



# Люкс от LUXO

## В контексте «китаизации» розничной торговли

**Непростые времена переживают европейские производители ручного инструмента, копируемого китайцами и вбрасываемого на рынок по беспрецедентно низким ценам. Один из характерных примеров — осветители с линзами для радиомонтажных работ. Ответом LUXO на ценовую атаку китайцев являются передовые технические решения. Но достаточно ли убедителен этот ответ для российского потребителя на фоне прокитайской ориентации розничной и каталожной торговли? Поразмышляем об этом, попутно выходя за рамки конкретной фирмы в сопредельные области.**

**Виктор Новоселов**

[www.eurostar.ru](http://www.eurostar.ru)

### Русская рулетка без револьвера

Масштабы рыночной экспансии китайцев достойны восхищения. Того восхищения от удачной сделки, которое испытывает гражданин среднего достатка, покупая часы ROLEX за 15 долларов с лотка ночного рынка Патпонг или дымоуловитель с угольным фильтром за 50 долларов в солидной московской фирме, скромно умалчивающей о том, что 95% дыма им не улавливается. Позволительно ли осуждать гражданина за покупку подделки, если надрывным трудом он никогда не сможет накопить кругленькую сумму на настоящий ROLEX, чтобы престижно блеснуть им в новобуржуазной тусовке? Как относиться к лукавому или некомпетентному продавцу товаров сомнительного свойства? Наконец, отличаются ли западные оригиналы от азиатских копий в той же пропорции, что и цены швейцарского салона от цен блошиного рынка? Забавный случай: мой школьный приятель, из куража торгуясь с китайцем на ночном рынке Бангкока, купил у него (тут же, по каталогу) механический ROLEX с автоподзаходом за 15 долларов. Думал так: если часики не рассыплются за три дня — неплохой результат. А они — вот незадача! — отсчитывают уже третий год... Легко ли после этого клеймить всякую дешевизну? Гложет червячок сомнения: может, не только бытовую электронику, но и ROLEX теперь производят в Китае? Впрочем, другой мой знакомый, купивший часики там же, уже на следующее утро в самолете обнаружил стрелки отдельно от циферблата. У меня отлегло на душе: значит, не все еще потеряно для старушки Европы!

### Розничная торговля: куда летишь, птица-тройка?

Покупателем инструмента является не абстрактная организация, а конкретный человек, которому не чуждо ничто человеческое. Редкий снабженец удержится от соблазна заплатить вдвое меньше за инструмент «чуть» более низкого качества (осо-

бенно если работать с этим инструментом предстоит не ему). Редкий ремонтник-индивидуал купит инструмент за 100 рублей, если работу можно выполнить инструментом за 99 рублей: такова уж специфика их рода деятельности. Слишком дорогой инструмент для радиолюбителей может остудить любовь. А поскольку перечисленные категории покупателей в основном и формируют спрос в магазинах электроники, то витрины сегодня пестрят дешевым инструментом китайского производства. Вкрапления отечественной продукции еле заметны, а более дорогие высокотехнологичные альтернативы, по мнению работников прилавка, посетителям магазинов малоинтересны. Отнесемся с пониманием к позиции продавцов — тем более что поколебать их убеждения в собственной непогрешимости редко удастся. Но как обстоят дела в каталожной торговле, призванной обеспечить выход на промышленного потребителя широким фронтом? Стоит заметить, что в западных каталогах картина представлена достаточно многогранно и вместе с тем компактно благодаря тому, что они воздерживаются от представления большого ряда схожих моделей. У нас же образовался замкнутый круг: в результате экспансии китайских товаров пользователи толстых каталогов информационно отсечены от высокотехнологичной продукции, поэтому не спрашивают ее у продавцов, что, в свою очередь, убеждает продавцов в отсутствии спроса и вымывает hi-tech-инструмент. Между тем тенденция не фатальна. Говорят, что неплохо идет в розницу измерительная техника среднего класса. Из недавних примеров мне доподлинно известны факты значительного роста розничных продаж французских высокоочистных припоев и японских стереомикроскопов, как только продавцы уяснили для себя и смогли внятно объяснить покупателям свойства товара. Оказалось, что магазины посещаются не только людьми скромного достатка, но и вполне платежеспособными клиентами, каждая покупка которых эквивалентна по прибыли десяткам мелких покупок, по эффективности использования витринных и складских площадей —

