сфере, признаюсь, иногда просто не хотелось идти на работу. Там нередко возникали задачи и проблемы, которые невозможно было решить обычным человеческим общением. В какой-то момент передо мной встал выбор: либо вкладываться по максимуму, расти дальше и масштабировать бизнес, либо уже завершать эту главу своей жизни.

Совсем иначе было, когда я занялся наружной рекламой. Каждый рабочий день приносил удовольствие: появлялась улыбка, было ощущение вовлечённости и смысла. Мне ближе те вещи, которые можно увидеть и потрогать, ощутить реальный результат своего труда. Наверное, сказывается мой характер — я человек практичный, не склонный витать в облаках. Может быть, на меня повлиял и дедушка, но в итоге я твёр-

до решил: если заниматься каким-то делом, то делать это на профессиональном уровне, полностью погружаясь в процесс.

Раньше мы и так считались лидерами на местном рынке, но это было скорее формально: не было чёткого направления, концентрации на чём-то определённом. Переломным моментом стало решение сосредоточиться на конкретной группе клиентов и определённом типе работы. Мы сфокусировались в основном на крупных сетевых компаниях, причём на тех, кто разбирается в тонкостях наружной рекламы и понимает ценность качественного продукта.

Работать с теми, кому всё равно, из каких материалов и каким способом выполняется заказ, у нас не получалось — такие клиенты не ценили наши усилия. А вот с профессионалами, которые знают, чего хотят, всё складывалось гораздо лучше. В таких проектах мы могли показать настоящую экспертизу, объяснить, почему именно мы должны выполнять работу, а не кто-то другой — и дело было не только в цене, а в уровне знаний и ответственности.

Важным моментом для нас стало осознанное решение отказаться от всех более чем 20 сайтов, которые генерировали множество некачественных лидов. Несмотря на кажущуюся активность, такие проекты не способствовали развитию компании — мы тратили ресурсы впустую, словно бегая по кругу без видимого прогресса.

Поняв, что подобное сотрудничество не приносит удовлетворения и не соответ-

ствует нашим профессиональным ценностям, мы приняли решение отказаться от таких клиентов. Мы бесплатно передали около двадцати заказчиков своим партнёрам, которых считали способными качественно реализовать их проекты. Это был взвешенный шаг: мы осознанно отказались от объёма ради фокуса на качестве и глубоком взаимодействии.

В результате сейчас мы сосредоточились на сопровождении ограниченного круга клиентов, где можем глубоко погружаться в каждую задачу, всесторонне разбирать проблемы и предлагать эффективные решения. Такой подход позволяет не только оказывать более качественный сервис, но и строить долгосрочные доверительные отношения, что, на наш взгляд, гораздо важнее количественных показателей.

Олег Вахитов: *Нет опасения, что если круг клиентов ограничен, доля каждого в заказах довольно высокая, что может привести к резкому сокращению доходов если уйдёт хотя бы один заказчик?*

Дмитрий Гудков: Конечно, определённые опасения есть — это часть любых рисков. Поэтому мы всегда одновременно ведём переговоры с несколькими потенциальными клиентами.

Таким образом у нас сформировался основной состав клиентов, и параллельно идет работа по привлечению новых. Сейчас у нас 6-8 активных клиентов, в этом году ставим цель увеличить их количество. С таким объемом, учитывая наш коллектив, можно полноценно работать, при этом все возможные риски мы стараемся тщательно просчитывать.

Но с другой стороны, для того чтобы расширить клиентскую базу, приходится увеличивать штат сотрудников, как это делают многие компании. Посмотрите: в некоторых фирмах работает по 150-250 человек.

У меня есть собственное видение и интуиция относительно того, сколько сотрудников действительно необходимо для обеспечения хорошей рентабельности и гибкости — чтобы компания могла быстро меняться и адаптироваться к новым условиям.

Олег Вахитов: *По какому принципу вы приобретаете оборудование для производства?*



Дмитрий Гудков: В выборе оборудования для собственного производства я придерживаюсь определённой стратегии, основанной на рациональном подходе и финансовой независимости. Во-первых, мы не стремимся постоянно обновлять парк техники за счёт кредитных средств — напротив, стараемся приобретать оборудование исключительно на собственные деньги. Такой принцип дисциплинирует и не позволяет расслабляться, ведь каждый вложенный рубль должен приносить реальную отдачу. Оборудование, которое временно не используется, мы консервируем и храним на складе — это создаёт резерв на случай поломок или внезапных изменений в работе, обеспечивая производственную устойчивость и гибкость.

Я осознанно инвестирую в развитие производства, заранее планируя будущие задачи и необходимые для их решения ресурсы. Уже сейчас я понимаю, какие проекты будут актуальны в ближайшие полгода или даже год, а значит — знаю, какое оборудование и материалы понадобятся. Считаю такие вложения более выгодными, чем хранение средств на депозите или в рублях: когда деньги просто лежат, развитие останавливается, а мне важно поддерживать движение вперёд и постоянно развивать бизнес. Такой под-

ход позволяет не только эффективно использовать ресурсы, но и сохранять динамику роста.

Олег Вахитов: *Каким вы видите развитие своего бизнеса?*

Дмитрий Гудков: Развитие нашей компании связано, прежде всего, со строительством нового собственного производства. Раньше арендных помещений не хватало, и только сейчас мы смогли его запустить — считаю это большим шагом вперёд и основой дальнейших перспектив. Недавно мы ввели в эксплуатацию первую очередь, а в следующем году мы будем достраивать вторую очередь на данной площадке.

При этом мы не относим себя исключительно к рекламно-производственным компаниям. Мы — именно производственное предприятие. Например, у нас есть направление по сотрудничеству с «Роснефтью» — работаем над реконструкцией автозаправочных станций. Здесь нам приходится брать на себя задачи, которые обычно не входят в сферу рекламно-производственных компаний: занимаемся отделочными работами, укладываем плитку, брусчатку, устанавливаем сантехнику. Это не совсем наша профильная деятельность, но, чтобы повысить маржу, ускорить выполнение проектов и выделяться среди конкурентов, мы решили не привлекать сторонних строителей, а выполнять такие работы своими силами. Таким образом, наша компания становится универсальной производственной командой.

Однако полностью уходить в строительный бизнес мы не собираемся. Сейчас, например, рассматриваем новый проект на площадке индустриального парка Раслово. Если решим строить там — это будет отдельное производство, не связанное с рекламно-производственным направлением, а, например, специализация на обработке цветных металлов.

В идеале мы хотим наладить выпуск готовых изделий и предложить их рынку — то есть нашим клиентам.

Планы масштабные: проект рассчитан на 2 гектара земли, где будет построено около 10 тысяч квадратных метров производственных и складских помещений. Мы смотрим на развитие с горизонтом 4-5 лет, понимаем основные этапы, но окончательно спрогнозировать, что именно получится через несколько лет, пока сложно —

рынок быстро меняется, и мы готовы гибко реагировать на изменения.

Олег Вахитов: *В чём уникальность вашей компании, почему клиенты не уходят, а постоянно работают с вами?*

Дмитрий Гудков: У нас есть ряд преимуществ, которыми пользуются далеко не все, поскольку они требуют серьёзных вложений и вызывают массу вопросов. Речь идёт о полномасштабном сервисном обслуживании — профессиональном подходе к монтажу, демонтажу, согласованиям, установке вывесок и подключению оборудования. Если относиться к этим работам формально или выполнять их время от времени, выстроить слаженную систему практически невозможно.

Сегодня у нас действует отработанная и надёжная система, основанная на многолетнем опыте. Мы предоставляем круглосуточное обслуживание — 24/7, решая любые задачи наших клиентов. В нашем распоряжении более 30 бригад — как собственных, так и партнёрских, где работают квалифицированные специалисты, в том числе по электрике.

Благодаря опыту работы на автозаправочных станциях мы развили у себя крепкую систему охраны труда, что особенно ценят наши заказчики. Наши сотрудники прекрасно знают, как правильно вести себя на объектах, не задают лишних вопросов и всегда выполняют работу профессионально.

В монтаже крупных объектов задействованы целые команды специалистов, и такие организации широко представлены. Однако при установке небольших вывесок часто нанимают кого попало, и тогда на объект приезжает условный «дядя Вася», который может допустить ошибки. В итоге переделывать приходится тому, кто изначально нанял такого исполнителя. У нас всё иначе — мы даём гарантию на работу и отвечаем за результат.

Качественное выполнение задач — наш главный приоритет: важно сделать работу так, чтобы не возвращаться к тому же объекту по гарантии или переделке. Мы придерживаемся этого стандарта и ежедневно проводим до 20 монтажей, иногда даже больше — это наша постоянная, рутинная работа.

Вся информация по проектам аккумулируется в нашей специализированной ба-

зе данных, которую мы разработали специально под свои задачи. В ней фиксируется вся история работ, проставляются метки — возможно, со временем мы внедрим элементы искусственного интеллекта. Эта база позволяет видеть всю картину: если через годы клиент заказывает новый монтаж, мы точно знаем, что делали на объекте раньше, и едем полностью подготовленными.

А еще важно отметить, что рост компании «Альтера» во многом стал возможен благодаря сплочённой и профессиональной работе её команды. Каждый сотрудник внёс значимый вклад в её развитие. А при переезде в собственное здание многие участвовали в проектировании производственной площадки, переносе и монтаже сложного оборудования.

Олег Вахитов: *Сейчас такое странное время, когда кажется, что все моральные каноны, деловая этика, честность становятся атавизмами, потому что не позволяют зарабатывать относительно много и быстро. Главный принцип многих предпринимателей, особенно молодых, — снимать красивую картинку, обещая красивую жизнь, гони больше лидов. Про социальную ответственность если и говорят, то лишь в рекламных целях. Да и выполнение финансовых обязательств оставляет желать лучшего. Что вы думаете на этот счет?*

Дмитрий Гудков: Начну с деловых взаимоотношений. У нас действует чёткое правило — партнёры получают аванс сразу, а окончательный расчёт происходит в тот же день, когда мы сдаём объект. Никаких ожиданий: мы не затягиваем выплаты, не вынуждаем людей ждать когда нам оплатят заказчики. Такой подход к финансовым обязательствам — наш принцип.

Это напрямую связано с социальной ответственностью. Я убеждён, что сотрудники должны получать зарплату вовремя, без задержек. В самые трудные периоды я оформлял кредиты, чтобы не допустить просрочек по зарплате, потому что считаю: люди заслуживают стабильности.

Такой подход — это не только забота о сотрудниках, но и ответственное отношение к обществу: налоги тоже платим аккуратно, значительно выше отраслевых показателей. Финансовая дисциплина формирует хорошую кредитную историю и даёт преимущества для развития.



Ответственность перед партнёрами для меня тоже важна: за каждым контрактом стоят люди, и все условия, особенно финансовые, должны соблюдаться строго и без оправданий.

Деловая ответственность — ещё одна важная часть. Сейчас многие забывают о стандартных правилах делового общения: переписка, телефонные разговоры, классические контакты уходят на второй план. Я считаю, что деловое общение должно оставаться профессиональным, без излишней фамильярности.

Олег Вахитов: *Как вы определяете для себя профессиональные ориентиры и на что обращаете внимание при оценке коллег и современных тенденций в бизнесе?*

Дмитрий Гудков: Хороший и наверное самый важный вопрос нашего разговора. В профессиональной деятельности огромное значение имеют настоящие эксперты и признанные профессионалы в своей отрасли — именно на таких людей стоит равняться. В моей жизни всегда были и есть такие примеры для подражания, и я убеждён: ориентироваться нужно на тех, кто действительно чего-то достиг, обладает глубокими знаниями не только в узкой сфере, но и в смежных областях, способен видеть картину шире и мыслить стратегически.

Я категорически не приемлю так называемое инфоцыганство и приукрашивание действительности. Моя позиция проста: мы занимаемся реальным производством, и поэтому ценю честность и деловой подход.

Как член ассоциации производителей Визком, вижу, как уже второй раз за короткое время меняются ее исполнительные директора. Наверное это не просто так, рядовым членам процессы непонятны, отсутствует прозрачность.

Я считаю, что именно лидерам отрасли необходимо предоставлять возможность высказываться и задавать тон развитию. Сам себя к их числу не причисляю, но стараюсь равняться на них и брать пример в профессиональном росте и ответственности.

В 2025 году отрасль ждет снижение рентабельности и отчасти оборотов, появились налоговые задолженности. Каждому предпринимателю нужно готовиться к изменению налогового законодательства, так как теперь уже большинство столкнется с НДС. Уменьшение реальных доходов и рентабельности, оптимизация производства, поиск новых ниш деятельности, вот о чем сейчас нужно думать, а «джеты» оставить до лучших времен.

Алюминиевый борт и сопутствующие товары: почему производители рекламы выбирают «Медстром»

Уже больше 8 лет мы занимаемся тем, что делаем жизнь рекламщиков проще — производим АЛС-профиль и алюминиевый борт для объемных букв. Мы прошли путь от узкопрофильной продукции до полноценного партнера, который думает о каждом этапе работы клиента. Наша задача проста: собрать в одном месте всё, что нужно для производства рекламы, и отдать это вам максимально быстро. Чтобы вы могли сосредоточиться на творчестве, а не на поисках материалов и решении логистических головоломок.

АЛС-профиль: основа надежности для больших объемных букв и крышных установок!

В мире, где каждый борется за внимание, большие объемные буквы и крышные установки стали визитной карточкой городов. Но чем масштабнее конструкция, тем выше требования к её прочности. Вот здесь на сцену и выходит АЛС-профиль — он становится не просто материалом, а основой для решений, которые должны быть безопасными, долговечными и безупречно выглядящими.

Именно поэтому АЛС-профиль — это оптимальный выбор для тех, кто создает не просто вывески, а узнаваемые символы, способные выдержать испытание временем.



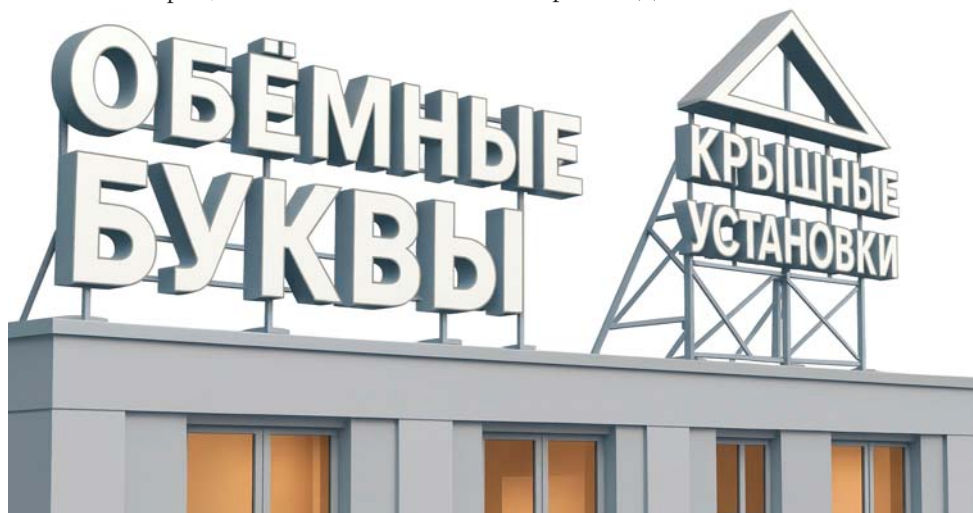
Алюминиевый борт: специализация и гибкость

Наш опыт в производстве АЛС-профиля логично привел нас к следующему шагу — в 2018 году мы запустили производство алюминиевой ленты для бортогибного оборудования. И с самого начала заявили: наши стандарты качества и сервиса — это не просто слова.

Для стандартных решений лучше всего подходят толщина алюминия 0,6мм, в которой представлены максимальное кол-во цветов. Понимая, что задачи бывают разные, мы производим борта разной толщины. Для небольших букв 8-20 см можно использовать борт 0,5 мм — это позволит сэ-

кономить. Для крупных конструкций, где важна жесткость, — усиленный вариант — 0,8 мм.

Отдельного внимания заслуживает цветовая гамма наших бортов, которая на сегодня насчитывает 23 цвета. Ознакомиться с ними вы можете у нас на сайте. От определенного объема мы можем изготовить борта в нужный вам RAL (информация у менеджеров). Эту возможность уже оценили производители вывесок, выполняющие заказы для сетевых клиентов, работающие с корпоративными цветами. Алюминиевый борт от «Медстром» можно увидеть на вывесках таких клиентов, как «Магнит», «Пятерочка», «Дикси», гипермаркеты «ДА», «Озон», Wildberries, аптеки





«Вита», «Монетка», «Чижик», «Яндекс маркет», «Вкусно и точка», автосалоны Naval и Tank, FixPrice и др.

