

卡弗照明100余款自主研发LED产品将面市

近日卡弗营销总监田填向记者透露，经过一年时间的酝酿，卡弗照明将隆重推出100余款led个性化新产品，涵盖商业照明、光源、装饰灯等。在传统商业照明领域，向以超强研发创新能力、自主深加工规模著称的卡弗照明，在LED领域出手便显大气魄与稳健风格。

相比很多公司拉起一票人马、配件市场买来样板便称进入LED领域不同，卡弗照明在LED上卯足了劲也沉得下了心。“现在的LED商业照明市场已经有未盛先衰的迹象，大家有责任做出高性价比的产品熬过这一关。卡弗的战略是光源上采用进口封装产品，灯具自主研发、自主开模铸造，突出品质、强化差异、降低成本。”卡弗总经理潘家红对自身品牌如何进入LED市场有着清醒的认识，“利润不在当下，当我们确信能等得到收获的季节。”

现在LED商业照明市场群雄并起，封装厂、传统商照企业、家居照明企业等纷纷奋起而入。卡弗LED的定位在哪里？这点，潘家红谈的最多的就是“专业化、差异化”。他以刚从欧洲考察的见识为例，“欧洲做LED商业照明的大品牌没几个像国内厂家这样产品大而全的，大家都是专注于自己有优势的那一部分，坚持风格做出经典畅销的产品，销量却依然都非常大。这种品牌，你都不用看灯具上贴的LOGO，一看就知道是哪个品牌，品牌个性非常强。这种思路，非常值得卡弗学习。”

在“专业化、差异化”发展战略指导下，同时凭借雄厚的实力及精湛的技术。一年多来，卡弗照明研发设计出100余款LED个性化产品，并对产品层级有了明确的区分，高端用美国科锐、中端用台湾晶元。目前，卡弗研发取得了105项专利，配备了各种先进的光学、老化、原材料检测仪器。生产方面，拥有目前国际最为先进的大吨位热室压铸机、注塑机、旋压机、冲床、进口震动打磨机；在模具制造上，配备了电脑锣、电火花机、电脑数控铣床、车床等。虽然团队支出和开模费用巨大，但卡弗却依然没有在这个过程中贸然出击。营销总监田填解释说：“卡弗的品牌性格就是低调稳健，这和卡弗多年来立身制造业企业有关。另外，出于对经销商利益的保护也要求我们必须这样。不成熟的产品线推到市场，经销商利益会受到损害，以后再想调整难度会更大。”

按照卡弗2011年LED产品上市策略，这100余款LED新品将不在门市展出，只针对外销市场及国内的重点客户。当记者问及是否是因为担心模仿问题，田填毫不隐瞒地说，主要是出于渠道价格保护原因，至于模仿倒没有那么担心。因为卡弗研发投入大，仿冒成本会非常高。另外，对于维护专利已有心理准备，并配有专职律师服务这一块。据透露，目前卡弗照明尚有三件专利侵权官司正在处理中。

田填表示，卡弗照明接下来将由长三角及珠三角等区域开始着手，建立标杆市场，打造标杆经销商，重点开发连锁商超、办公等场所，树立标杆工程样板，以点带面铺设开卡弗照明的LED品牌建设之路。另外，卡弗还将以差异化产品以及专业知识传播与设计师渠道进行资源对接，开拓隐形渠道，打造明星工程。虽然还处在卡弗LED品牌建设摸索时期，但田填表示，卡弗照明非常有信心做好。

原文地址：<http://www.china-nengyuan.com/news/14035.html>