значительно выше, а по трудоемкости обслуживания клиента — существенно ниже. Разумеется, крупные покупки осуществляются реже мелких. Но не сами ли магазины (каталоги) способствуют оттоку наиболее платежеспособной части клиентуры своей номенклатурной стратегией, безоглядно ориентированной на китайцев?

### Кадры решают все. Зачастую неверно

Миссия продавца — разобраться самому и сообщить покупателю объективные отличия товаров не только по цене, но и по существу — так, чтобы клиент сделал собственный осознанный выбор с вытекающей из него ответственностью. А где ответственность, там цена уже не является единственным определяющим фактором покупки. Только вот времени для объективных разъяснений у продавца чаще всего не хватает. Кроме трудностей самообразования он сталкивается с внешними проблемами, порожденными безнадзорной всеядностью менеджеров по закупке. Взять хотя бы паяльные станции: по числу одновременно представленных моделей российские продавцы давно обогнали лидеров мирового рынка каталожных продаж: тридцать, сорок моделей паяльных станций от всевозможных производителей, в том числе сразу от нескольких китайских (практически без отличий, кроме этикеток) — кто больше? Двести, триста наименований едва различимых между собой отверток — какого цвета изволите? Вот и некогда продавцу во всем разбираться, а если еще инструкции на русском языке к паяльной станции нет, охота ли? Плюс текучка кадров и неискоренимые ошибки складских работников на фоне дрожжевидно разбухающих складов от товаров китайского производства. Вот и еще один порочный круг: складские полки загружаются необъятной номенклатурой однотипных китайских товаров, так что места для продукции hi-tech на складе остается все меньше, а при отсутствии товара на складе падает и объем продаж, так что создается ощущение объективного снижения спроса. Переполненный китайскими товарами склад на определенном этапе становится обузой, и чтобы активизировать продажи, китайские товары пропорционально выставляются на витринах, тесня при этом инструмент hi-tech. Продуктивна ли такая стратегия для розничной торговли? Отторгая наиболее платежеспособных покупателей инструмента hi-tech в пользу специализированных технологических фирм, каталоги и магазины лишают себя возможности неплохо подзаработать, причем с гораздо меньшим напряжением ресурсов, чем при хлопотной торговле дешевым широкономенклатурным инструментом.

### Ближе к LUXO

Осветители с линзами LUXO являют собой типичный пример скептического отношения со стороны розничных продавцов в силу их немалой цены на фоне изобилия дешевых

китайских осветителей. Да, заслуженные модели осветителей LUXO WAVE Plus и LFM (в данной статье не рассматриваются) приблизительно втрое дороже китайских аналогов. Китайских же аналогов новых моделей LUXO на рынке пока не видно, так что и сравнить не с чем: для ориентировки отметим, что лежат они в ценовом диапазоне 220–260 евро. На мировом рынке осветителей экстра-класса такие цены считаются чуть ли не демпингом, но для нашего потребителя сумма нешуточная. За что такие деньги, когда внешне (издалека) похожие китайские осветители стоят втрое дешевле? Резонный вопрос. Именно его озвучивает каждый потенциальный покупатель, выбирая осветитель для собственных нужд. И что он слышит в ответ от продавца? «Просто поставщики разные, а в принципе вещи одинаковые». Или: «Дорого, потому что немецкое, а АКТАКОМ — российский». Оставим в стороне этический вопрос об истинной родине осветителей, паяльных станций и иных приборов с наклейкой АКТАКОМ. Дело в другом: корректный, компетентный ответ продавца на вопрос о сравнении цен должен опираться на объективное сопоставление потребительских качеств товаров, а не на географию их происхождения! В частности, отличительными свойствами осветителей с оптикой LUXO являются:

- запатентованный механизм стабилизации пантографа со скрытыми тягами;
- максимальная обзорность благодаря узкой фронтальной оправе держателя линзы;
- тщательно изготовленные линзы из прозрачного стекла с минимумом искажений;
- мощная подсветка благодаря современным лампам и форме отражателя;
- ассортимент дополнительных линз, съемных или сдвигаемых по радиусу;
- современные конструкционные материалы и стильный эргономичный дизайн.

Большинство отличий LUXO от китайских осветителей заметны сразу, особенно если разместить их рядом. Но есть такие, которые выявляются в ходе эксплуатации: это качество оптики (влияет на утомляемость оператора) и стабильность пантографа. LUXO дает пятилетнюю гарантию на пантограф. Сколько месяцев (недель) китайский пантограф держит линзу в стабильном положении?

Новый осветитель LUXO с бестеневой подсветкой **Circus** (Циркус) представлен на рис. 1. Фирменный двухплечевой пантограф размером 1000 мм со скрытыми пружинными тягами устойчиво фиксирует линзу в удобном для оператора положении. Непревзойденная обзорность объекта обеспечена оригинальным решением — наличием промежутка между краем линзы и кожухом лампы. Этот промежуток способствует также скорейшей адаптации глаза при переводе взгляда в рабочую область и обратно. Большой диаметр линзы (165 мм против 120 мм у китайцев), высокое качество стекла с увеличением 3,5 дптр и мощная бестеневая подсветка (кольцевая люминесцентная лампа 22 Вт с электронным балластом для исключения мерцания) вносят реша-



Рис. 1. Модель LUXO Circus

ющий вклад в повышение качества изображения объекта, а значит, снижают утомляемость оператора до минимума. Уровень освещенности под линзой на фокусном расстоянии 286 мм достигает 3500 лк, что выглядит как день и вечер по сравнению с китайскими лампами. Откидная крышка сверху предохраняет линзу LUXO от пыли и фокусирования солнечных лучей в нерабочем состоянии, а прозрачный кожух на лампе снизу — от механических повреждений при радиомонтажных работах. Кроме того, в модели Circus предусмотрена возможность установки дополнительной круглой линзы увеличением 4 или 6 диоптрий в очень узкой оправе (рис. 2), не заслоняющей смежные фрагменты наблюдаемого объекта. Соответствие числа диоптрий кратности увеличения комбинации линз приведено в таблице.



Рис. 2. Circus с дополнительной линзой

Современный осветитель LUXO с **объемной подсветкой Magnifique Pro** (Манифик Про) представлен на рис. 3. Фирменный двухплечевой пантограф размером 1040 мм со скрытыми пружинными тягами надежно фиксирует линзу в удобном для оператора положении. Высокая обзорность объекта обеспечивается предельно тонким передним краем пластиковой оправы линзы. Тонкий край также способствует скорейшей адаптации глаза при переводе взгляда в рабочую область и обратно. Оптимальная по размеру прямоугольная линза (175×108 мм) из стекла безупречного качества с увеличением 3,5 дптр и направленная подсветка сверху (пальчиковая люминесцентная лампа 11 Вт с рефлектором и электронным балластом для исключения мерцания) обеспечивают высочайшее качество изображения объекта и тем самым снижают утомляемость оператора. Уровень освещенности под линзой на фокусном расстоянии 286 мм составляет 2465 лк для уверенной и комфортной работы. Съемный футляр предохраняет линзу от пыли или фокусирования солнечных лучей в нерабочем состоянии, а прозрачный кожух на лампе снизу — от механических поврежде-



Рис. 3. Модель LUXO Magnifique Pro

дений при радиомонтажных работах. Особенностью модели Magnifique Pro является быстроремная линза в оправе, при необходимости извлекаемая из держателя одним движением (рис. 3).