Есть еще одна услуга, которую особенно ценят наши клиенты — отмотка борта. Очень часто, для изготовления вывески нужно небольшое количество алюминиевой ленты. Вы можете заказать не всю бухту (100 м), а кратно 25 метрам (25м, 50м, 75м). Не нужно переплачивать и хранить лишнее на складе. Особенно, если это редкие цвета.

Комплексное обеспечение: все необходимое в одном месте

Мы знаем, что производство рекламы — это не только алюминиевые борты и ALS-профиль. Поэтому, мы постоянно расширяем ассортимент сопутствующих товаров. Теперь в одном заказе вы можете получить всё: от клеев, скотчей и герметиков до соединительных клемм, и упаковки. Просто соберите свою корзину и сосредоточьтесь на работе.



Логистика как компонент бизнеса

В рекламном бизнесе промедление стоит дорого. Поэтому мы выстроили логистику, которая работает как швейцарские часы.

Для московских клиентов — экспресс-доставка в течение часа после подтверждения оплаты.

Для регионов — доставку осуществляют наши надежные партнеры: «Деловые Линии», «Возовоз», «Байкал-Сервис», ПЭК.

Что нас действительно отличает? Мы сделали сотрудничество максимально простым и выгодным. Наши специалисты всегда готовы помочь с подбором материалов и поделиться полезными советами. А чтобы вы тратили меньше времени на заказ, мы внедряем на сайт ИИ помощника — он в режиме диалога поможет выбрать товар и сразу добавить его в корзину.

Не просто поставщик, а надежный партнер!

Сегодня «Медстром» — это значительно больше, чем просто поставщик материалов. Это надежный технологический партнер, который предлагает производителям рекламы комплексные, продуманные решения для проектов любой сложности.

Компания не стоит на месте, а продолжает развиваться и совершенствовать свои услуги, следуя принципу: качество продукции и сервиса должно быть таким, чтобы оно не нуждалось в дополнительной рекламе. Доверие клиентов, которое «Медстром» зарабатывал годами работы, является лучшим доказательством того, что этот принцип успешно реализуется на практике.

реклама



<https://allenta.ru/>

От раскроя до лазера: комплексные решения для производства рекламы и стендов

Современный рынок наружной рекламы и выставочных конструкций диктует свои правила. Клиенты ждут не просто быстрого исполнения, а сложных, инновационных решений. Конкуренция заставляет искать способы снижать издержки, не жертвуя качеством. В этих условиях побеждает тот, кто делает ставку на современные технологии.

ООО «Компания Интервесп» является признанным экспертом в области комплексного оснащения производственных предприятий. Мы хорошо понимаем вызовы, с которыми ежедневно сталкивается производитель. Наше решение — это высокотехнологичные станки, которые трансформируют традиционные процессы, превращая сложные задачи в простые и автоматизированные операции.

Форматно-раскроечные станки

Когда готов проект и чертеж, настает этап производства — приходит время форматно-раскроечного станка. Именно с него начинается воплощение идеи в жизнь. От точности и качества этой операции напрямую зависит результат: идеаль-

ная стыковка деталей стенда, безупречный вид облицованной кромки и, что важно, эффективное использование дорогостоящих материалов. Современные станки, представленные в нашем каталоге, оснащены системами цифровой индикации положения упоров и пильных агрегатов, которые недавно считались премиальными, а теперь стали новым стандартом точности. Это означает абсолютно ровный рез без сколов даже на самых капризных материалах: ламинированном ДСП, многослойном МДФ и акриле. Но главная экономия кроется в оптимизации раскроя.

Специализированное программное обеспечение позволяет эффективно разложить макет на листе, значительно снижая расход материала. В условиях растущих цен на сырье это не просто оптимизация, а

прямой вклад в вашу прибыль с каждого листа. Ручная разметка и постоянные перенастройки уходят в прошлое. Мы предлагаем решения, оснащенные автоматическими упорами и системами позиционирования, которые управляются с центрального пульта. Это позволяет увеличить реальное машинное время на 20-30%, выполняя больше заказов в сжатые сроки. Интерфейс управления станком понятен и не требует высокой квалификации от работника, занимающегося раскроем.

Простой в производстве — это прямые убытки. Поэтому при подборе оборудования мы делаем акцент на надежность ключевых компонентов и продуманность конструкции. Станки, которые мы предлагаем, спроектированы для интенсивной эксплуатации: их механизмы защищены от загрязнения пылью, а органы управления вынесены в удобные зоны, что упрощает обслуживание и продлевает ресурс оборудования. Форматно-раскроечные станки представлены брендами ALTESA (совместный итало-китайский бренд, специализирующийся на тяжелом оборудовании для раскроя больших листов), HCM (китайская компания выпускающая легкие форматно-раскроечные станки), HOLD (лидер рынка про которого мы расскажем ниже).

Сверльно-присадочные станки

Сборка сложных выставочных стендов и рекламных конструкций требует безуп-





речной точности. Именно здесь сверлильно-присадочные станки раскрывают свой полный потенциал, превращая сборку из трудоемкого процесса в быструю и точную операцию. В отличие от ручной дрели, где 60% времени уходит на разметку, наш станок выполняет десятки идеальных отверстий под крепеж, конфирматы и фурнитуру за один проход. Многошпиндельная головка и пневмопривод обеспечивают юве-

лирную точность, критически важную для скрытого монтажа и идеальной стыковки всех деталей.

Электронные индикаторы и упоры позволяют оператору мгновенно перенастраивать станок под новые задачи, сокращая простои. Инвестиция в сверлильно-присадочный станок от ООО «Компания Интервесп» — это гарантия того, что даже самые сложные проекты будут собираться

быстро, качественно и без ошибок. Сверлильно-присадочные станки представлены брендами AES, HOLD (станки с чпу и позиционные), HCM (станки начального уровня), MAGGI (итальянские станки премиального качества).

Кромкооблицовочные станки

В производстве рекламы и выставочных стендов именно детали создают общее впечатление. Идеально обработанная кромка — это визитная карточка качества, которая отличает продукцию премиум-класса. Сегодня ручная оклейка утюгом морально устарела, уступая место автоматическим кромкооблицовочным станкам. Оборудование от ООО «Компания Интервесп» выполняет полный цикл операций за один проход: нанесение клея, точная подрезка, закругление и финишная полировка. Это гарантирует безупречное прилегание кромки ПВХ, АБС или меламин. Узел прифуговки устраняет малейшие неровности, создавая монолитную поверхность. Инвестируя в автоматическую кромкооблицовку, вы не просто покупаете станок — вы приобретаете репутацию бренда, который ценит безупречность каждой детали. Кромкооблицовочные станки представлены брендами Italmac (надежный итальянский бренд), BJD, ALTESA, HCM, HOLD.



Обрабатывающие центры с ЧПУ

Когда речь заходит о создании сложных объемных элементов, рельефных панелей и уникальных конструкций, ничто не сравнится с возможностями обрабатывающих центров с ЧПУ. В производстве наружной рекламы и выставочных стендов это ваш ключ к созданию продукции, которая действительно выделяется. В отличие от стандартных фрезерных станков, обрабатывающие центры от ООО «Компания Интервесп» оснащены автоматической сменой инструмента, что позволяет выполнять полный цикл операций — фрезеровку, сверление, гравировку — без участия оператора.

Наше оборудование превращает цифровой макет в идеальную физическую форму с ювелирной точностью. Вы можете создавать сложные 3D-логотипы, фигурные элементы стендов, перфорированные панели и объемные буквы с безупречным качеством поверхности. Любые формы вплоть до барельефов покорятся вам. Обрабатывающие центры представлены брендами HOLD, AES, HCM (фрезерные станки начального уровня), Winner (фрезеры профессионального уровня).

Листогибочные прессы

В производстве металлических элементов для рекламы и стендов листогибочный



пресс становится незаменимым инструментом для создания сложных и точных профилей. Это ключевое оборудование для изготовления корпусов световых коробов, несущих конструкций рекламных стоек и различных элементов крепления. Современные листогибочные прессы с ЧПУ от ООО «Компания Интервесп» обеспечивают безупречную точность гибки, исключая деформации и повреждения защитного покрытия материалов. Система числового программного управления позволяет создавать сложные многопрофильные изделия с строго выдержанными углами, значительно расширяя ваши конструкторские возможности.

Листогибы представлены брендами Ermaksan, Bomei.

Лазерная резка

В производстве современных рекламных конструкций и выставочных стендов лазерные технологии открывают новые горизонты возможностей. Оптоволоконные лазерные резаки от ООО «Компания Интервесп» представляют собой квинтэссенцию точности и эффективности при работе с различными материалами. Это оборудование идеально подходит для раскроя металлических листов и труб. Ключевое преимущество наших лазерных резаков — безупречное качество реза. Технология позволяет справляться со сложными контурами и мелкими элементами, будь то ажурные узоры или точные геометрические формы, при необходимости позволяя создавать уникальную и запоминающуюся сувенирную продукцию. Лазерные резаки легко интегрируются в существующие производственные цепочки и отличаются минимальными требованиями к обслуживанию. Станки лазерной резки представлены брендами INTERLASER, OREE LASER.

Аппараты лазерной сварки

Завершающим элементом современного производства металлоконструкций являются аппараты лазерной сварки от ООО «Компания Интервесп». Это оборудование идеально дополняет возможности лазерных резаков, создавая полный производственный цикл обработки металлов.

Основное преимущество лазерной сварки — возможность создания высокопрочных соединений с минимальной зоной тер-





ует пятнадцать сервисных центров Ermaksan. Компания OREE LASER занимает лидирующие строчки по соотношению цены и качества среди станков лазерной резки и лазерной сварки. Компания поставляет оборудование в 180 стран, занимая ТОП-5 позиций в рейтингах лазерного оборудования в Европе и Азии. Оборудование OREE используется на таких предприятиях как BMW и Siemens. В 2023 году в Мюнхене на выставке LASER World of PHOTONICS компания получила премию «Лучший инновационный продукт». Ежегодно OREE наращивает производство на четверть от общего объема, стремясь насытить рынок, ожидающий ее инновационное оборудование.

мического воздействия. Швы получаются аккуратными, почти невидимыми и не требуют трудоемкой шлифовки после сварки.

Технология лазерной сварки демонстрирует исключительные результаты при работе с нержавеющей сталью, алюминием и другими цветными металлами. Скорость процесса в 2-3 раза превышает традиционные методы, что значительно сокращает общее время производства.

Лазерная сварка представлена брендами OREE LASER, I-Weld.

Про бренды

Ключевой вопрос как разобраться в обилии брендов и моделей ассортимента. ООО «Компания Интервесп» сотрудничает с самыми высокотехнологичными брендами, которые можно доставить в РФ.

Для форматно-раскроечных, кромко-облицовочных и сверлильно-присадочных станков лидером рынка является компания HOLD Machinery. С 2016 года HOLD экспортирует станки из Китая и прочно заняла лидирующие позиции станков с ЧПУ для мебельной промышленности. За это время было зарегистрировано более 200 патентов на изобретения и промышленные образцы. Станки используются в Германии, Испании, Италии, более чем в 50 странах мира. HOLD предоставляет полный цикл поддержки и глобальную сеть сервиса. Лучшие обрабатывающие центры с ЧПУ представлены турецким производителем AES Group. AES — это шесть фабрик, где осуществляется замкнутый цикл производства, от исследований и проекти-

рования оборудования, до сборки и тестирования. Компания собрала множество сертификатов качества, международных и европейских, что позволяет продавать оборудование более чем в пятнадцать стран по всему миру. AES предоставляет не просто оборудование, а адаптивное решение под каждую страну, в которую экспортирует станки. Все ПО переведено на язык страны импортера, есть интеграции с платформами Industry 4.0. Среди производителей листогибов выделяется турецкий производитель Ermaksan. Огромный завод площадью 80 000 квадратных метров, выпускающий три тысячи станков в год, экспортирует продукцию в семьдесят стран на каждом континенте. У Ermaksan есть своя академия, которая обучает более двух тысяч операторов в год. В России существ-

В завершении

Современное производство наружной рекламы и выставочных стендов переживает технологическую революцию. Сегодня успех в бизнесе определяет не только креативная идея, но и возможности оборудования, способного воплотить её в жизнь с безупречным качеством и максимальной эффективностью. ООО «Компания Интервесп» предлагает комплексные решения, которые становятся вашим стратегическим преимуществом в условиях растущей конкуренции. Ваш бизнес готов к переходу на новый уровень? Свяжитесь с нами для бесплатной консультации и расчета эффективности внедрения оборудования именно под ваши задачи. Вместе мы создадим современное производство уже сегодня.



ELFLED NEXT:

модули, которые окупают себя за счет экономии

Новая эра пришла! Компания СТМ объявила о старте продаж новой серии модулей NEXT с рекордной энергоэффективностью 180 лм/Вт. Это не просто апгрейд — NEXT меняет правила игры!



В условиях постоянного роста тарифов на электроэнергию каждый владелец бизнеса ищет способы сократить издержки. Часто взгляд падает на аренду, закупки, логистику. А между тем, один из самых очевидных источников экономии буквально светит вам в лицо — это световая вывеска. Что если бы вывеска не просто потребляла ресурсы, а была инструментом экономии? Теперь это возможно.

Представляем новую серию светодиодных модулей ELFLED NEXT с рекордной энергоэффективностью 180 лм/Вт. И этот факт позволяет перевести разговор с клиентами с темы расходов на тему выгодных инвестиций.

Прямой экономический эффект. От абстрактных цифр к реальной прибыли

Эффективность 180 лм/Вт — это не просто красивая цифра в техническом паспорте. Этот параметр означает сколько света мы получаем за 1 ватт электроэнер-

гии, при этом другая часть энергии в большей степени расходуется на выделение тепла. Давайте переведем что это означает на языке финансов для конечных. Рассмотрим два примера.

Пример 1. Небольшая вывеска (кафе, салон красоты, магазин у дома)

- Площадь подсветки: 3 кв.м
- Бюджетные модули (100 лм/Вт): потребляемая мощность ~585 Вт.
- Стандартные модули (130 лм/Вт): потребляемая мощность ~450 Вт.
- ELFLED NEXT (180 лм/Вт): для той же яркости потребляет ~325 Вт.

Пример 2. Крупная вывеска (торговый центр, крышная установка)

- Площадь подсветки: 15 кв.м
- Бюджетные модули (100 лм/Вт): потребляемая мощность ~2925 Вт.
- Стандартные модули (130 лм/Вт): потребляемая мощность ~2250 Вт.
- ELFLED NEXT (180 лм/Вт): потребляет ~1625 Вт.

Большинство вывесок работает в режиме 12 часов в день. Посчитаем экономию за 1 и за 3 года при стоимости электроэнергии 8 руб. за кВт/ч, сведя данные в таблицу (см. справа).

Разница между бюджетными и современными модулями — это не просто переплата за бренд, а реальные деньги, которые бизнес продолжает терять каждый день, впустую тратя энергию на нагрев атмосферы. ELFLED NEXT начинает себя окупать сразу с первого дня работы вывески, в итоге полностью возвращая затраты.

И не забываем, что с новыми модулями вам надо в 2 раза меньше блоков питания. Это меньше коммутации и меньше вероятность выхода вывески из строя.

Новая ценность и аргумент для продаж ELFLED NEXT конечным клиентам

Серия NEXT позволяет значительно усилить любое коммерческое предложение за счет сочетания технического превосходства и высокой надежности, которая выражается в гарантии 5 лет.

Это может помочь вам не только в привлечении новых клиентов, но и в стимулировании текущих клиентов заменить устаревшие вывески. Просто покажите сравнительные расчеты в формате «было/стало» по энергопотреблению, по яркости, по дизайну. Это подтолкнет рынок на апгрейд текущих вывесок, что в условиях замедления запусков новых объектов поможет не снижать объемы производства.



