

Druk 3D: resellerzy nabierają znaczenia

Producenci drukarek 3D zaczynają postrzegać kanał dystrybucyjny jako ważny element budowania pozycji rynkowej. Najpierw jednak resellerzy muszą zrozumieć, na czym tak naprawdę mogą w tym przypadku zarobić.

KAROLINA MARSZAŁEK

Wiele wskazuje na to, że ubiegły rok był w historii druku 3D przełomowy. Decyzję o wejściu w ten segment rynku podjęło m.in. HP, a także Autodesk, Verbatim czy Intel. Możliwości finansowe tak dużych koncernów mogą przyspieszyć popularyzację druku 3D, szczególnie na rynku MSP i konsumenckim. Wejście dużych graczy pozwala też przypuszczać, że zrobiono już poważny krok w kierunku konsolidacji bardzo rozdrobnionego rynku.

HP zaprezentowało niedawno swoją pierwszą przemysłową drukarkę 3D. Urządzenie ma pojawić się na rynku prawdopodobnie w 2016 r. Będzie działać w nowej technologii Multi Jet Fusion, bazującej na termicznym druku atramentowym. Producent zapowiada, że użytkownicy będą mogli liczyć na dużo szybsze (mówi się nawet o dziesięciokrotnym przyspieszeniu), dokładniejsze i tańsze wydruki, niż zapewnia jakakolwiek inna technologia stosowana obecnie.



Z kolei Autodesk poinformował, że w ciągu kilku lat zainwestuje w ten nowy segment rynku 100 mln dol. Producent przedstawił dwa projekty: urządzenie Ember, które wykorzystuje filamenty żywiczne, oraz otwartą platformę programową do druku trójwymiarowego o nazwie Spark. O ile Ember nie niesie ze sobą istotnej zmiany, o tyle Spark zapowiada prawdziwą rewolucję.

Zdaniem specjalistów

□ Piotr Twardo, przedstawiciel zarządu Monkeyfab

Dotychczas zapotrzebowanie na drukarki dało się zaobserwować głównie wśród hobbyistów i entuzjastów. Wraz z wprowadzeniem na rynek lepszej jakości, łatwiejszych w obsłudze drukarek nowa technologia zaczyna trafiać pod strzechy. To jednak masowy rynek zweryfikuje i najbardziej przyczyni się do wzrostu zainteresowania drukarkami,

otwierając przed konsumentami nieznane dotąd możliwości.

□ Arkadiusz Śpiewak, inżynier 3D Printers

W dziedzinie druku 3D będzie postępował proces edukacji klientów, choć na przełom trzeba będzie jeszcze poczekać. Na polskim rynku pojawiło się sporo producentów, ale niewielu profesjonalnych, czyli tych, którzy dzisiaj poszukują klienci. Zauważamy wzrost świadomości odbiorców. Szukają urządzeń, które mogą spełnić ich wymagania związane z szybkością i jakością druku.

□ Kamil Dziadkiewicz, Technology Evangelist Omni3D

Generalnie branża IT wciąż postrzega druk 3D jako ciekawostkę. Ale to się zmienia i coraz częściej słyszymy o przemysłowych strategiach implementacji tej technologii i integracji z innymi rozwiązaniami – tak całość zaspokajała potrzeby klientów.

□ Grzegorz Kowalczyk, prezes 3D Gence

W bieżącym roku każdy producent będzie starał się prowadzić konkurencyjną strategię sprzedaży. Z jednej strony pojawią się tanie drukarki, z drugiej będzie rosło znaczenie