Published on *LEDinside - LED產業網* (http://www.ledinside.com.tw)

【2018光亞展】明緯電源將越來越「聰明」，讓Powered by MEAN WELL深入人心

By
Created *2018-06-19 15:59*
2018-06-19 15:59 —

近年來，LED產業的競爭相當激烈，逐漸白熱化，各大LED品牌之間的市場爭奪戰也是有目共睹，產業洗牌加速。這不僅僅體現在下游照明應用上，在中上游也是如此。

一直以來，LED驅動電源如同其功能一樣，在默默地為LED產業做出自己的奉獻，其關注度遠不如LED晶片、封裝、照明那麼耀眼。相對於晶片、封裝、照明來說，驅動電源呈現的是「大者恒大而不斷有新血加入」的特點，新血不斷加入，多少讓人有些眼花繚亂。

說到LED驅動電源，就不得不說到一個響噹噹的名字「明緯」（MEAN WELL）。

這家電源廠商專注在相關領域三十多年，經歷過LED產業數次洗牌，在每次的風風雨雨後，依舊巋然不動，越戰越勇。2017年，明緯創下了營收記錄，年度合併營收達223.7億台幣（約48億人民幣），儼然是LED電源的「佼佼者」。

明緯的成功有什麼秘訣嗎？LED電源的市場現狀如何？未來將會向何處去？.....帶著這些疑問，LEDinside編輯在2018光亞展期間採訪了明緯集團產品企劃部協理蔡明志、明緯集團行銷經理陳莉娟及明緯（廣州）電子有限公司總經理陳玉鐘，為您揭秘明緯的成功秘訣和當前LED驅動電源的市場現狀和未來發展。

▲ 從左至右分別為：明緯集團產品企劃部協理蔡明志，明緯集團行銷經理陳莉娟，明緯（廣州）電子有限公司總經理陳玉鐘

新品推出與市場開拓同步進行，朝10億美元營收目標前進

一直以來，明緯的成長都很穩健，營收也一直在增長，那麼明緯的秘訣是什麼呢？蔡明志表示，明緯是從兩個方面進行規劃。第一是產品，明緯在產品方面有自己的規劃路線與方向，不斷推出新品，平均十天就會推出一個新品系列，電源的應用領域不僅僅限於照明，標準電源的概念產品也都不斷邁進。同時，產品策略也會開始走向比較高端的一些應用。第二是市場，在全球設點去擴充市場容量。目前，明緯在管道佈局上較為完整，市場拓展部分會選擇一些新興國家或地區，包括東南亞、南美、俄羅斯及印度等地，通過設駐地代表、與當地的客戶合作、或設立分公司等方式去開拓市場。

在本次光亞展，明緯就展出了明星產品HLG系列、HBG系列、ELG系列等，還特別推出了最新LED產品，其中包括: 室內照明電源 (LDC系列)、超高效率防水電源(ELGC-300系列)、天井工礦燈圓形電源(HBGC-300系列）、亮化電源(ERPF-400系列)、超薄長窄型顯示幕電源 (UHP系列)等。此外，鑒於近年智慧樓宇應用需求增加，明緯展示了市面上最小型的KNX標準電源供應器~KNX-20E-640，同時亦推出KNX/DALI閘道~KDA-64。

▲ 明緯產品經理介紹電源新品

明緯推出新品推出和開拓市場並非盲目前進，而是有經過深思熟慮的。去年，明緯就給自己設定了一個新的目標，那就是2018年要做到10億美元的銷售額。為了達到這個目標，明緯上下結合，協同配合，齊心協力開展各項工作，爭取年底繳出滿意的成績。

明緯將朝大功率方向發展，LED電源未來會越來越Smart

一直以來，LED驅動電源有大功率和小功率區分。關於未來明緯在LED照明市場佈局，蔡明志表示，明緯未來會朝大功率方向發展。大功率電源領域比較重視的是產品品質、功能性與技術性，其應用範圍偏向生物科技、植物工廠等，對於品牌、國際認證要求較高，符合明緯在產品規劃的方向。同時，會針對一些比較功能性的產品，比如路燈的應用，去做一些差異化。