Серия NEXT

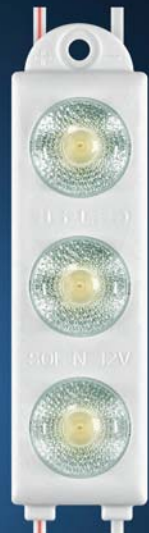
Энергоэффективные модули

180 лм/Вт

Цвета свечения:

Тёплый 2500-3500 К
Нейтральный 4000-4500 К
Белый 7000-8000 К
Холодный 11000-12000 К



Модель	SN-DOT	SOL NEXT 1	SOL NEXT 2	SOL NEXT 3
Тип и количество светодиодов, шт.	SMD 2835 / 1	SMD 2835 / 1	SMD 2835 / 2	SMD 2835 / 3
Напряжение питания, В	12	12	12	12
Мощность, Вт	0.26	0.38	0.77	1.16
Световой поток, лм	45	70	140	210
Глубина расположения, мм (мин. / макс.)	40 / 70	60 / 100	70 / 130	80 / 170
Макс. модулей, шт. (в линии / кольце)	50 / 100	20 / 40	20 / 40	10 / 20
Гарантия, лет	5	5	5	5

Как выбрать модули ELFLED NEXT для вашего проекта

Шаг 1. Определите необходимую яркость для вашего проекта

- Неяркие (~2 000 лм): эконом-сегмент, спальные районы
- Стандартные (~3000 лм): сетевые клиенты, крышные установки, большие по высоте и площади вывески
- Высокая яркость (>5000 лм): внутренние вывески в ТЦ, центральные пешеходные улицы, топовые бренды

Шаг 2. Подберите тип модуля, который вам подходит, исходя из яркости, глубины монтажа, ширины шрифта и площади засветки

- NEXT DOT: минимальный размер в своем классе
- NEXT 1: для небольших надписей и малых глубин монтажа
- NEXT 2: топ продаж. Универсальное решение для всех случаев
- NEXT 3: для больших вывесок

Шаг 3. Сделайте быстрый расчет вывески в системе ELFWIZARD. На разных вариантах модулей.

Используйте таблицу выше, чтобы показать клиенту конкретные цифры экономии для его проекта. Не стесняйтесь делать для клиентов больше вариантов с разной подсветкой. Пока ваш конкурент делает один вариант, вы можете предложить 5 вариантов от самого доступного — до премиального, при этом показав выгоду от топовой подсветки такие как:

- Высокая яркость вывески привлекает больше внимания
- Стабильная яркость без деградации даже через 5 лет эксплуатации
- Экономия до 45% на электроэнергии vs стандартные модули
- Срок службы 100 000 часов против 30-50 тыс. у бюджетных аналогов
- Снижение нагрузки на кондиционирование помещений за счет минимального тепловыделения
- Гарантия 5 лет

Почему ELFLED NEXT — это новый стандарт рынка

Новая серия NEXT уже в своем названии содержит код, который мотивирует заглянуть за пределы существующих правил и привычек. Мир поменялся и технологии развиваются вместе с нами. Мы с вами не должны стоять на месте и упускать новые возможности. Компания STM всегда остается вашим надежным партнером.

Выбор между бюджетными и инновационными модулями — это выбор между постоянными скрытыми расходами и долгосрочной прибылью. ELFLED NEXT — это не статья расходов, а актив, который начинает приносить доход с первого дня работы. Выберите вывеску, которая платит за себя, а не стоит вам денег.

ELFLED — светодиодные технологии для вашего комфорта!
8-800-333-2705 elf@stm-ru.ru

ELFLED

Гибридная печать без компромиссов: как G!Digital решает дилемму между рулонами и листами

Компания «РУССКОМ» представила в своём демо-зале новую линейку гибридных УФ-принтеров G!Digital серии HUV, которая позволяет работать как с рулонными, так и с листовыми материалами без переоснащения. Модели с шириной печати 2 и 3,2 метра оснащены головками Epson i3200 и системой MagLev — технологиями, которые ставят оборудование в один ряд с премиальными решениями при существенно более доступной цене. О том, как удалось совместить универсальность с производительностью и почему обслуживание стало проще, чем у настольных принтеров, рассказывают технические специалисты компании.



Гибридная архитектура: два принтера в одном без переключений

Линейка G!Digital HUV представлена двумя моделями — HUV-2000S с шириной печати 2 метра и старшей моделью на 3,2 метра. Обе машины построены на единой платформе, которая изначально проектировалась как универсальное решение для работы с любыми типами носителей. Максимальная ширина рулонного материала составляет 2090 мм для младшей модели

— это фактический эквивалент ширины транспортировочной ленты, которая отвечает за подачу. Листовые материалы могут быть ещё шире благодаря увеличенной площади вакуумного стола.

Ключевое отличие гибридных станков G!Digital от традиционных рулонных или планшетных решений — отсутствие необходимости в переоснащении при смене типа материала. Вакуумный стол с пятью независимыми зонами фиксации обеспечивает надёжный прижим как тонких рулонных материалов, так и листов толщиной

до 38 мм. Управление зонами осуществляется отдельными клавишами на панели — каждая зона покрывает около 40 сантиметров рабочей области, что позволяет экономить энергию при работе с узкими материалами.

Для работы с листовыми материалами предусмотрены пневматические валы спереди и сзади принтера. Они поднимаются и опускаются за счёт пневматики от отдельного компрессора, входящего в комплект поставки. При работе с рулонами валы находятся в верхнем положении, материал фиксируется только вакуумом. Для подачи тяжёлых листов валы опускаются и обеспечивают дополнительный прижим. В комплекте также поставляются приставные столы, которые устанавливаются на одном уровне с принтером спереди и сзади для удобной подачи крупноформатных листов.

Особое внимание уделено позиционированию листовых материалов. Поскольку здесь нет направляющих планшетного стола, инженеры разработали систему упоров и ограничителей. Два боковых элемента служат ограничителями при подаче, не давая материалу смещаться влево или вправо. Регулируемые упоры создают угловые направляющие с двух сторон — ма-

териал выравнивается по ним, затем упоры убираются, и начинается печать. Минимальная длина листового материала определяется расстоянием между пневмовалами — около 80 сантиметров.

«Принципиальное отличие гибридных станков — универсальность, поскольку можно работать как с рулонами, так и с листовыми материалами. Переключение осуществляется за счёт отдельных клавиш управления вакуумными зонами. На данной модели пять зон вакуума, каждая почти по 40 сантиметров. В зависимости от участка, где находится материал, мы задействуем нужные зоны для надёжного прижима. Максимальная толщина материала 38 мм — это ограничение связано с высотой подъёма пневмочапанов», — технический консультант компании «РУССКОМ» Максим Бардашев объясняет особенности конструкции.

кий СМΥК, СМΥК с белым, СМΥК с белым и лаком, а также конфигурации с праймером для сложных материалов.

Революционное решение — система линейного электромагнитного привода MagLev, которая идёт как опция к базовой ременной передаче. Технология обеспечивает абсолютно плавное перемещение каретки без вибраций, характерных для ременных систем. Отсутствие механических элементов — ремней, шкивов, подшипников — исключает их износ и необходимость замены. Скорость печати с MagLev увеличивается минимум на 20% благодаря возможности быстрого разгона и торможения каретки. При этом точность позиционирования повышается, что особенно важно при печати в высоком разрешении.

Система подачи чернил продумана до мелочей. Каждый сабтанк оснащён индивидуальным нагревательным элементом с

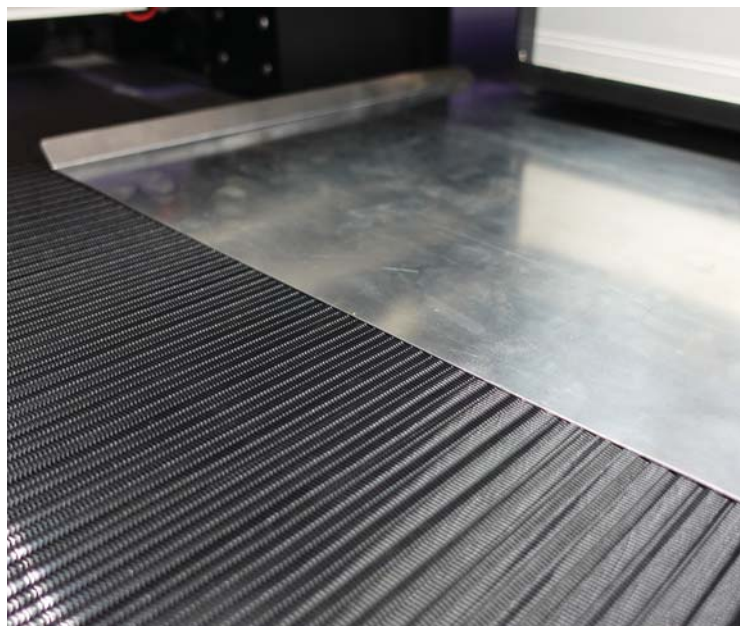
цветом и лаком. Разделение обусловлено различной вязкостью чернил и, соответственно, разным давлением, необходимым для удержания чернил в головке. Контроллеры управления расположены по бокам каретки для удобного мониторинга и настройки. Для белых чернил предусмотрена система циркуляции — специальная помпа периодически прокачивает чернила от основного танка до сабтанка и обратно, предотвращая выпадение пигмента в осадок при простоях.

Революция в обслуживании: открытая парковка против традиционных капов

Инженеры G!Digital отказались от классической системы парковки с капками в пользу открытой подвесной станции. Головки в домашнем положении находят-



Система упоров позволяет положить лист ровно без перекосов и смещения.



С помощью специальных прижимов можно выравнивать неровные края полотен.

Техническое оснащение: от MagLev до двойного негативного давления

Сердце принтера — печатающие головки Epson i3200 в ультрафиолетовой модификации. Базовая комплектация включает четыре головки, но конструкция каретки позволяет установить три, четыре или восемь головок в зависимости от задач и бюджета. Конфигурация определяется при заказе и собирается на заводе. Доступны различные цветовые схемы: классичес-

возможностью установки разной температуры для каждого цвета. Это критично, поскольку белые чернила имеют большую вязкость, чем СМΥК. Площадка каретки также подогревается для поддержания заданной температуры. Реализована двухступенчатая фильтрация: сначала через 5-микронные капсульные фильтры в системе подачи, затем через 10-микронные фильтры после сабтанков.

Уникальное решение — две независимые системы негативного давления. Одна работает с белыми чернилами, другая — с

ся над специальной решёткой в виде сот, под которой расположен поддон для сбора отработанных чернил. Это решение кардинально упрощает обслуживание и снижает расход чернил на технологические операции.

Процедура чистки занимает буквально пару минут. Оператор отключает негативное давление специальной клавишей — чернила под собственным весом выдавливаются из дюз небольшими каплями. Затем головки протираются безворсовой салфеткой или специальным скребком из



Краска не распыляется благодаря сетке над сливным корытом.



Благодаря многослойной печати можно создавать объем даже на рулонных материалах

комплекта. При этом расходуется минимальное количество чернил — в разы меньше, чем при автоматической прокачке в традиционных системах. Одновременно с чисткой головок происходит очистка нижней части каретки, что поддерживает всю систему в идеальном состоянии.

Сотовая решётка решает критическую проблему чернильной пыли. При стандартном расстоянии между головкой и поддоном чернила при сплёвывании превращаются в аэрозоль, который оседает на механизмах и может вывести из строя энкодерные ленты. Здесь расстояние до решётки всего 10 мм — чернильная пыль образуется внутри сот и оседает на решётке, не попадая на критичные узлы. В режиме ожидания принтер периодически сплёвывает микродозы чернил для предотвращения застоя в каналах.

Под решёткой можно разместить ветошь для впитывания чернил или подключить дренажную трубку для отвода в от-

дельную ёмкость. При интенсивной эксплуатации ветошь меняется раз в 2-3 дня, при умеренной — раз в две недели. Кроме того необходима процедура прочистки каналов от смешивания цветов — в программе есть автоматическая функция, которая прокачивает каждый канал отдельно.

«Головки находятся в подвешенном состоянии, не паркуются на каплы. Это даёт простоту чистки и обслуживания. При отключении давления чернила вытекают из головок каплями, после чего вы протираете их салфеткой — чистка занимает пару минут без пролива огромного количества чернил. Решётка в виде сот на расстоянии 10 мм от головок решает проблему чернильной пыли — она образуется внутри сот и не попадает на механизмы. Обслужить этот принтер проще и быстрее, чем маленький рулонный станок», — описывает преимущества системы технический консультант.

Универсальность применения: от фресок до многорулонной печати

Гибридная конструкция G!Digital открывает возможности, недоступные некоторым специализированным машинам. Одна из них — одновременная печать на нескольких узких рулонах. Благодаря системе заправки можно установить сзади пять роликов узкого материала, заправить их параллельно и печатать одновременно. В программе управления раскладываются отдельные области печати с совмещением по каждому материалу, начальные точки выставляются по линейке.

G!Digital HUV позволяет печатать на фресках — материале с агрессивной поверхностью, который часто приводит к повреждению головок на традиционных рулонных принтерах. Вакуумный прижим обеспечивает стабильную фиксацию толстого фактурного материала, а регулируемая высота каретки до 50 мм позволяет работать с рельефными поверхностями без риска зацепов.

Иногда рулонные материалы приходят с деформированными краями. Для этого случая в принтере разработаны магнитные прижимные пластины, которые фиксируют края, не мешая движению каретки.

Встроенный щуп автоматически измеряет толщину материала в заданной точке. Электромагнитный соленоид опускает щуп, система определяет высоту и автоматически корректирует параметры печати. Это исключает необходимость постоянной калибровки двунаправленной печати при смене материалов — все настройки сохраняются в профилях.

Программное обеспечение поддерживает все возможности УФ-печати: создание объёмных изображений с использованием белого и лака, печать шрифтов Брайля, реверсивная печать на прозрачных материалах. Светодиодные УФ-лампы с водяным охлаждением расположены по бокам каретки, чиллер встроен в корпус принтера. Ионизаторы снимают статическое электричество с поверхности материала, что особенно важно при работе с пластиками.

«Для фресок наше гибридное оборудование подходит идеально — вакуумный прижим, регулируемая высота головок до 50 мм, никаких зацепов. Реализуются все задачи планшетного принтера: объёмные

изображения, шрифты Брайля, печать белым и лаком одновременно, реверсивная печать на стекле», — раскрывает возможности применения ведущий менеджер компании «РУССКОМ» Грант Коштойян.

Экономика и позиционирование: премиальные технологии по доступной цене

G!Digital занимает уникальную нишу на рынке — оборудование с характеристиками премиум-класса по цене среднего сегмента. По словам Гранта Коштойяна стоимость гибридного принтера с опцией MagLev оказывается ниже, чем у некоторых специализированных рулонных машин известных брендов, при этом функционал значительно шире, а качество печати не уступает топовым решениям.

Экономика обслуживания выглядит привлекательно. Расход чернил на технологические операции минимален благодаря открытой системе парковки — в разы меньше, чем у принтеров с автоматичес-

кой прокачкой. Основные расходные материалы: капсульные фильтры (замена раз в год), воздушные фильтры системы негативного давления, вода в чиллере (замена раз в два месяца). При использовании MagLev исключаются затраты на ремни, шкивы и подшипники. Сабтанки — ресурсный элемент, но срок их службы измеряется годами.

Целевая аудитория гибридных принтеров G!Digital серии HUV — рекламно-производственные компании, которым нужна универсальность без компромиссов в качестве. Это типографии, работающие с разнообразными заказами — от баннеров до эксклюзивной интерьерной печати, производства, специализирующиеся на нестандартных материалах, компании, планирующие расширение спектра услуг без покупки нескольких специализированных машин.

Срок поставки составляет от двух до трёх месяцев в зависимости от конфигурации и загрузки производства. Гарантия стандартная — один год с возможностью

продления. Все узлы, требующие обслуживания, находятся в свободном доступе — не нужно ничего откручивать, достаточно открыть крышку. Системы охлаждения установлены во всех критичных зонах: в блоке подачи чернил, в электронном отсеке, в системе УФ-сушки.

Линейка гибридных УФ-принтеров G!Digital HUV от компании «РУССКОМ» демонстрирует, что универсальность не обязательно требует компромиссов в качестве или производительности.

Сочетание проверенных головок Epson i3200 с решениями вроде системы MagLev и открытой парковкой печатных головок обеспечивает практичность оборудования.

При этом цена остаётся доступной для среднего сегмента рынка, а простота обслуживания снижает операционные расходы. Для рекламно-производственных компаний, стремящихся расширить спектр услуг без кратного увеличения парка оборудования, G!Digital может стать оптимальным решением.

реклама

<https://www.plotters.ru/>

ГИБРИДНЫЙ УФ-ПРИНТЕР

G!Digital HUV-2000S



Печать высокого качества на широком спектре материалов: акрил, дерево, доска ПВХ, доска КТ, картон, холст, кожа, ковровые покрытия, винил, бумага, полипропиленовый лист, ПВХ, АБС и т.д. Толщина материала — до 5 см.

4 печатающие головки
Epson i3200-U

Скорость печати
до 56 м²/ч

Ширина печати
до 2 м

Цветовая схема
CMYK/CMYK+W/CMYK+W+CL

■ УФ-принтер G!Digital HUV-2000S оборудован двумя системами отрицательного давления и тремя прижимными планками с направляющими для точной печати.

■ Оснащён надёжными комплектующими (Hiwin, Igus, Megadyne) для долговечной эксплуатации.

■ Универсальная конструкция позволяет работать с рулонными и жёсткими материалами.



