

Россию завалят дешевыми DVD

Китайская компания BVK Electronics – один из лидеров по производству недорогой DVD-продукции – намерена расширить свое присутствие на российском рынке. Об этом сообщили в конце прошлой недели сотрудники представительства компании в России. В будущем году объем поставок продукции BVK Electronics возрастет вдвое.

Другие компании – производители недорогой бытовой электротехники также собираются увеличивать число продаваемых DVD-товаров на рынке. Аналитики считают эти шаги компаний, с одной стороны, оправданными, поскольку спрос на DVD-продукцию постоянно растет, с другой стороны, они не уверены, что все компании сумеют реализовать свои планы. Однако вне зависимости от того, кто станет лидером продаж DVD-продукции, цены на этом рынке останутся невысокими, притом что число товаров высокого качества возрастет.

Полтора миллиона единиц бытовой техники намерена в следующем году ввезти на российский рынок китайская компания BVK Electronics «Этот объем продукции вдвое превышает прошлогодний объем, – заявил RBC daily представитель компании в России Артем Боровой. – 600 тыс. единиц составит основной продукт компании DVD-техника, помимо нее BVK Electronics будет поставлять телевизоры, телефоны, домашние кинотеатры, портативные аудио». Компания также планирует расширить число магазинов, реализующих продукцию BVK Electronics (в настоящее время этим занимаются «Маркткауф», «М.Видео», «Ашан» и рынки бытовой электротехники), провести новую рекламную кампанию, разработка которой завершится в ближайшее время, и увеличить сеть сервисных центров. «Повышать цены BVK Electronics не планирует, – продолжает Артем Боровой. – Компания всегда позиционировала себя как производителя для бюджетного и супербюджетного сегмента. За четыре года существования на российском рынке BVK Electronics не только ни разу не подняла цены на свою продукцию, но и все время понижала их. Не исключено, что тенденция к снижению цен продлится и в следующем году». По словам г-на Борового, головная компания BVK Electronics очень рассчитывает на российский рынок и ставит его на второе место по перспективности после китайского.

Представители розничных сетей, занимающихся продажей бытовой электротехники, оценивают позиции BVK Electronics на российском рынке как очень неплохие. «Мы работаем с BVK Electronics недавно, но можем сказать, что продажи их продукции постоянно растут», – сообщила RBC daily пресс-секретарь сети магазинов «М.Видео» Надежда Киселева. О высоких продажах BVK Electronics говорят и в сети гипермаркетов «Маркткауф». «На сегодняшний день в мире не так много производителей качественной и одновременно недорогой DVD-техники, – заявил RBC daily координатор по закупкам «Маркткауф» Алексей Родионенко. – Дешевой продукции много, но она сделана непонятно кем, и непонятно где. BVK Electronics же имеет хорошую репутацию и на сегодня является лидером по производству качественной и недорогой техники. Средняя стоимость DVD-плеера BVK составляет 100-120 долларов».

Правда, амбициозные планы по расширению деятельности на российском рынке DVD-продукции имеет не только BVK Electronics. Удвоить количество поставляемой продукции планирует и российская компания «Сокол», которая принадлежит «М.Видео». «DVD-рынок сильно расширяется, DVD-техника активно вытесняет видеопродукцию, – сказал RBC daily коммерческий директор компании «Сокол» Александр Левантовский. – Наша компания также планирует увеличить количество реализуемой продукции. Что касается нашего российского бренда – продукции, выпускаемой под маркой «Сокол» – то здесь увеличение произойдет лишь на 80% – до 60 тыс. ед. Дело в том, что в России все еще с недоверием относятся к отечественной продукции, хотя она уже практически не уступает западным и азиатским аналогам. Что же касается нашего второго бренда – продукции японской фирмы AKAI, с которой у нас заключено соглашение о неэксклюзивной сборке и продаже – то здесь объем поставляемой продукции увеличится вдвое – до 120 тыс. единиц». Планы BVK Electronics господин Левантовский расценивает как вполне реальные. «Вряд ли BVK Electronics сможет увеличить вдвое свое присутствие на российском рынке, но продать на 80% продукции больше, чем в прошлом году, для нее вполне реально», – подытожил Александр Левантовский. Корейская компания Rolsen, ориентированная на покупателя со средним бюджетом, намерена увеличить свое присутствие на российском рынке с 32% до 50%. По данным коммерческого директора московского представительства компании Леонида