隨著物聯網技術應用的日漸廣泛，國際照明巨頭已紛紛轉戰智慧照明。智慧照明已成為產業的共識

和未來的主戰場。那麼，電源未來會向何處去？

對於電源的未來，蔡明志表示，電源會越來越「聰明」，就是說，電源要能夠廣泛地接受外部使用者對電源的要求，包括節能、監控、調整，或者是模組方式、模組化組合的方式被控制，同時也能夠有部分通訊功能，電源內部可以根據不同的需要發揮功用。電源的設計根據不同應用的類型而有所不同。未來電源的發展，會朝「smart」這個方向發展。

▲ 明緯2018光亞展展位外景

LED照明未來發展可期，同業要愛護這個產業

對於LED照明的未來，蔡明志表示，未來發展還是可以預期的，在未來一段時間內依舊能繼續做大做強，只是成長速度會逐步減緩。但是如果LED在各個領域的應用上面拓展不錯，比如Mini LED或者Micro LED，亦或是在人因工程、生物科技或者醫療方面的一些應用，將進一步向前推進LED的發展。所以LED還是一個往前走、成長的市場。

對於這個不斷成長的LED市場，蔡明志希望同業要愛護好這個產業，共同把這個產業做大做好。仿製、仿冒或者用品質不好的產品，對於行業的影響是比較負面的，是一種短視近利的行為，對於整個產業的發展不利。對於廠商來說，可能面臨被客戶退貨或有侵犯專利的風險，有些不得不退出產業，令人惋惜；而對於終端消費者來說，也會造成極大困擾，包括售後服務、維修等問題。再加上各國對照明的法規也逐漸在更新，各國設立該國相應標準，對於企業來說也是一種約束。

正因為這樣，在過去產業大規模洗牌的市場環境下，明緯的業績還是一如既往的保持穩定增長。明緯集團行銷經理陳莉娟在當天舉行的媒體說明會上表示，明緯目前電源的銷售是全球的第二名，LED部分貢獻超過四成。

今年推出Powered by MEAN WELL，攜手客戶共用成功喜悅

如今，在激烈的市場競爭中，如何去搶佔市場，如何做好品牌建設是行銷部門經常要思考的問題。對於明緯來說，客戶就是一切，一切以客戶為中心。

明緯集團行銷經理陳莉娟表示，明緯對於合作的客戶十分珍惜，客戶與明緯彼此都有惺惺相惜的感覺。今年，明緯推出了Powered by MEAN WELL的口號，並設計了專門的logo。針對認同明緯品牌精神的客戶，授權給客戶使用。客戶可以將Powered by MEAN WELL的logo用於專屬網站或者對外宣傳目錄上。同時，明緯也做一些聯合行銷，也會在明緯專屬的網頁上介紹客戶和合作夥伴。

為此，明緯特別在展位上舉行了一場精彩的媒體說明會，邀請包括LEDinside在內的多家媒體採訪報導，並請到三家合作夥伴深圳亞銳光電、深圳聯域光電、上海盛麗光電的相關負責人分享與明緯的合作。

▲ Power by MEAN WELL媒體說明會合影

陳莉娟表示，在照明產業，目前已有18家優質的客戶提出申請合作推廣Powered by MEAN WELL之外，今年明緯打算將Powered by MEAN WELL擴充到其他產業，包含工業自動化、工控產品、醫療、電動汽車等相關的產業。未來會持續地推廣，希望優質客戶可以累積到一百家以上，共享成功盛宴，讓消費者看到Powered by MEAN WELL的logo時，能放心購買使用，成為消費者的信賴與保證。

- 相關關鍵字:
- 明緯