ГРУППА КОМПАНИЙ РУССКОМ

+7(495)785-58-12
info@plotters.ru
plotters.ru



DOCAN C3200: европейское качество по азиатской цене

Компания DOCAN представила гибридный принтер C3200 — машину, которая производится на том же заводе и по тем же стандартам, что и оборудование для известного бельгийского бренда, но при этом стоит значительно дешевле европейских аналогов. Модель сочетает премиальную комплектацию, инновационные печатающие головы и продуманную эргономику, открывая новые возможности для производств, работающих с высокомаржинальной продукцией.

От контрактного производства к собственному бренду

DOCAN уже несколько лет успешно производит гибридные принтеры для известного бельгийского бренда, поставляя оборудование на европейский. Машины зарекомендовали себя как надежное решение для требовательных европейских клиентов, где стандарты качества и безопасности находятся на максимально высоком уровне. В 2025 году завод получил возможность выпускать аналогичное оборудование под собственным брендом для международного рынка, включая Россию.

Такой переход стал возможен благодаря накопленному опыту и репутации производителя. DOCAN входит в узкий круг заводов, сертифицированных для работы с печатающими головами Kyocera — компанией, которая крайне избирательно подходит к выбору партнеров.

C3200 представляет собой новый класс оборудования в линейке DOCAN. Это не просто расширение модельного ряда, а выход производителя в премиальный сегмент с соответствующим позиционированием. Внешне машина кардинально отличается от классических азиатских принтеров: стеклянный корпус, продуманная эргономика, внимание к деталям дизайна — все это отсылает к европейской школе проектирования промышленного оборудования.

Ключевое преимущество модели — использование комплектующих от ведущих мировых производителей. Практически

все значимые узлы и системы поставляются из Японии или Европы, что обеспечивает высокую надежность и предсказуемость в эксплуатации. При этом производство на китайском заводе позволило существенно снизить цену готового продукта.

Как говорит Александр Татаринов, менеджер компании «Техно-графика», для DOCAN этот принтер — первая собственная премиальная модель, которую завод раньше выпускал для других брендов, а теперь предлагает под своим именем и по справедливой цене для рынка по всему миру. Такое позиционирование открывает доступ к технологиям европейского уров-

ня для более широкого круга производств, которые раньше не могли позволить себе оборудование премиум-класса. Стоимость владения при этом остается конкурентной благодаря отлаженным сервисным процессам и доступности запчастей.

Технические характеристики и комплектация

DOCAN C3200 построен по классической схеме гибридного принтера с шириной печати 3,2 метра. Оборудование работает как с рулонными, так и с листовыми материалами, что делает его универсаль-



ным инструментом для производства разнообразной продукции. Максимальный подъем высоты каретки составляет 50 миллиметров, позволяя печатать на жестких материалах средней толщины без ограничений.

Базовая комплектация включает приставные столы для работы с листовыми материалами и профессиональные системы размотки-смотки для рулонных носителей. В отличие от бюджетных решений с простыми трубами и пластиковыми направляющими, C3200 оснащен активными размотчиками на массивных металлических рамах с собственными двигателями. Эти узлы обеспечивают равномерное натяжение материала на протяжении всего процесса печати, что критично для получения качественного результата на длинных тиражах.

Принтер комплектуется интегрированными компьютерами, установленными с двух сторон машины. Это не просто дополнительные рабочие станции — они встроены в общую систему управления и позволяют контролировать процесс печати с любой стороны оборудования. Такое решение особенно важно при работе с широкими материалами, когда оператору нужно следить за подачей носителя одновременно с нескольких точек.

Управление печатью осуществляется через связку профессионального RIP-софта Caldera и управляющей программы Print Manager. Первый отвечает за обработку файлов и цветоделение, второй — за непосредственное взаимодействие с электроникой принтера, которая используется во всей линейке оборудования DOCAN. Такая комбинация обеспечивает гибкие возможности настройки и быструю интеграцию в существующие производственные процессы.

В качестве чернил используется продукция Fuji Film — проверенное решение, совместимое со всеми типами печатающих голов, доступных для данной модели. Система подачи чернил рассчитана на длительную непрерывную работу без необходимости частого обслуживания, что снижает эксплуатационные расходы и повышает производительность.

Модульная конструкция принтера предусматривает различные конфигурации по типу печатающих голов. Покупатель может выбрать решение на базе Gen 5, Gen

6, Konica или Kyocera в зависимости от требований к производительности, качеству печати и бюджета. Эта гибкость позволяет точно подобрать оборудование под конкретные задачи производства.

Инновационная голова Konica 9888H

На выставке «Реклама» компания «Техно-графика» представит конфигурацию принтера с печатающей головой Konica 9888H — настолько новой разработкой, что официальная информация о ней пока отсутствует даже на сайте производителя Konica Minolta. Эта голова появилась на рынке совсем недавно и представляет собой технологический прорыв в сегменте гибридной печати.

Согласно данным производителя, 9888H — это спаренная конструкция, объединяющая два печатающих модуля в одном корпусе. Такое решение позволило получить быструю двухканальную систему, которая по производительности и качеству печати приближается к головам Kyocera, но при этом значительно доступнее по цене и проще в обслуживании. Голова занимает промежуточную позицию между бюджетными и топовыми решениями, предлагая оптимальное соотношение характеристик.

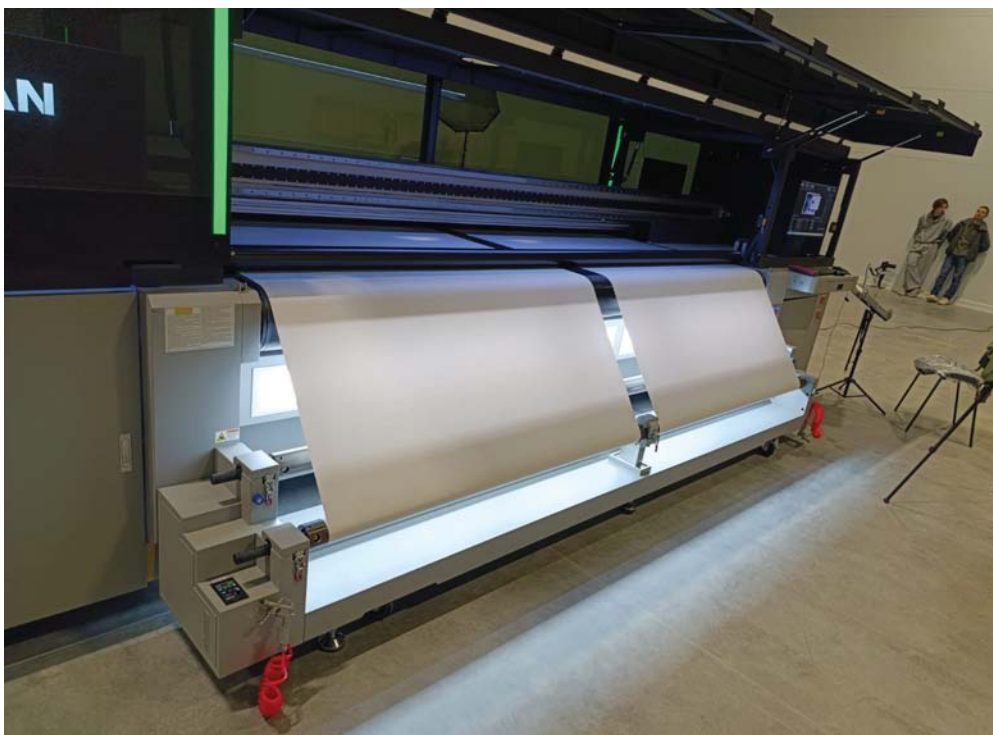
Критически важный аспект — стоимость владения. При выборе печатающей

головы производители часто фокусируются только на производительности и ресурсе работы, забывая о расходах на обслуживание. Регулярная замена фильтров, использование качественных промывочных жидкостей, профилактическая чистка — все это требует времени и денег. Голова Konica 9888H спроектирована с учетом минимизации этих затрат при сохранении высоких эксплуатационных характеристик.

DOCAN получил доступ к этой технологии одним из первых в мире. Серийный номер головы, установленной на тестовом принтере, был 008 — это означает, что завод участвовал в опытной эксплуатации еще на этапе финального тестирования технологии. Такое доверие со стороны Konica подтверждает высокий статус производителя и его технические компетенции.

Использование головы такого уровня открывает новые возможности для печати высокомаржинальной продукции. Качество изображения соответствует требованиям интерьерной печати, производства выставочных стендов, премиальных обоев и других изделий, где важна детализация и цветопередача. При этом скорость работы позволяет выполнять заказы в сжатые сроки без потери качества.

«Мы получаем очень быстрые качественные конфигурации, но при этом стоимость обслуживания головы достаточно низкая. По цене это премиальное оборудо-



вание не поднимется до моделей, которые в Европе стоят более 300 тысяч евро — у нас принтер стоит почти в два раза дешевле», — подчеркивает Александр Татаринов.

Выбор именно этой головы для презентационного образца неслучаен. Она демонстрирует технологический потенциал платформы C3200 и показывает возможности современной гибридной печати. Для рынка это важный сигнал — доступ к передовым технологиям больше не требует космических бюджетов.

Европейская эргономика и безопасность

Одна из ключевых особенностей C3200 — продуманная система безопасности и удобства работы оператора, разработанная с учетом европейских стандартов. В Европе требования к охране труда значительно строже, чем в других регионах, и оборудование должно минимизировать риски для персонала на всех этапах работы. Эти наработки теперь доступны российским производителям.

Пульты управления размещены с обеих сторон принтера — спереди и сзади. Это не дублирование ради дублирования, а продуманное решение для конкретных рабочих ситуаций. При загрузке широких материалов оператору необходимо контролировать подачу носителя, следить за

правильностью заправки в систему подачи и проверять натяжение. Возможность управлять машиной с любой стороны исключает необходимость бегать вокруг принтера в процессе настройки.

Дополнительно предусмотрен выносной пульт на кабеле. Он позволяет управлять печатью, находясь на безопасном расстоянии от зоны с движущимися частями. Это особенно важно при работе с крупноформатными жесткими материалами, когда оператору нужно находиться рядом с областью подачи, но при этом иметь возможность мгновенно остановить процесс в случае возникновения проблемы.

Конструкция станины и расположение направляющих элементов исключают необходимость приближаться к опасным зонам во время работы принтера. Все тяжелые движущиеся детали закрыты или расположены так, чтобы минимизировать риск травм. При этом доступ к узлам для обслуживания остается простым и логичным — не требуется разбирать половину принтера для выполнения рутинных операций.

Стекланный корпус не только придает машине премиальный внешний вид, но и выполняет практическую функцию. Оператор видит процесс печати на всех этапах, может оценить качество изображения без остановки работы, заметить возможные проблемы на ранней стадии. Прозрачность конструкции упрощает обучение но-

вых сотрудников — они видят, как работают все узлы и системы.

Внимание к деталям проявляется и в выборе электрокомплектующих. Используются автоматы защиты и реле от ведущих европейских производителей типа Schneider Electric. Они обеспечивают стабильную работу электроники и защиту от перегрузок, что критично для оборудования такого класса. Качественная элементная база снижает вероятность простоев из-за отказов электрики.

Целевая аудитория и условия приобретения

Гибридный УФ-принтер DOCAN C3200 позиционируется как решение для производств, которые работают с высокомаржинальной продукцией и понимают ценность комплексного технологического решения. Это не принтер для массовой печати баннеров или простой наружной рекламы — его потенциал раскрывается при производстве интерьерных обоев, выставочных стендов, декоративных элементов для оформления пространств и другой продукции, где важны качество и точность цветопередачи.

Оптимальный покупатель — производство с опытом работы на гибридном оборудовании или компания с развитым парком техники, которая понимает, куда интегрировать новую машину. Оборудование такого класса требует профессионального подхода к эксплуатации и обслуживанию. Это не вариант для запуска производства с нуля без соответствующей экспертизы, хотя при правильной поддержке и такие проекты возможны.

Компания «Техно-графика» предлагает комплексное решение под ключ. В стоимость включена доставка, пусконаладочные работы, обучение операторов и первичная интеграция в производственный процесс клиента. Поставщик берет на себя подбор всей необходимой периферии — от дополнительных столов до систем вентиляции, что избавляет покупателя от необходимости самостоятельно решать эти вопросы.

Учитывая стоимость оборудования, разработана специальная программа финансирования через «Альфа-Лизинг». Это не стандартный лизинговый продукт, а программа, созданная специально для



C3200 при участии самого производителя DOCAN. Завод предоставляет финансовым организациям гарантии качества и поддержки, что позволяет предложить более выгодные условия финансирования по сравнению с обычным оборудованием.

Гарантия на принтер составляет 24 месяца на все узлы, кроме печатающих голов и чернильного тракта — это стандартная практика для оборудования такого класса на российском рынке. При этом при правильном обслуживании ресурс голов значительно превышает гарантийный период эксплуатации машины.

Предусмотрены сервисные контракты на постгарантийное обслуживание, что обеспечивает предсказуемость затрат на эксплуатацию. Для оборудования премиум-класса это стандартная практика — регулярное профилактическое обслуживание специалистами дистрибьютора продлевает срок службы и сохраняет качество печати на заявленном уровне.

Первая публичная презентация DOCAN C3200 состоится на выставке «Реклама», которая откроется 21 сентября 2025 года. Компания «Техно-графика» начнет подготовку и установку оборудования заранее, что позволит провести полноценную демонстрацию возможностей машины в работе. Посетители выставки смогут увидеть принтер в действии, оценить качество печати и получить консультации по интеграции оборудования в свои производственные процессы.

Новый стандарт доступности

Ключевое преимущество модели — баланс между характеристиками и стоимостью владения. Инновационная печатающая голова Konica 9888H обеспечивает качество печати топового уровня при умеренных затратах на обслуживание. Европейская эргономика и система безопасности делают работу с оборудованием комфортной и предсказуемой. Гибкая конфигурация позволяет адаптировать принтер под конкретные задачи производства.

Для компаний, работающих с высокомаржинальной продукцией, C3200 становится инструментом повышения конкурентоспособности. Возможность печатать интерьерные обои, выставочные стенды и декоративные элементы с качеством, соответствующим европейским стандартам,



Технические характеристики DOCAN C3200

Размеры печатного поля, мм
Возможно оснащение головками

Питание
Рекомендованная влажность
Технология печати
Система закрепления
Управление цветом

RIP
Вес, кг
Система обратного вакуума для печатного стола
Тип чернил
Защита от статического электричества
Система подачи
Разрешение
Поддерживаемые графические форматы
Конфигурация чернил
Размер

Ширина 3200 /Длина без ограничения
Konica 9888H до 15 шт в 3 ряда, Kyocera до 10 шт в 2 ряда, Konica 1024i/a до 28 штук в 4 ряда, Ricoh Gen6 до 24 шт в 6 рядов
1 фаза, 50/60 Гц 220 В(20%)>30 А
40%-60%
Пьезоэлектрическая струйная печать
LEDUV
Поддержка ICC профилей, регулировка плотности цвета
CALDERA
3500

есть, в базовой комплектации
Docan UV ink (Япония)
2 ионизатора на каретке
Конвейер с вакуумным прижимом
до 2400 dpi
TIFF, JPEG, Postscript3 EPS, PDF
До 7 CMYK LC LM W
6м x 1,7м x 1,9м
(6м x 3,1м x 1,9м с приставными столами)

открывает доступ к новым сегментам рынка и более требовательным клиентам.

Комплексный подход к продаже — от специальных программ финансирования до интеграции в производственные процессы — снижает риски и упрощает внедрение оборудования. Покупатель получает готовое решение с прогнозируемыми затратами и понятными перспективами окупаемости. Поддержка на всех этапах эксплуатации обеспечивает стабильность

работы и сохранение качества печати.

DOCAN C3200 доказывает, что современное производство может сочетать азиатскую эффективность с европейским качеством. Это не компромисс, а продуманное решение, основанное на многолетнем опыте контрактного производства для ведущих мировых брендов. Российский рынок получил оборудование, которое меняет представление о доступности премиальных технологий.

3D-линзы возвращаются: как «БИГПРИНТЕР» превращает десятилетний патент в революцию объёмной печати

Десять лет назад специалисты компании «БИГПРИНТЕР» запатентовали технологию печати 3D-линз, которая создаёт объёмные изображения без эффекта преломления. Тогда рынок оказался не готов — не хватало технической базы для автоматизации сложнейших расчётов. Сегодня компания выводит на рынок первый в России принтер с полностью автоматической системой создания объёмных изображений. О том, почему эта технология способна изменить подход к визуальной коммуникации и какие инженерные решения позволили воплотить давнюю идею, рассказывает руководитель компании Аркадий Агамиров.