#### Справочный постскриптум

Бестеневая (кольцевая) подсветка объекта позволяет инспектировать зоны печатной платы даже вблизи граней компонентов, которые обычно отбрасывают тень. Направленная же (объемная) подсветка дает адекватное ощущение высоты объектов инспекции, чего невозможно достичь при бестеновой подсветке. В зависимости от решаемой задачи и субъективного ощущения комфорта пользователи предпочитают тот или иной вариант примерно в равной пропорции. Более дорогой комбинированный вариант подсветки реализован в моделях WAVE Plus и WAVE ESD (в антистатическом исполнении). Они выпу-

Таблица. Оптические характеристики комбинаций линз в осветителях LUXO

Модель	Штатная линза, диоптрий/размер	Доп. линза, диоптрий/диаметр	Итого, диоптрий	Кратность увеличения	Фокусное расстояние
WAVE ESD	3,5 дптр/175×108 мм	–	3,5	1,85	286 мм
WAVE ESD	3,5 дптр/175×108 мм	10 дптр/35 мм	13,5	4,38	74 мм
WAVE Plus	3,5 дптр/175×108 мм	–	3,5	1,85	286 мм
WAVE Plus	3,5 дптр/175×108 мм	4 дптр/95 мм	7,5	2,88	133 мм
WAVE Plus	3,5 дптр/175×108 мм	8 дптр/74 мм	11,5	3,9	85 мм
WAVE Plus	3,5 дптр/175×108 мм	10 дптр/35 мм	13,5	4,38	75 мм
Magnifique Pro	3,5 дптр/175×108 мм	–	3,5	1,85	286 мм
LFM	3 дптр/125 мм	–	3	1,75	330 мм
LFM	3 дптр/125 мм	4 дптр/95 мм	7	2,75	140 мм
LFM	3 дптр/125 мм	8 дптр/74 мм	11	3,75	91 мм
Circus	3,5 дптр/65 мм	–	3,5	1,85	286 мм
Circus	3,5 дптр/165 мм	4 дптр/49 мм	7,5	2,88	133 мм
Circus	3,5 дптр/165 мм	6 дптр/49 мм	9,5	3,38	105 мм

скаются уже давно, но до сих пор не имеют равных по числу степеней свободы позиционирования линзы. Модель WAVE Plus сертифицирована в Европе для медицинских применений, что подразумевает ее соответствие самым жестким требованиям по безопасности. На протяжении многих лет модель WAVE остается эталоном осветителя для монтажа и визуальной инспекции печатных узлов (в том числе для китайцев, которые воспроизвели ее упрощенный аналог с меньшим числом степеней свободы, громоздким пружинным пантографом и линзой из неважного стекла). Но еще раньше китайцы скопировали (за исключением пантографа) более простую модель LFM с круглой линзой, которая в конце прошлого века появилась и на российском рынке. К настоящему времени она прочно обосновалась на витринах магазинов электроники и в каталогах розничных продавцов. Что же касается лидеров

рынка (LUXO и Waldmann), то их высокая миссия заключается в том, чтобы не только следовать спросу, но и формировать его. С 1937 по 2004 год транснациональная группа LUXO справлялась с этой миссией достойно, и объемы сбыта сдерживались лишь высокой ценовой планкой (которая, впрочем, менее высока, чем у Waldmann). Весной 2005 года в руководстве LUXO старейшины уступили место людям более активного возраста. Заблещут ли их взгляды новизной в политике LUXO, станет ясно в ближайшие год-два. Но первое заявление нового руководства уже известно: компания не планирует переносить свои производственные мощности в Китай, так что рабочие места для европейцев сохранятся. Видимо, и цены не упадут. Единственный путь для европейцев сохранить свои завоевания на мировом рынке — это всегда быть на шаг впереди китайцев по уровню технологий. Они это понимают. А мы? ■