

Маркетинговые категории алюминиевых профилей.



1. Архитектурные алюминиевые профили. К ним относятся все профили применимые для строительства зданий и сооружений. Например, фасады, оконно-дверные группы, офисные и интерьерные перегородки. Эти профили успешно собираются в системы профилей с применением различных комплектующих и монтируются на конечном объекте с наименьшими доработками и переделками. Стоимость данных систем алюминиевых профилей очень высока, только парк матричного инструмента одной фасадной системы может насчитывать не один десяток единиц, не трудно посчитать примерную стоимость умножив количество матриц на среднюю цену в 1000 Евро. Не каждый производитель готов вкладывать огромные средства в данные архитектурные алюминиевые системы профилей. А если посчитать стоимость инженерных изысканий, разработок, ошибок и продвижения на рынке данных систем, то становится понятным, что только крупные игроки на рынке прессования алюминиевого профиля могут себе это позволить.
2. Алюминиевые профили, получившие широкое распространение и стабильное потребление, так называемые коммерческие. Профили одиночно используются или составляют небольшую систему с применением минимума комплектующих. Например, профиль для противомоскитных сеток или профили для шкафов купе. Первые имеют один основной вид и один вспомогательный (импост), используя всего несколько комплектующих: соединительный уголок, шнур и сетку можно собрать конечный продукт. Вторые же имеют большее количество профилей (ручка, верхняя и нижняя направляющая и тд), при этом количество комплектующих так же невелико, но продается система в огромном количестве разнообразных декоративных исполнений от анодирования и



покраски до ламинирования. Москитные же профили массово производятся в белом цвете, а, например, профили для натяжных потолков вообще не красятся. Массовое производство всегда дешевле единичного или мелкосерийного, поэтому производители удешевляют стоимость своей массовой продукции путем увеличения производительности своего оборудования и уменьшения массы используемого алюминия в погонном метре профиля. И если первый путь ведет к оптимизации производства, то второй, как правило, к снижению качества. Все производители алюминиевых профилей имеет матрицы для прессования коммерческих профилей. Они не требуют больших капиталовложений, а постоянный спрос на рынке позволяет не простаивать производству.

3. Чертежный профиль или профиль по чертежу – это название всех алюминиевых профилей созданных, как правило, под одного заказчика или под одно конкретное изделие не получившее крупносерийного производства и большого распространения.

Чертежный профиль – это наиболее интересное и перспективное направление производства алюминиевых профилей. Ведь все профили перешедшие в архитектурные системы или в коммерческое массовое распространение первоначально были спроектированы и созданы по чертежу. Чертежное направление позволяет делать сложные алюминиевые профили, осваивать новые методы прессования и передовые матричные инструменты, давая возможность производителю накапливать бесценный опыт прессования-экструзии. Всего пару десятков лет назад производители боялись браться за производство алюминиевого профиля с толщиной стенки менее 2-3 мм, а сейчас довольно успешно прессуют стенки 1,0 мм или даже 0,7 мм. Появление новых стандартов в прессовании-экструзии также намного зависит от появления новых разработок в чертежном профиле. А переход чертежных профилей в массовое производство сулит заказчикам и производителям дополнительной прибылью и стабильной работой.

Алюминиевые профили созданные по индивидуальным проектам получили широкое распространение среди архитекторов, дизайнеров, строителей и потребителей, дав название целому направлению алюминиевой промышленности, прессованию-чертежный профиль.