Технология парящего эффекта: от патента до воплощения

История технологии 3D-линз в компании «БИГПРИНТЕР» началась в 2014 году, когда инженеры разработали и запатентовали метод создания объёмных изображений, принципиально отличающийся от существующих подходов. Долгое время данная технология могла использоваться только высокими профессионалами — технические возможности того периода не позволяли реализовать автоматизацию сложнейших расчётов, необходимых для промышленного производства.

Механика процесса строится на создании оптической иллюзии через многослойную структуру. На прозрачную основу — это может быть акрил, стекло или литой поликарбонат — с одной стороны наносятся микролинзы, расположенные по специально рассчитанному алгоритму. С обратной стороны печатается паттерн — фоновый рисунок, элементы которого могут быть размером всего 0,5 миллиметра. Между паттерном и основным изображе-

нием, которое тоже наносится на заднюю сторону, создаётся белая подложка. Линзы увеличивают паттерн в десятки и сотни раз, формируя иллюзию объёмного фона, расположенного глубоко за основным изображением.

Принципиальное отличие от широко распространённой лентикулярной технологии заключается в характере восприятия объёма. Лентикулярные изображения меняются при движении зрителя — создаётся эффект анимации, смены кадров или псевдообъёма через преломление. Это интересный эффект, но он может утомлять при длительном рассмотрении и не всегда уместен в рекламных материалах, где важна стабильность восприятия. Технология 3D-линз от «БИГПРИНТЕР» сохраняет постоянный объём независимо от угла обзора. Изображение словно парит над поверхностью, создавая глубину без мерцания и изменений. Эта визуальная стабильность делает восприятие комфортным и естественным, позволяет долго удерживать внимание на объекте.

Эффект особенно впечатляет на больших форматах. Принтер с рабочим полем 2?3 метра может создавать масштабные инсталляции, где глубина изображения видна с расстояния в десять метров и более. Причем, общая картина может быть создана из комбинации технологий, усиливая вау-эффект.

Впрочем, линзованная 3D-печать одинаково хорошо работает и на малых форматах — для витринной рекламы, выставочных образцов, презентационных материалов. Глубина остаётся пропорциональной размеру, сохраняя визуальную привлекательность.

Компания долго не могла вывести технологию на рынок именно из-за сложности реализации. Тогда не было технической возможности внедрить систему автоматических расчётов в станки. Сейчас, с развитием собственного программно-аппаратного комплекса, «БИГПРИНТЕР» готов представить полноценное промышленное решение.

«Десять лет назад мы запатентовали печать 3D-линзы. Можно взять любой

прозрачный материал и с помощью лаковой головы нанести с одной стороны по определённому алгоритму линзы, а с обратной стороны — паттерн. Линзы увеличивают этот паттерн в десятки и сотни раз, создают объёмный фон за изображением. Можно получить эффект парящего изображения. Полученные тогда образцы не сохранились — вероятно, их кто-то взял себе домой из-за визуальной привлекательности», — вспоминает историю разработки Аркадий Агамиров.

Российская разработка против европейских аналогов

Технология печати 3D-линз известна в мире уже достаточно давно, особенно во Франции, где по словам Аркадия Агамирова несколько компаний предлагают подобные решения. Теоретическая схема выглядит просто: оператор готовит изображение с выделенным объектом в альфа-канале, создаёт паттерн для заднего фона, загружает всё это в принтер, указывает толщину материала и желаемый эффект глубины. Дальше принтер должен автоматически рассчитать все параметры, управлять лампами сушки, менять высоту печати, наносить слои в правильной последовательности.

На практике всё оказывается значительно сложнее. Для создания качественного объёмного изображения необходимо учесть десятки параметров: точные размеры каждой линзы, их взаимное расположение, расстояние между линзами, угол преломления света, коэффициент преломления конкретного материала, его точную толщину, высоту печати каждого слоя, интенсивность и продолжительность УФ-сушки на каждом этапе, скорость движения каретки, размер капель для разных элементов изображения.

Процесс печати не происходит за один проход. Принтер многократно проезжает по материалу, каждый раз выполняя определённую операцию. Сначала наносится паттерн маленькими каплями фиксированного размера — не переменными, а именно базовыми, чтобы обеспечить однородность при огромном увеличении. Затем печатается основное изображение, потом белая подложка. После этого материал переворачивается, и начинается самый сложный этап — создание линз. Они печат



таются большими каплями в несколько слоёв, причём каждый слой требует особого режима сушки. Лампы должны включаться и выключаться в строго определённые моменты, менять высоту относительно материала, варьировать интенсивность излучения.

Любая ошибка в расчётах или последовательности операций приводит к браку. Если линзы расположены неправильно, изображение будет размытым. Если неверно рассчитана их кривизна — исказится глубина. Ошибка в режиме сушки приведёт к неравномерному отверждению лака и деформации оптических свойств. При этом результат становится виден только после завершения всего цикла печати, который может занимать несколько часов.

Европейские операторы вынуждены методом проб и ошибок подбирать параметры для каждого нового изображения и материала. Это превращается в многодневный процесс экспериментов, где каждая попытка стоит денег — расходуются материалы, краска, время работы оборудования. Даже опытному специалисту требуется два-три дня на настройку печати одного изображения. При смене материала или изменении дизайна процесс начинается заново. Неудивительно, что технология не получила массового распространения — она оказалась экономически нецелесообразной для большинства применений.

Автоматизация и техническое превосходство: как собственная разработка меняет правила игры

«БИГПРИНТЕР» подошёл к решению проблемы комплексно, используя преимущество полного контроля над всей технологической цепочкой. Компания самостоятельно разрабатывает электронику для своих принтеров — платы управления, прошивки, программное обеспечение. Это позволило создать не просто адаптацию существующего оборудования, а полноценный программно-аппаратный комплекс, где технология 3D-линз глубоко интегрирована во все системы управления.

В программу Print Manager (часть системы BPCS — Big Printer Control System) встроен модуль автоматической печати 3D-линз. Это не просто калькулятор параметров, а полноценная система управления всем процессом. Оператору достаточно загрузить изображение с выделенным объектом в альфа-канале, указать точную толщину материала после измерения и выбрать желаемую глубину эффекта. Все остальные операции — расчёт геометрии линз, определение размера паттерна, управление движением каретки, изменение высоты печатающих головок, переключение режимов сушки, контроль последовательности слоёв — система выполняет автоматически.



Российская разработка превосходит европейские аналоги по нескольким ключевым параметрам. Французские системы предлагают фиксированный набор настроек под стандартные толщины материалов — 1,5 мм, 2 мм, 3 мм. При выборе одного из значений система подтягивает заранее заложенные параметры. Проблема в том, что реальная толщина материалов практически всегда отличается от номинальной. Акриловый лист, маркированный как 3 мм, может иметь фактическую толщину от 2,7 до 3,2 мм. Эта разница критична — даже десятые доли миллиметра влияют на фокусировку линз. Изображение получается размытым, глубина искажается, теряется чёткость деталей.

Система «БИГПРИНТЕР» позволяет вводить значения с точностью до сотых долей миллиметра. Оператор измеряет конкретный лист микрометром и вводит реальное значение — 2,78 мм или 3,14 мм. Программа мгновенно пересчитывает все параметры под эту толщину. Результат — идеальная фокусировка и максимальная чёткость изображения.

Второе важнейшее преимущество — учёт коэффициента преломления различных материалов. Стекло, акрил, различные виды поликарбоната имеют разные оптические свойства. Европейские системы используют усреднённые значения, что приводит к компромиссному качеству. БИГПРИНТЕР позволяет создавать детальные профили материалов с точными оптиче-

скими характеристиками. После тестовой печати и подбора оптимальных параметров профиль сохраняется в библиотеке и может использоваться для всех последующих работ.

Техническая реализация базируется на печатающих головках Konica Minolta с каплей 13 пиколитров — проверенное решение с оптимальным балансом скорости и качества. Головки расположены в шахматном порядке, четырёхканальная конструкция обеспечивает гибкость в использовании цветowych схем. В перспективе технология будет адаптирована для 6-пиколитровых головок, что позволит достичь ещё большей детализации паттерна и, соответственно, чёткости объёмного эффекта.

«Мы являемся разработчиками программно-аппаратного комплекса, который включает в себя платы, электронику, прошивки, программу управления. Внедрить алгоритм в чужую программу невозможно — кто допустит? У французов вы задаёте 3 мм, и всё рассчитывается по базовым параметрам. Но вы купили 3 мм, а по факту может быть 2,8. У нас человек может вбить именно 2,7 мм после замера — чёткость будет значительно выше. Коэффициент преломления тоже доступен для настройки. Человек создаёт библиотеку материалов, подбирает под тот материал, который приобрёл, получает более насыщенную, глубокую, объёмную картинку», — детализирует технические преимущества Аркадий Агамиров.

Экономика и творческие аспекты

Патент, действующий ещё десять лет, даёт компании эксклюзивные права на использование технологии 3D-линз в России. Лицензия предоставляется только покупателям принтеров BIGPRINTER и включает два компонента: право использования программного обеспечения с модулем автоматической печати и право производить и продавать продукцию, созданную по запатентованной технологии.

Привязка к оборудованию — не маркетинговый ход, а техническая необходимость. Технология требует глубокой интеграции с системами управления принтера, что невозможно реализовать на стороннем оборудовании. Даже если кто-то попытается воспроизвести технологию на европейских принтерах, это будет не только технически сложно, но и юридически рискованно. Любое несанкционированное использование технологии в России попадает под патентную защиту и влечёт административную ответственность.

Модель монетизации пока окончательно не определена. Компания рассматривает варианты единовременной покупки лицензии при приобретении оборудования, годовой подписки на обновления и поддержку, или комбинированной схемы. Разработка и поддержка технологии требуют постоянных инвестиций, поэтому вероятнее всего будет выбрана модель с регулярными платежами, которая обеспечит непрерывное развитие и совершенствование системы.

Себестоимость печати с использованием 3D-линз превышает традиционную в 3-4 раза. Основной фактор удорожания — время производства. Квадратный метр печатается в четыре раза медленнее из-за технологических ограничений: однонаправленная печать для избежания вибраций, малая скорость для обеспечения точности, многократные проходы для создания многослойной структуры, длительные циклы сушки между слоями. Паттерн, увеличиваемый линзами в сотни раз, не допускает даже минимальных отклонений — любая вибрация или неточность позиционирования становится заметным дефектом.

Высокая себестоимость определяет целевую аудиторию — премиальный сегмент рекламного рынка. Это витрины флагманских магазинов, где важно создать вау-

эффект. Выставочные стенды, где нужно выделиться среди сотен конкурентов. Презентационные материалы для переговоров на высшем уровне. Имиджевая реклама брендов, где эмоциональное воздействие важнее охвата. В этих сегментах дополнительные затраты окупаются качеством контакта с аудиторией, запоминаемостью, конверсией в целевое действие.

Технология накладывает определённые ограничения на дизайн. Оптимальный результат достигается при использовании чистых, контрастных цветов на заднем плане. Рекомендуются монохромные решения или комбинации двух несмешанных цветов. Проблема смесевых цветов связана с огромным увеличением паттерна. При обычной печати смешение красного и синего даёт фиолетовый. Под линзами же становятся видны отдельные точки красного и синего размером в доли миллиметра, увеличенные в сотни раз. Вместо фиолетового фона получается пёстрая мозаика, разрушающая визуальную гармонию.

Масштабирование и стратегия развития: от первого принтера к индустриальной экосистеме

Демонстрация первого принтера с автоматической печатью 3D-линз на ближайшей отраслевой выставке «РЕКЛАМА 2025» — это начало амбициозной программы по созданию нового сегмента рынка. «БИГПРИНТЕР» не ограничивается одной моделью, планируя выстроить целую продуктовую линейку для разных категорий пользователей. Флагманская модель с рабочим полем 2?3 метра ориентирована на крупные производства, выполняющие заказы для оформления торговых центров, выставочных павильонов, P.O.S.-материалов для премиальных брендов.

Параллельно компания видит большой потенциал в компактном оборудовании. Сувенирные машины малого формата откроют технологию для небольших типографий, рекламных агентств, дизайн-студий. Им не нужны промышленные мощности, но есть запрос на эксклюзивную продукцию с высокой добавленной стоимостью. Малоформатные принтеры позволяют создавать премиальную упаковку, эксклюзивные приглашения, сувенирную продукцию.

Развитие функционала — ещё одно направление роста. Сейчас технология позволяет создавать однородный объёмный эффект по всей площади изображения. В перспективе планируется реализация комбинированной печати, где разные зоны изображения будут иметь различную глубину и характер объёма. Можно будет использовать несколько типов линз в одной композиции — крупные для создания глубокого фона, мелкие для детализированных элементов переднего плана. Или применять один паттерн с разными настройками увеличения, создавая многоплановые композиции.

Переход на собственную электронику открывает дополнительные возможности развития. Компания полностью контролирует все процессы в принтере, может оперативно добавлять новые функции, оптимизировать существующие алгоритмы, интегрировать дополнительное оборудование. Уже сейчас по запросам клиентов реализуется управление роботизированными системами подачи материала. В планах — интеграция с системами автоматической резки, ламинирования, упаковки готовой продукции.

Собственная разработка решает и проблему сервисного обслуживания. Владельцы принтеров с электроникой сторонних производителей часто сталкиваются с непонятными ошибками, долгим поиском причин сбоев, зависимостью от зарубежных поставщиков запчастей и специалистов. «БИГПРИНТЕР» может точно диагностировать любую проблему, часто удалённо, быстро поставить необходимые компоненты, обучить местных специалистов обслуживанию. Система собирает детальную статистику работы — что и сколько напечатано, какие режимы использовались, где возникали сбои. Это позволяет предупреждать проблемы, оптимизировать процессы, планировать профилактику.

Стратегия развития будет корректироваться в зависимости от реакции рынка. Если технология найдёт своего потребителя, «БИГПРИНТЕР» готов масштабировать производство, расширять модельный ряд, инвестировать в новые разработки. Потенциальные сферы применения выходят далеко за рамки традиционной рекламы. Это могут быть арт-объекты для галерей и музеев, элементы навигации в общественных пространствах, декоративные

панели для интерьеров. Везде, где важно создать эмоциональный отклик, удержать внимание, выделиться из информационного шума, технология 3D-линз даёт конкурентное преимущество.

«Мы планируем на выставке продемонстрировать первый агрегат с встроенной программой печати 3D-линз. Клиент может докупить эту опцию, она будет активирована, и он сможет производить эффектные рекламные постеры. Это пробный почерк пера, мы построим целую экосистему. Возможно, перейдём к сувенирным машинам небольшого формата. Будут комбинации — часть картинка с одним паттерном и увеличением, другая с другими линзами. Мы планируем развивать проект, добавлять интересные инструменты. Но всё зависит от того, насколько рынок примет технологию», — формулирует видение будущего Аркадий Агамиров.

Технология 3D-линз от «БИГПРИНТЕР» — редкий пример, когда российская компания не адаптирует зарубежные разработки, а предлагает собственное инновационное решение, защищённое патентом. Полная автоматизация всех процессов, возможность точной настройки под любые материалы, глубокая интеграция с собственным программно-аппаратным комплексом — всё это создаёт фундамент для формирования нового направления в индустрии визуальных коммуникаций.

Успех технологии будет определяться готовностью рынка платить премию за уникальный визуальный эффект. Но учитывая растущую конкуренцию за внимание потребителей, снижение эффективности традиционной рекламы, постоянный поиск новых форматов воздействия, у технологии 3D-линз есть все шансы занять свою нишу и со временем стать индустриальным стандартом для премиального сегмента рекламной продукции.



Демонстрация 3D-эффекта

Как печатать на том, на чём раньше не решались

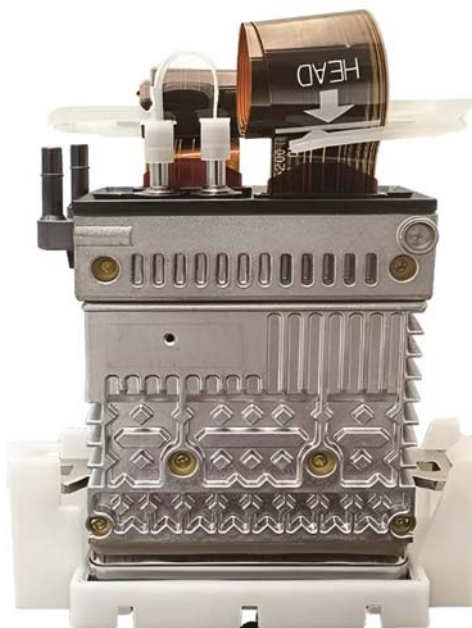
Винные бутылки, термосы, елочные шары — всё, что имеет форму цилиндра или конуса, теперь может стать холстом для вашего творчества. Но главный вопрос не в том, ЧТО печатать, а КАК это делать без головной боли, простоев и бесконечной чистки оборудования? О принтере нового поколения ARTIS F5 CF3R, который обещает решить все классические проблемы печати на сложных формах, мы поговорили с Алексеем Дубинкиным, специалистом компании «Сайн Сервис».