Осипова, в следующем году Rolsen поставит в Россию 900 тыс. единиц DVD-содержащей продукции. «Что же касается планов BDK Electronics, то компания пытается только сохранить имеющуюся долю рынка, и не более, – сказал RBC daily господин Осипов. – Их доля в России достаточно неплоха, но им недоступны смежные доли рынка в отличие от Rolsen и других более крупных компаний».

Несмотря на большое количество DVD-продукции, которая поступит в продажу в будущем году, игроки не ожидают обвала рынка. «Если бы резким увеличением количества поставляемой продукции занялись компании, ориентированные на высокобюджетного клиента, то там возникли бы проблемы с перенасыщением рынка, – заявил RBC daily генеральный директор компании Sitronics Владимир Левченко. – Низкобюджетный рынок еще не так сильно насыщен, поэтому обвала там не произойдет, просто в России появится больше высококачественной недорогой DVD-продукции». Компании, ориентированные на состоятельных клиентов, действительно не собираются увеличивать свою долю на российском рынке. По словам пресс-секретаря российского представительства Samsung Людмилы Демиденко, компании такого уровня привлекают клиентов, не увеличивая объем продаж, а постоянно обновляя ассортимент.

Однако аналитики рынка считают планы производителей DVD-техники оправданными лишь отчасти. По данным компании «Полар-ТВ», в текущем году емкость российского рынка DVD-проигрывателей увеличилась на 20% по сравнению в 2003 годом (с 900 тыс. единиц техники, до 1 млн 100 тысяч единиц в 2004 г.). Говоря о тенденции ежегодного прироста на рынке DVD, Владимир Левченко называет ту же цифру – 15-20%. Хотя российский рынок DVD называют очень перспективным и стремительно развивающимся, вряд ли его емкость за один год сможет увеличиться на 100%. «В настоящее время в России каждый второй владелец телевизора стремится занять воспроизводящее устройство, – сообщил RBC daily президент Ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электробытовой и компьютерной техники (РАТЭК) Александр Пляцовой. – Поэтому увеличение объема поставляемой на рынок продукции закономерно. Однако поставки более чем в 500 тыс. DVD-товаров – слишком внушительная цифра даже для такого стремительно развивающегося рынка, как российский». К тому же, по мнению господина Пляцовой, далеко не все компании выполняют свои обещания об увеличении количества поставляемой продукции. «Почти каждый год многие компании, производящие DVD-технику заявляют об увеличении объема своих продаж вдвое, но реализовать это удается далеко не всем», – подытожил Александр Пляцовой. Наглядным примером являются «М.Видео» и «Сокол» – совершенно непонятно, как они собираются удвоить производство DVD-плееров AKAI. Компания AKAI Universal Ltd, которая обладает правом на распространение товаров под маркой AKAI на территории России, не имеет никакого отношения к старому японскому AKAI (эта компания обанкротилась в 90-х годах), и сейчас ее деятельность ограничивается лишь скромным производством одноименной техники из китайских комплектующих в Калининградской области. К тому же непонятно, какую выгоду можно извлечь из сотрудничества «Сокола» и AKAI Universal Ltd, у которых нет не только собственных производственных мощностей, но и серьезных ноу-хау.

Автор: Ольга Горелик © РосБизнесКонсалтинг НАУКА И ТЕХНИКА , МИР  3412 06.09.2004, 13:29  644
URL: <https://babr24.com/?ADE=15178> Bytes: 7716 / 7716 Версия для печати Скачать PDF

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)