— Алексей, чем ARTIS F5 CF3R принципиально отличается от других принтеров для печати на цилиндрах? Что в нём такого особенного?

— Знаете, ARTIS F5 CF3R — это, по сути, самое совершенное на сегодняшний день решение для печати на цилиндрах и конусах. Когда его разрабатывали, собрали

практически все пожелания, которые годами поступали от пользователей подобного оборудования. Всё, что раздражало, что тормозило работу, что приводило к аварии-



Отпечатки отличаются повышенной износостойкостью к внешним воздействиям — свет, влага, перепады температуры, всё это они выдерживают без проблем. Изделия спокойно переносят транспортировку, складирование и эксплуатацию, при этом качество изображения сохраняется на протяжении всего срока службы.

В производстве этих чернил используются исключительно высококачественные материалы и компоненты, плюс передовые технологии с соблюдением мировых стандартов качества ISO 9001. УФ-чернила Artis уже получили положительные оценки от тысяч компаний-партнеров, имеют все необходимые экологические сертификаты и сертификаты соответствия.

ям — всё это учли и доработали. Главное отличие от аналогов — это целый комплекс новых опций по защите печатающих головок и предотвращению аварийных ситуаций. Ну и, конечно, сами печатающие головы Toshiba CF3R — они обеспечивают действительно высококачественную и при этом скоростную печать. Это не просто улучшение, это качественно другой уровень работы.

— А на каких материалах и поверхностях этот принтер может работать? Есть ли какие-то ограничения?

— Практически на любых цилиндрических или конических изделиях, которые вы можете увидеть на рынке. Бутылки всех видов, стаканы, термосы, винные бутылки, шары, банки — спектр применения очень широкий. Это может быть и пластик, и металл, и стекло. Главное — чтобы форма была цилиндрической или конической. Ограничения минимальные, скорее речь о размерах изделия, но об этом чуть позже расскажу подробнее.

— Что насчет стойкости отпечатков? Ведь сувенирка — это не просто красивая картинка, это изделие, которое будут трогать, мыть, эксплуатировать...

— Абсолютно верно. И здесь ключевую роль играют УФ-чернила Artis. Их главное преимущество — неизменный состав от партии к партии. Это обеспечивает стабильность характеристик и свойств, а значит, вы всегда получаете предсказуемо высокое качество печати.

Особенно хочу отметить, что он отлично справляется с печатью на шарах. Например, при производстве елочных украшений — это очень востребовано, особенно сейчас, в преддверии новогодних праздников. Представьте, какие возможности это открывает для бизнеса!

— У вас есть примеры успешного применения этого принтера? Реальные кейсы?

— За многие годы нашей работы мы запустили большое количество принтеров такого типа у самых разных клиентов. ARTIS F5 CF3R — это обновленная и модернизированная версия, где мы учли абсолютно все пожелания пользователей подобного оборудования, накопленные за эти годы.

Система безопасности получила множество новых полезных опций, что делает работу гораздо более комфортной. А система удаления пыли — это вообще отдельная песня! Она освобождает операторов от частых процедур по очистке печатной зоны, которые раньше отнимали много времени и сил.



**СИСТЕМА ЗАЩИТЫ ОТ
СТОЛКНОВЕНИЯ С МАТЕРИАЛОМ**



АВТОМАТИЧЕСКИЙ ВАЙПЕР



**СИСТЕМА УДАЛЕНИЯ ЧЕРНИЛЬНОЙ
ПЫЛИ ИЗ ЗОНЫ ПЕЧАТИ**



ДАТЧИК УФ-ИЗЛУЧЕНИЯ

— Давайте конкретнее: какие реальные преимущества получает предприятие, которое внедряет этот принтер? Особенно если планируется расширение линейки сувенирки или печать на сложных формах?

— Начну с главного технического преимущества: печатающие головы Toshiba CF3R имеют большую силу выброса капли. Это позволяет печатать на изделиях более сложной формы с большим перепадом высот. То есть то, что раньше было проблематично или вообще невозможно, теперь печатается легко.

На принтере можно установить до 5 современных печатающих голов нового поколения Toshiba CF3R, что позволяет осуществлять печать по заготовкам с высокой скоростью. Эти головы оснащены системой рециркуляции чернил — благодаря этому пигмент в чернилах не оседает, а пузырьки воздуха и примеси не блокируют сопла. Разрешение печати — 600?1800 dpi. Длина печатного изделия — от 30 до 270 мм, диаметр — от 45 до 125 мм.

Но знаете, что действительно меняет всё? Опции по защите от аварийных ситуаций. Вот они:

Защита головки от столкновения с материалом работает так: головка движется слева направо, и если материал находится выше нижней поверхности датчика и соприкасается с ним, моментально срабатывает защита. Головка останавливается, включается сигнализация — и вы избегаете дорогостоящего повреждения оборудования.

Установлен автоматический вайпер — это уже стандарт для современного оборудования, но очень важный стандарт.

Система удаления чернильной пыли из зоны печати — я уже упоминал, насколько это облегчает жизнь.

Датчик УФ-излучения — система автоматически отключает УФ-лампу при утечке света, это безопасность и для людей, и для оборудования.

И самое интересное — возможность сканирования формы изделия. Сведение печатающих головок корректируется согласно форме бутылки или другого предмета, и отпечаток остается такого же качества, как и на простом цилиндре. Это действительно прорыв для работы со сложными формами!

— А как организована техническая поддержка? Ведь оборудование сложное, операторов нужно обучать...

— Компания «Сайн Сервис» оказывает гарантийную и постгарантийную техническую поддержку своим клиентам до 14 часов в сутки. Это очень важно — когда у вас производство, вы не можете ждать следующего дня, если возникла проблема.

При установке оборудования инженер нашей компании не просто привозит и подключает принтер. Он настраивает печать именно под задачи клиента, проводит полноценное обучение оператора. То есть вы получаете не просто железяку, а готовое к работе решение.

Мы гарантируем наличие у нас на складе всех необходимых запчастей и расходных материалов. Это принципиальный момент — не будет ситуации, когда нужная деталь в заказе на три месяца из-за границы.

— Какие требования к установке принтера? Нужно ли как-то специально готовить помещение?

— Требования довольно стандартные и не сложные. Нужно помещение от 10 до 15 квадратных метров, оснащенное вентиляцией, и ровное напольное покрытие — это важно для стабильной работы. Электропитание обычное — 220В, 50Гц, мощность 2,2 кВт. То есть никаких специальных электросетей прокладывать не нужно.

— Гарантия — это всегда важный вопрос. Какие у вас условия?

— Наша компания дает гарантию на оборудование 2 года. При выходе из строя электроники мы в кратчайшие сроки обеспечиваем ремонт или замену неисправного элемента. Это не просто слова — у нас отработанная система, и мы действительно реагируем быстро.

— А если с финансами сейчас не очень просто? Есть варианты лизинга, расщелки?

— Конечно! Мы работаем с популярными лизинговыми компаниями и уже заслужили их доверие благодаря многочисленным удачным сделкам. Вся процедура оформления происходит легко и быстро — мы знаем все подводные камни и помогаем клиентам пройти этот процесс максимально гладко.

— Сколько ждать поставку? Можно ли как-то отследить наличие на складе?

— Наша компания обладает многолетним опытом в логистике, особенно в международных перевозках, и у нас отработанные логистические каналы. Это позволяет оперативно решать вопросы с доставкой. Статус наличия оборудования на складе можно отследить прямо через наш сайт sign-service.ru. Всё прозрачно и понятно.

— Последний вопрос — про программное обеспечение. Сложно ли будет интегрировать принтер в существующие рабочие процессы?

— Принтер работает под управлением электроники производства Hoson, в качестве RIP используется RIPrint. Программное обеспечение поддерживает работу со всеми популярными форматами графики — и вектор, и растр: PDF, AI, EPS, TIFF, JPEG. То есть всё, с чем дизайнеры обычно работают.

Что касается интеграции со сторонним ПО, например, с ERP-системами — она не предусмотрена, но, честно говоря, таких запросов от клиентов пока не поступало. Оборудование работает автономно, и это устраивает всех.

— Что бы вы сказали в заключение тем, кто думает о покупке?

— Этот принтер действительно поможет расширить возможности вашего бизнеса. А благодаря новейшим техническим решениям обслуживание оборудования будет легким, а работа — комфортной. Наша философия простая: вы развиваете свой бизнес, остальное мы берем на себя. Техподдержка, запчасти, обучение, настройка — всё это наша забота. Вам остается только печатать и зарабатывать.



DESTEK

Производство и продажа прозрачного, белого и цветного акрилового (органического) стекла для наружной рекламы, интерьера, строительства и светотехники.



ПЛЕКС: акрил, известный всем ДЕСТЕК: самый полный ассортимент

ДИЛЕРЫ И ТОРГОВЫЕ ПАРТНЕРЫ ООО «ДЕСТЕК» ПО РЕАЛИЗАЦИИ PLEXISTEK®

ООО «ТД ХИМСЫРЬЕ»

post@hims.ru, www.hims.ru

Офис: г. Москва, ул. Большая Почтовая д. 55/59 стр. 1

8-800-500-10-69

Склад: г.Щёлково, Ул. Хотовская, д.49 ворота №2

8-499-288-70-49

ООО «Форда»:

info@forda.ru, www.forda.ru

www.forda-online.ru (интернет-магазин)

Санкт-Петербург (812)380-85-55

Москва +7 (495) 921-49-57

Подольск +7 (495) 921-49-59

Ангарск +7 (914) 895-01-58

Братск +7 (902) 764-30-40

Волгоград +7 (8442) 98-82-70

Екатеринбург +7 (343) 272-92-33

Иркутск +7 (914) 895-40-09

Красноярск +7 (391) 231-35-00

Новосибирск +7 (383) 286-87-68

Омск +7 (923) 670 61 88

Ростов-на-Дону +7 (863) 306-50-19

Уфа +7 (347) 295-65-25

Чита +7 (914) 350 00 14

ООО «ГК Ремэкс»

www.remex.ru

Офис и склад в Алтуфьево

Алтуфьевское шоссе, 70к1, ТЦ «Маркос-молл»

+7 495 363-35-36, mailbox@remex.ru

Офис и склад в Реутове

Фабричная улица, 3, Реутов

+7 495 926-30-63, mkad@remex.ru

Склад в Некрасовке

Пехорская улица, 1Бс1, +7 495 363-35-36

Санкт-Петербург

Офис и склад в Санкт-Петербурге

Любиминский проспект, д. 55, офис 7

+7 812 363-35-36, +7 812 660-55-66

spb@remex.ru

ООО «ТУПЛЕКС»

www.tuplex.ru

Центральный офис: г.Москва, ул.Трофимова, д.14,

БЦ «Трофимовский»

+7 (495) 363 90 30, info@tuplex.ru

Склад: с. Остров, ул. Верхняя Слобода, д.2

Компания «Зенон Рекламные Поставки»

Москва - Гольяново +7 (495) 788-1133, gol@zenonline.ru

Москва - Лосинный остров

+7 (495) 788-9333, los@zenonline.ru

Демозал оборудования

143968, Россия, Московская область, г. Реутов, шоссе

Автоматгистраль Москва - Нижний Новгород, Зк1

+7(495)788-07-75 Продажи,

+7(499)308-50-03 Сервис

Отдел продаж - technic@zenonline.ru

Сервисная служба - service@zenonline.ru

Подмосковье - Одинцово

+7 (495) 788-1516, odintsovo@zenonline.ru

Подмосковье - Подольск

+7 (495) 788-0480, podolsk@zenonline.ru

Архангельск +7 (8182) 46-5151, arh@zenonline.ru

Барнаул +7 (3852) 53-6677, brn@zenonline.ru

Белгород +7 (4722) 733-000, bel@zenonline.ru

Брянск +7 (4832) 305-500, bry@zenonline.ru

Владивосток +7 (423) 243-7744, vlad@zenonline.ru

Владимир +7 (4922) 47-4646, vmir@zenonline.ru

Волгоград +7 (8442) 95-7171, vgrad@zenonline.ru

Воронеж +7 (473) 246-0222, vm@zenonline.ru

Екатеринбург +7 (343) 344-3447, eburg@zenonline.ru

Ижевск +7 (3412) 57-0505, izh@zenonline.ru

Иркутск +7 (3952) 48-6161, irk@zenonline.ru

Казань +7 (843) 2-120-120, kazan@zenonline.ru

Калининград +7 (4012) 67-2267, kgrad@zenonline.ru

Краснодар +7 (861) 212-6767, kdar@zenonline.ru

Красноярск +7 (391) 223-5757, krs@zenonline.ru

Курск +7 (4712) 227-227, kursk@zenonline.ru

Липецк +7 (4742) 232-232, lip@zenonline.ru

Мурманск +7 (911) 310-0992, mur@zenonline.ru

Нижний Новгород +7 (831) 4-292-000, nnov@zenonline.ru

Новосибирск +7 (383) 289-9092, nsk@zenonline.ru

Омск +7 (3812) 906-000, omsk@zenonline.ru

Оренбург +7 (3532) 451-451, oren@zenonline.ru

Пенза +7 (8412) 99-1122, penza@zenonline.ru

Пермь +7 (342) 215-5353, perm@zenonline.ru

Пятигорск +7 (8793) 975-975, kmv@zenonline.ru

Ростов-на-Дону +7 (863) 295-45-55, rost@zenonline.ru

Рязань +7 (4912) 51-5252, rzn@zenonline.ru

Самара +7 (846) 374-50-00, sama@zenonline.ru

Санкт-Петербург +7 (812) 622-02-02, spb@zenonline.ru

Саранск +7 (8342) 54-61-61, snsk@zenonline.ru

Саратов +7 (8452) 477-111, sar@zenonline.ru

Смоленск +7 (4812) 25-05-15, smol@zenonline.ru

Сочи +7 (862) 555-10-70, sochi@zenonline.ru

Ставрополь +7 (8652) 33-50-50, stv@zenonline.ru

Сургут +7 (3462) 45-45-45, sur@zenonline.ru

Тамбов +7 (4752) 493-493, tmb@zenonline.ru

Тольятти +7 (8482) 29-00-00, tt@zenonline.ru

Томск +7 (3822) 990-800, tomsk@zenonline.ru

Тула +7 (4872) 525-444, tula@zenonline.ru

Тюмень +7 (3452) 35 88 99,

ХМАО, ЯНАО, +7(982) 940 2969, tmn@zenonline.ru

Ульяновск +7 (8422) 585-585, ulya@zenonline.ru

Уфа +7 (347) 286-66-55, ufa@zenonline.ru

Хабаровск +7 (4212) 76-80-90, khab@zenonline.ru

Чебоксары +7 (8352) 57-11-11, chbox@zenonline.ru

Челябинск +7 (351) 214-54-00, chel@zenonline.ru

Якутск +7 (4112) 318-000, ykt@zenonline.ru

Ярославль +7 (4852) 26-08-08, yar@zenonline.ru

Минск Республика Беларусь,

г. Минск, ул. Радиальная, 11А

+375 17 311 50 51, minsk@zenon.by

Алматы 050054, г. Алматы, ул. Майлина 11/3

+7 727 339 1139, almaty@zenon.kz

«Формула Пласт»

г. Москва, 6-я Радиальная ул., д. 62, стр. 1 (территория

завода «Огонек»)

Многоканальный телефон: +7 (495) 142-14-10

e-mail: info@formula-plast.ru



www.destek.ru
info@destek.ru
t.me/destek_russia
vk.com/destekrussia
+7 (495) 517-9332

30 YEARS
GUARANTEE
NO YELLOWING

EXworks
PODOLSK
since 2004

ANY
PRODUCT
365/24/7

Зеркала без риска травм: почему акриловый Tucryl MIRROR вытесняет стекло из общественных мест

Стеклянные зеркала в спортзале, детском саду или салоне автобуса — это потенциальная угроза травм при ударе. Акриловые зеркальные листы Tucryl MIRROR решают эту проблему, предлагая ударопрочную альтернативу с весом в два раза меньше стекла. Материал открывает дизайнерам новые возможности: от холодной гибки для выставочных стендов до создания световых эффектов в рекламных конструкциях. Разбираемся, как работать с этим материалом и в каких случаях его оптические искажения не станут проблемой.

Универсальное решение для нестандартных задач

Tucryl MIRROR представляет собой экструдированный акрил на основе полиметилметакрилата (ПММА) с напылением в высоком вакууме. Материал выпускается в трёх вариантах покрытия: серебристое, бронзовое и золотистое. Основное преимущество перед традиционным стеклом — сочетание высокой прочности на разрыв с малым весом и простотой обработки.

Область применения материала охватывает объекты с повышенными требованиями к безопасности. Зеркала заднего вида в общественном транспорте должны выдерживать удары и вибрацию. В школах и спортивных залах важна травмобезопасность при случайных столкновениях. Медицинские учреждения требуют лёгкие конструкции, которые не создадут опасности при падении.

Выставочная сфера использует Tucryl MIRROR для реализации сложных дизайнерских решений. Материал позволяет создавать изогнутые поверхности без термообработки, что невозможно со стеклом. Торговые центры и отели применяют акриловые зеркала для архитектурных акцентов, где нужна свобода форм при сохранении презентабельного вида.

Световая реклама получает дополнительный инструмент для усиления различ-



ных эффектов при минимальных затратах на источники света. Например, когда вы создаете конструкции с «бесконечной» глубиной. Театральные сцены используют материал для визуальных эффектов и иллюзии расширения пространства.

Важно понимать ограничения материала. Как органический полимер, Tucryl MIRROR реагирует на колебания температуры и влажности, что приводит к оптическим искажениям. При просмотре с больших расстояний под прямым углом

разница с качеством стеклянного зеркала становится заметной. Поэтому материал выбирают там, где его функциональные преимущества перевешивают требования к безупречности отражения.

Технические характеристики: баланс прочности и гибкости

Производство листов методом экструзии с последующим вакуумным напылением обеспечивает равномерное покрытие, но не гарантирует идеальную гладкость. Технологический процесс допускает незначительную текстуру поверхности — это нормальная особенность материала, не считающаяся браком.

Жёсткость листов требует правильной основы при монтаже. Без жёсткой подложки эластичный акрил повторяет все неровности стены, создавая волнообразные искажения в отражении. Для компенсации этого свойства рекомендуется приклеивание к ДСП с пластиковым покрытием или ламинированным алюминием панелям из жёсткого пенополиуретана.

Материал относится к классу горючести В2 по стандарту DIN 4102, что накладывает ограничения при использовании в зданиях. Региональные строительные нормы могут требовать дополнительных мер противопожарной защиты. Это нужно учитывать на стадии проектирования объекта.

Влагостойкость — слабое место акриловых зеркал. Влажные помещения типа ванных комнат, бассейнов и саун противопоказаны для установки. Вода со временем проникает под защитный лак на обратной стороне и вызывает отслоение зеркального покрытия. Для наружного применения требуется полная герметизация: задняя поверхность закрывается листом акрила, а края проклеиваются по периметру.

Температурный диапазон эксплуатации ограничен 50°C для потолочного монтажа. При более высоких температурах материал размягчается и провисает под собственным весом. Хранение требует постоянного климата: оптимально 20°C при относительной влажности 60%. Защитную полиэтиленовую плёнку снимают только после завершения всех работ — она предохраняет лицевую поверхность от царапин.

Совместимость с крепёжными материалами критична для долговечности. Ленты, плёнки и клеи должны быть совмести-



мы с защитным лаком, иначе покрытие разрушится. Категорически запрещены материалы с пластификаторами — они вызывают химическую реакцию с лаком. Производитель рекомендует использовать только проверенные материалы или предварительно тестировать альтернативы.

Механическая обработка: от раскроя до декорирования

Раскрой листов выполняется стандартным оборудованием для акрила с соблюдением мер защиты покрытия. Рабочую поверхность накрывают полиэтиленовой плёнкой для предохранения лакированной задней стороны. Стружку удаляют сжатым воздухом — смахивание щёткой может поцарапать покрытие.

Для прямых резов применяют высокоскоростные дисковые пилы с многозубыми полотнами, желательно с твердосплавными напайками. Криволинейный раскрой выполняют ленточными пилами. Точные фигурные вырезы делают электролобзиком с мелкозубым полотном, слегка разведённым в стороны для снижения трения.

Сверление отверстий требует специальной заточки инструмента. Подходят спи-

ральные свёрла с углом заточки для акрила или конические свёрла. Обычные свёрла по металлу создают сколы на выходе и трещины вокруг отверстия. Скорость вращения регулируют в зависимости от диаметра — чем больше сверло, тем ниже обороты.

Фрезерование даёт идеальные результаты при использовании высокоскоростного оборудования на 20 000 оборотов в минуту. Верхнеповоротные и поворотные фрезеры обеспечивают чистую кромку без дополнительной обработки. Ручные фрезы применяют для небольших объёмов работ и коррекции краёв.

Холодная гибка возможна в двух измерениях с соблюдением минимальных радиусов. Для листа 2 мм минимальный радиус — 700 мм, для 3 мм — 1000 мм. Меньшие радиусы создают критическое напряжение в материале с риском образования трещин. Сферическая формовка методом принудительного усилия возможна ограниченно, но требует расчёта допустимых деформаций.

Термоформовка и горячая гибка категорически не рекомендуются. Нагрев вызывает потускнение зеркального покрытия и отслоение защитного лака с обратной стороны. Материал теряет отражающие свойства без возможности восстановления.



Полировка кромок выполняется традиционным методом: шлифовка скребком или наждачной бумагой с постепенным уменьшением зернистости, затем полировка войлочной полосой с воском или пастой для акрила. Полировка лицевой поверхности возможна только на ненапылённой стороне для исправления мелких дефектов. Интенсивная полировка создаёт заметные оптические искажения.

Декорирование открывает широкие возможности для брендинга и дизайна. Трафаретная печать наносит логотипы и графику на лицевую сторону. Цветные плёнки и металлические фольги приклеиваются для создания акцентов. Защитную плёнку используют как маску при окраске распылением — нужные участки вырезают, остальное остаётся защищённым. Горячее тиснение позволяет наносить рельефные надписи на поверхность. Все материалы должны быть совместимы с акрилом и не содержать пластификаторов.

Монтаж: от выбора основы до финальной установки

Визуальный эффект акрилового зеркала на 80% зависит от качества подготовки основания. Малейшие неровности, подтёки краски или вмятины проявятся в отражении как волны и искажения. Поверхность должна быть идеально ровной, чистой и сухой перед началом работ.

Выбор материала основы определяется оптическими требованиями к зеркалу. Для высоких требований к качеству отражения применяют ДСП с пластиковым покрытием — материал обеспечивает максимальную жёсткость и гладкость. Декоративные зеркала допускают использование ламинированных алюминием панелей из жёсткого пенополиуретана.

Подготовка основания включает тщательную шлифовку всех неровностей и

удаление пыли влажной тканью. Пористые деревянные поверхности грунтуют для создания непитьвающего слоя. Жирные пятна обезжиривают, иначе клей не обеспечит надёжной фиксации. Все склеиваемые поверхности должны быть полностью сухими.

Способ крепления выбирают исходя из размера зеркала и требований к оптике. Небольшие листы до 300x300 мм фиксируют клеевой лентой шириной 20-25 мм с интервалом 100 мм. Для размера 900x1200 мм применяют ленту толщиной 3 мм с интервалом 300 мм. Этот метод даёт небольшие оптические искажения, заметные с расстояния, но не критичные для просмотра вблизи.

Склеивание по всей площади двухсторонними вспененными листами предпочтительнее для больших форматов. Эластичная прослойка компенсирует разницу в температурном расширении основы и акрила. Для зеркала 300x300 мм достаточно толщины 0,1 мм, для 900x1200 мм требуется 1-2 мм. Слишком тонкая прослойка не компенсирует напряжения, слишком толстая создаёт «подушку», снижающую жёсткость.

Клейкие материалы наносят без складок и воздушных пузырей. Повторная корректировка после приклеивания невозможна — клей схватывается сразу и не допускает переуклейки. Материалы должны быть совместимы с защитным лаком, иначе произойдёт химическое разрушение покрытия.

Накладной монтаж на рамы ограничен размером 600x600 мм для предотвращения провисания. Зеркала располагают с зазором около 20 мм с каждой стороны и 2 мм на температурное расширение. Для увеличения допустимого размера до 1200x1200 мм зеркало дополнительно приклеивают к жёсткой основе вспененным клеем по всей площади.

Эксплуатация и уход: сохранение внешнего вида на годы

Регулярная очистка продлевает срок службы зеркального покрытия и сохраняет презентабельный вид. Для удаления загрязнений достаточно тёплой воды и мягкой губки. Стойкие пятна выводят добавлением небольшого количества средства для мытья посуды. Агрессивные химические очистители разрушают зеркальное

покрытие и не должны применяться. После мытья поверхность вытирают насухо мягкой безворсовой тканью типа перчаточной. Влажные разводы высыхают неравномерно и оставляют следы на покрытии. Сушка предотвращает накопление минеральных отложений из воды.

Статическое электричество — характерная проблема всех пластиков. При трении Tucryl MIRROR накапливает заряд и притягивает пыль. Антистатические чистящие средства создают тонкую проводящую плёнку на поверхности, которая быстро рассеивает заряд. Внутри помещений эффект сохраняется несколько месяцев при условии, что плёнку не повреждают трением или агрессивным мытьём.

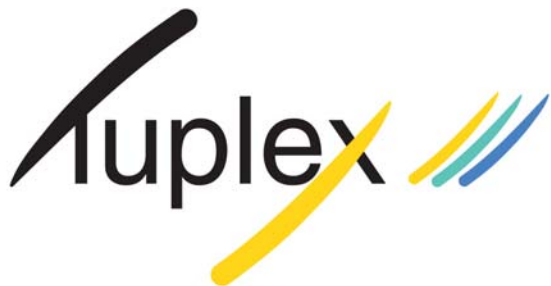
Мелкие царапины от протирания устраняют полировальной пастой или автополиролью. Средство наносят мягкой безворсовой тканью круговыми движениями. Глубокие царапины требуют последовательной шлифовки наждачной бумагой с уменьшением зернистости, затем полировки. Интенсивная обработка может создать локальные оптические искажения.

Защита покрытия от растворителей критична для долговечности. Случайное попадание ацетона, бензина или других органических растворителей на зеркальную сторону вызывает необратимое повреждение напыления. При работах рядом с установленными зеркалами их закрывают защитной плёнкой.

Контроль микроклимата помещения предотвращает преждевременное старение материала. Резкие перепады температуры и влажности создают напряжения в клеевом слое, что может привести к отслоению зеркала от основы. Стабильные условия продлевают срок службы конструкции на годы.

Tucryl MIRROR XT решает задачи, недоступные традиционным стеклянным зеркалам: безопасность в местах скопления людей, возможность холодной гибки для дизайнерских решений, малый вес для выставочных конструкций. Материал требует квалифицированной работы на всех этапах — от раскроя до монтажа, но при соблюдении технологии обеспечивает долговечную эксплуатацию.

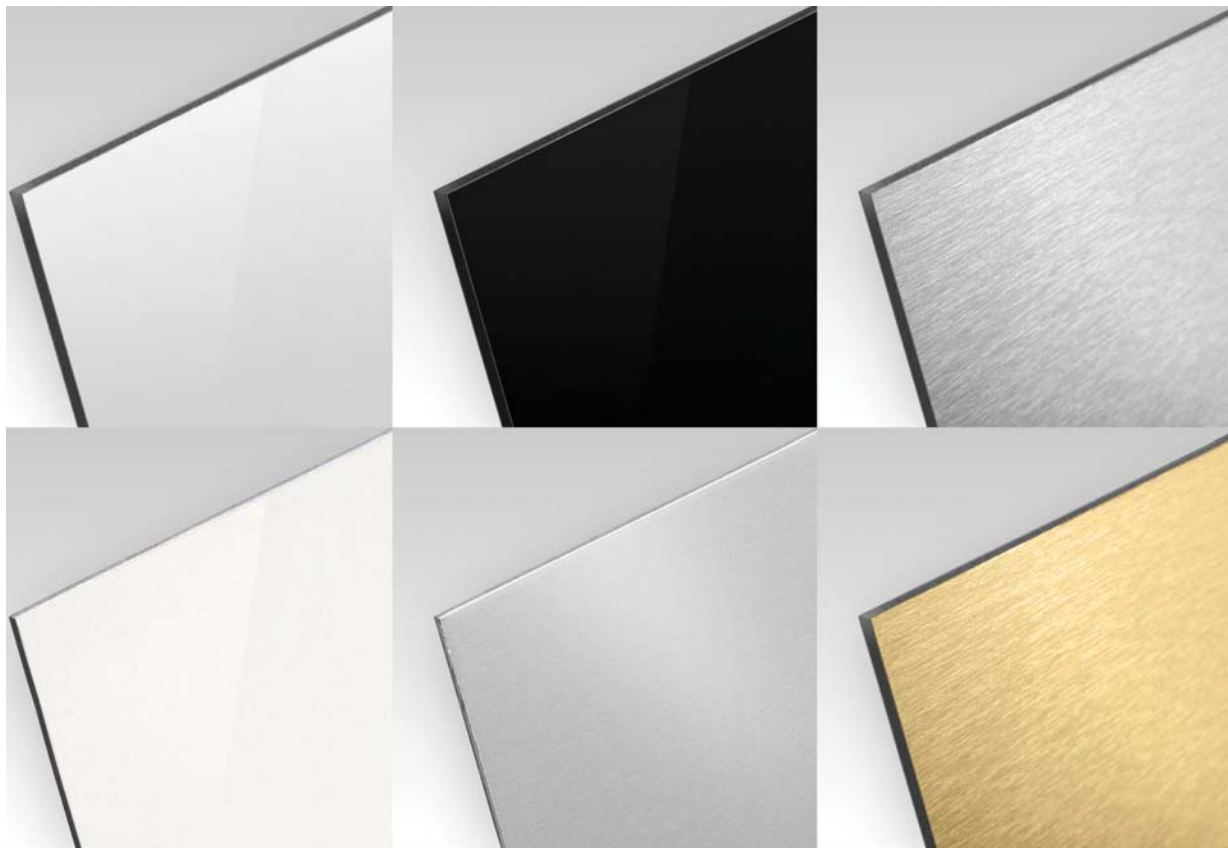
Поставщик:
Компания «Туплекс»
Тел. +7 (495) 363 90 30



**Высококачественная продукция от
ведущих мировых производителей
материалов для рекламы!**

АКП TUBOND

Впервые в размере 2000x4000 мм!



СВОЙСТВА

- ✓ Высокая жесткость, плоскостность и стабильность размеров материала
- ✓ Относительно низкий вес
- ✓ Высокая атмосферостойкость обеспечивает долговечность.
- ✓ Устойчив к перепадам температур, с широким диапазоном температур применения (от -50°C до 80°C)
- ✓ Низкое тепловое расширение по сравнению с другими пластиками
- ✓ Никаких проблем с расслаиванием
- ✓ Простота обработки и сборки с помощью стандартных инструментов
- ✓ Возможность пространственного формования, 3D-обработка (рекомендуется использовать пластины из рекламного композита толщиной 0,30 мм)

Рекламные композитные панели представляют собой легкие, жесткие, прочные и эстетичные сэндвич-панели для широкого применения, состоящие из двух наружных алюминиевых облицовок и полиэтиленового сердечника (LD-PE) низкой

плотности, обычно черного цвета. Все слои соединяются химическими и механическими методами, что делает эту пластину чрезвычайно устойчивой к расслоению.

Туплекс - Новосибирск

630088, г.Новосибирск, ул. Северный проезд 33
Тел.: 8 (383) 344-74-81;
Тел.: 8 (383) 344-69-06
denis@tuplex.ru

Туплекс - Екатеринбург

620050, г. Екатеринбург, ул. Монтажников 24В
Тел.: 8 (343) 245-02-45,
Тел.: 8 (343) 378-96-90
elena@tuplex.ru

Туплекс Санкт-Петербург

188682, Ленинградская обл., Всеволожский р-н., мкр. Свердлова-1, 8Б
Тел.: 8 (812) 412-65-28, 412-58-73
gennadi@tuplex.ru

Туплекс - Ростов на Дону

346800, г.Ростов-на-Дону, 1-ый километр автодороги Ростов - на-Дону - Новошахтинск, участок 4/3
Тел.: 8 (863) 203-77-00,
Тел/Факс: 8 (863) 203-77-23
andrei@tuplex.ru

Туплекс Уфа

450065, г.Уфа, Индустриальное шоссе,26, литер В, офис №14
Тел.: (347) 216-46-02
innas@tuplex.ru

Туплекс - Нижний Новгород

603058, г. Нижний Новгород, ул. Шекспира, д.15, корп. 2,офис 10
Тел.: 8 (831) 216-33-88; 216-33-34
Alexander.G@tuplex.ru

Туплекс - Казань

420054, г.Казань, ул.Лебедева 1, корп 6
Тел.:8(843) 278-45-28, 278-45-29,
Sergey.R@tuplex.ru

Туплекс - Москва (Центральный офис)

115432, г. Москва, ул. Трофимова, дом 14, стр 1, 4этаж
Тел.: 8(495)363-90-30
info@tuplex.ru
www.tuplex.ru

Туплекс - Калининград

236034, г. Калининград, 2-й Ржевский переулок, д.18, литер Б, помещение 3
Тел.: +7 963 350-15-00, +7 963 350-15-01
E-mail: natali@tuplex.ru

Hasweitt Group: высокие технологии как гарантия качества продукции

В рамках отраслевого тура Signtour, организованного журналом «НАРУЖКА», группа российских рекламщиков по приглашению компании «Оргстекло» посетила производственные мощности Hasweitt Group в провинции Чжэцзян. Экскурсию провел генеральный директор и совладелец компании Марк Инь, подробно рассказавший об эволюции предприятия и его технологических достижениях.

Российскую делегацию лично встретил Марк Инь, генеральный директор и совладелец компании Hasweitt Group. Первое, что бросилось в глаза при входе в офисное здание — мебель и скульптуры, изготовленные мастерами на заказ из цельных бревен, привезенных из Африки. В большом шоуруме гостям представили образцы различных изделий из акрила, рассказали об этапах становления компании и преимуществах изготавливаемой продукции. Затем вся группа отправилась на экскурсию по заводу, где были продемонстрированы производственные цеха, исследовательские лаборатории и процесс производства акриловых листов. Официальная часть завершилась презентацией компании, а вечером руководство компании пригласило российскую делегацию на изысканный ужин с продолжением общения в неформальной обстановке.

Этапы развития компании, подход к делу и её участие в инновационных проектах говорят о том, что продукция Hasweitt Group во многом соответствует тем стандартам, к которым уже привыкли требовательные клиенты.

От поливинилхлорида к акрилу

История компании началась в 1998 году с производства PVC-профилей для строительной отрасли. В 2003 году предприятие освоило выпуск поликарбоната, а к 2007 году начало специализироваться на



более сложной продукции — шумозащитных барьерах для мостов и автодорог.

Переломным стал 2010 год, когда руководство приняло стратегическое решение о полном переходе на производство литых акриловых листов. «До 2010-го мы специализировались только на поликарбонате, с 2010-го начали плотно заниматься акрилами, теперь работаем исключительно с акрилом», — подчеркивает глава компании.

Причина смены профиля очевидна для специалистов: поликарбонат недостаточно устойчив к ультрафиолету, а акрил к тому же имеет гораздо более широкий спектр применения, в том числе в рекламном оформлении.

Технологическое лидерство

Сегодня Hasweitt Group занимает лидирующие позиции в отрасли. Компания первой в Китае освоила производство звукоизоляционных акриловых панелей со встроенными полиуретановыми нитями. Эта технология решает сразу несколько задач: значительно повышает прочность материала, предотвращает разлет осколков при повреждении и делает панели заметными для птиц благодаря черным или прозрачным нитям внутри.

На заводе действуют три современные производственные линии, еще три готовятся к запуску. После завершения расширения общая производственная мощность



достигнет 60 тысяч тонн в год при площади производственных помещений 133 тысячи квадратных метров. Текущий месячный объем производства составляет 1800 тонн акриловых листов.

Особая гордость предприятия — система управления производством. Hasweitt Group использует DCS (распределенную систему управления) с более чем 2000 датчиков, установленных по всей площади. Подача сырья и охлаждение полностью автоматизированы. «Это обеспечивает непрерывность и высокое качество продукции», — отмечает Марк Инь. Дополнительно внедрена система IOT (Internet of Things), минимизирующая человеческий фактор в операциях и контроле.

Первичное сырье обеспечивает высокое качество продукции

Принципиальная позиция компании — использование исключительно первичного сырья. Hasweitt Group является долгосрочным стратегическим партнером Mitsubishi и работает с ММА производства Lucite International. Близость к заводу поставщика (всего 50 км) обеспечивает стабильность поставок высококачественного сырья.

«Мы не используем вторичное сырье, — подчеркивает Марк Инь. — Если использовать первичное сырье, качество продукции будет намного выше: прозрачность, устойчивость к температурам, ударам — любые физические свойства лучше, чем у материала из вторсырья».

Отходы производства собирают специализированные компании, которые увозят их в отдаленные районы, где правительство разрешает переработку. В самом регионе, где расположен завод Hasweitt, переработка запрещена из-за строгих экологических требований — территория находится под

государственной экологической защитой.

Качество продукции подтверждено 45 патентами (более 10 изобретений и 30 полезных моделей) и сертификацией ISO 9001.

Инновации и господдержка

Научная работа ведется в сотрудничестве с ведущими китайскими университетами: Институтом прикладной химии Чанчунь, факультетом мостового строительства Тунцзи, факультетом полимерной науки Чжэцзянского университета и Институтом полимерной науки университета Цинхуа — одного из топовых вузов страны.

Государство активно поддерживает предприятие. Компания получает целевые субсидии на обновление оборудования, модернизацию системы экологической защиты и другие направления развития. «За год мы получили 10 миллионов юаней помощи, — рассказывает Марк Инь. — Это не кредиты, а субсидии. Хотя доступно и кредитование под 2,7% годовых».

Расположение завода также является конкурентным преимуществом. Помимо близости к поставщику сырья, предприятие находится рядом с электростанцией, обеспечивающей экономичным паром для производства, и имеет удобный доступ к крупнейшим портам: Чжапу, Шанхаю и Нинбо.

От рекламы до космоса

Продуктовая линейка Hasweitt охватывает практически весь спектр применения акрила. Для индустрии наружной рекламы компания предлагает листы различных цветов и размеров, подходящие для гравировки, склеивания, термоформования и лазерной резки. Максимальный размер стандартного листа — 2х3 метра, но возможно производство и больших форматов по индивидуальному заказу.

Звукозащитные панели для мостов и

дорог составляют значительную долю производства. Продукция компании установлена на мостах и эстакадах в десятках городов Китая, включая метро Чунцина (линия 4), эстакаду Цзямин в Шанхае (пролет 42 метра), легкое метро Шэньчжэня.

Но наиболее впечатляют специальные проекты. Hasweitt производит сверхтолстые акриловые блоки для бассейнов и аквариумов, включая подводные окна для элитной недвижимости в Дубае. Компания изготовила органопластиковую сферу для нейтринной обсерватории в Цзяньмене — уникального научного проекта. Освоено производство иллюминаторов для авиации и видовых окон для глубоководных батискафов.

«Разработка формулы, адаптация технологии, постоянная итеративная оптимизация по результатам тестов позволили нам добиться прорыва в технологиях стабильной полимеризации крупногабаритного литьевого органопластика», — комментирует Марк Инь.

Перспективы

В настоящее время идет активное строительство третьей очереди производства. Строительство идет ударными темпами. Ещё в марте только закладывали фундамент, а сейчас уже стоят готовые корпуса. Согласно планам, строительство будет завершено к концу 2025 года, что удвоит производственные мощности.

Компания развивает новые направления, в частности, фотоэлектрические шумозащитные барьеры, совмещающие функции звукоизоляции и генерации солнечной энергии. Это первый в Китае «безуглеродный» шумозащитный барьер.

Российские специалисты убедились, что китайская индустрия акриловых материалов ушла далеко вперед не только в объемах производства, но и в технологическом развитии. Опыт Hasweitt Group может быть полезен и для российского рынка наружной рекламы, особенно в части внедрения систем автоматизации и контроля качества.

В России продукцию китайского производителя для рекламного рынка и не только представляет компания «Оргстекло», на складах которой всегда имеется широкий ассортимент акриловых листов для световой рекламы, POSM как классических цветов, так и со специальными эффектами.

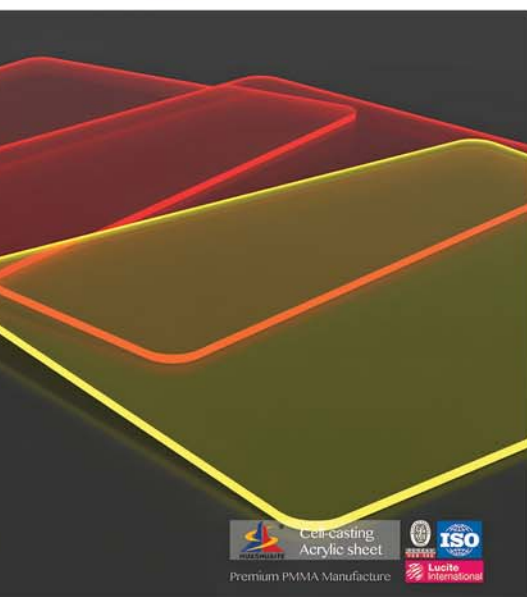


HASWEIT



ОРГСТЕКЛО

ТОРГОВАЯ МАРКА HUASHUAITE® АССОЦИИРУЕТСЯ С АКРИЛОВЫМИ И ПОЛИКАРБОНАТНЫМИ ПРОДУКТАМИ ВЫСОКОГО ОПТИЧЕСКОГО КАЧЕСТВА. HUASHUAITE® ЯВЛЯЕТСЯ ВЕДУЩИМ КИТАЙСКИМ ПОСТАВЩИКОМ, ЧЕЙ УСПЕХ ОСНОВАН НА ПОСТАВКАХ КАЧЕСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ С УВЕЛИЧЕННЫМ СРОКОМ СЛУЖБЫ. ЧТОБЫ УДОВЛЕТВОРИТЬ РАСТУЩИЙ СПРОС, HUASHUAITE® НАЧАЛА НЕУКОСНИТЕЛЬНО УЛУЧШАТЬ КАЧЕСТВО И ОБСЛУЖИВАНИЕ, УВЕЛИЧИВАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ НА СВОЕМ ПРЕДПРИЯТИИ, ЧТОБЫ ПОДДЕРЖАТЬ ЦЕЛИ РУКОВОДСТВА «СТАТЬ ВЕДУЩИМ СПЕЦИАЛИСТОМ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ЛИТОГО АКРИЛОВОГО ЛИСТА В МИРЕ». И МЫ ВЕРИМ, ЧТО НАУКА СОЗДАЕТ ЖИЗНЬ.



НОВИНКА!

СТЕКЛА С АНТИСТАТИЧЕСКИМ И НЕЦАРАПАЮЩИМСЯ ПОКРЫТИЕМ!

КОМПАНИЯ ОРГСТЕКЛО

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ
ДИЛЕР НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ
КОМПАНИИ HASWEIT
ТЕЛ. +7 (495) 120-33-68
МОСКВА, ПЕВЧЕСКИЙ ПЕР., Д. 4, СТР. 1
ORGSTEKLO.COM

В НАШЕМ ДИЛЕРСКОМ ЦЕНТРЕ, ОФИСЕ В ПЕВЧЕСКОМ ПЕРЕУЛКЕ,
МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ОБРАЗЦЫ ПРОДУКЦИИ И БОЛЕЕ ПОДРОБНУЮ
ИНФОРМАЦИЮ О МАТЕРИАЛАХ.
ВЕСЬ АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ ДОСТУПЕН НА СКЛАДАХ
В Г. РЕУТОВ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.

МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ

Prizmix

+7 (495) 956-1115

<https://www.prizmix.ru/>

Чернила Triangle: сольвентные, экосольвентные, УФ. Пленки и обои для печати Neschen.

Дестек

+7 (495) 517-9332

<http://www.destek.ru/>

Производство и продажа органического (акрилового) стекла. Оперативное производство нестандартных размеров и цветов «под заказ».

МЕДСТРОМ

+7 (495) 617-66-55

<https://allenta.ru/>

Алюминиевые ленты, ALS-профиль и сопутствующие товары для изготовления объемных букв.

ТУПЛЕКС

+7 495 363-90-30

<https://tuplex.ru/>

Листовые и гибкие материалы для рекламы и строительства.

РуссКом

+7 (495) 785-5805

<https://russcom.ru/>

Чернила, плёнки для ламинации, плёнки для термопереноса, заготовки и расходные материалы для сублимации, пластиковые карты.

Оргстекло

+7 (495) 120-33-68

<https://orgsteklo.com/>

Торговля листовыми пластиками.

САЙН СЕРВИС

Тел.: 8 800 555-94-19

<https://sign-service.ru/>

Чернила: сольвентные, экосольвентные, УФ, текстильные, DTF-чернила, УФ-лак и праймеры. Пленка для DTF печати.

Экспо Графика

+7 (495) 729-5309

<https://expographica.ru/>

Поставщик расходных материалов для широкоформатной печати и мобильных выставочных стендов.

ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ

BIGPRINTER

8-800-700-2311

<https://bigprinter.ru/>

Печатное, фрезерное, раскроечное и лазерное оборудование российского производства.

LIYU Russia

+7 (495) 196 7711

<https://liyuprinter.ru/>

Широкоформатные принтеры для рекламного-производственных компаний и промышленной печати. Сольвентные и УФ. Планшетные, рулонные и гибридные модели. Комплектация под задачи: выбор печатных голов, производительность, набор опций для работы с различными материалами.

Prizmix

+7 (495) 956-1115

<https://www.prizmix.ru/>

Оборудование и материалы для широкоформатной печати, производства рекламы и POSM: УФ-принтеры EFI VUTEk, режущие плоттеры Kongsberg, клеевые плоттеры F Service, рулонные ламинаторы Neschen.

ИНТЕРВЕСП

Тел.: 8-800-5555-100

<https://intervesp.ru/>

Станки для работы с металлом и деревом.

РДП ТРЭЙД

+7 (495) 260-18-61

<https://www.rdptrade.ru/>

Оборудование для производства объёмных букв из жидкого акрила, бортогибы. УФ-принтеры.

РуссКом

+7 (495) 785-5805

<https://russcom.ru/>

Широкоформатные и сувенирные принтеры Mimaki (сольвент и УФ), ламинаторы GMP, режущие плоттеры Graphtec, термопрессы, автоматический этикеточный комплекс, картпринтеры.

Техно-Графика

+7 (495) 225-50-43

<https://технографика.рф/>

Печатное и постпечатное оборудование и расходные материалы. Лазерные гравировальные станки. Режущие плоттеры и др.

СВЕТОТЕХНИКА

MAKSILED | MAKSBRIGHT

8 (800) 555 86 82

www.maksiled.ru | www.maksbright.ru

Высокоэффективные светодиодные модули, ленты, блоки питания, контроллеры, модульные системы, гибкий неон, оборудование для smart-освещения и архитектурной подсветки.

СТМ

+7 (495) 363-9339

<https://www.elf-light.ru/>

Производство и поставка светодиодной продукции, реализуемой под маркой ELFLED. Все для неона. NEON2!

НАДЁЖНЫЕ и БЫСТРЫЕ УФ ПРИНТЕРЫ PLATINUM

Комплектация под задачи вашего производства печатными головами Konica Minolta, Ricoh Gen 5 или Gen6.
Возможность повышения мощности принтера за счет увеличения количества голов уже после его установки.
Собственные высококачественные чернила с сертификатом GreenGuard Gold, склад в Москве.
Ежегодная установка более 1200 принтеров по всему миру!



РУЛОННЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ PLATINUM PCT LED и QR

PCT LED - идеальный рулонник шириной 3,2м для печати премиальной рекламы и бэклит, от 4 до 8 цветов (CMYK LC LM W CI), высокая производительность до 180 м2 в час.

QR5 - принтеры промышленного типа шириной печати 5м с мощной системой протяжки материала валами большого диаметра, разработаны для печати в режиме 24/7 для выставок, городской и событийной рекламы, и брендинга тентового транспорта.

ПЛАНШЕТНЫЕ УФ-ПРИНТЕРЫ PLATINUM KC и KCXL+

Безупречная печать. Надежная промышленная конструкция.
Два типоразмера на выбор: 2500 x 1250 мм или 3050 x 2050 мм.
Толщина запечатываемого материала до 10см.
До 8 цветов (CMYK + LC + LM + Белый и Бесцветный), белый цвет с возможностью печати подложкой или кроющей и бесцветные чернила (лак) с возможностью печати линз и эффектов 3D.
Многорядное расположение печатных голов для повышения качества печати. Защита каретки от касания материала.
Возможность установки от 4 до 32 печатных голов для самых высоких скоростей вашего производства.



НОВИНКА 2025



ГИБРИДНЫЙ УФ-ПРИНТЕР XLine DQ

Универсальный УФ принтер для печати на рулонных и листовых/ жестких материалах шириной 2,1 м с быстрой перенастройкой тиражей на разных носителях.
Комплектация до 10 печатных голов, 8 цветов (CMYK LC LM W CI).
Эффективная система защиты каретки от касания материала.
Конвейер с 3 отдельными вакуумными зонами с программным управлением и новейшей системой натяжения и коррекции смещения материала.
Удобные складные столы для подачи листового материала.
Световой короб для контроля качества Backlit.