

О том, где заказывают музыку, или Китайские выставки с Юрием Герасимовым



В середине апреля в Китае одновременно проходило сразу несколько масштабных выставок, посвященных электронным компонентам. Побывавший на этих шоу Юрий Васильевич Герасимов, Председатель совета директоров ОАО «Техно», член Совета учредителей Ассоциации Российских Дистрибьюторов Электронных Компонентов (АРДЭК), рассказал нам о своих впечатлениях от выставок и китайского рынка ЭК в целом.

— Расскажите, пожалуйста, на каких выставках вам удалось побывать во время вашего визита в Китай, и чем они друг от друга отличались?

— Эта поездка была моим третьим визитом в Китай, последний раз я был там в 2003 г. также на выставке. Что касается выставок, которые мне удалось посетить в нынешнем году, то одна из них называлась CEF 65 (China Electronics Fair). Данная выставка была юбилейной, 65-й, и проходила в китайской Силиконовой долине в г. Шеньжень с 12 по 14 апреля. Данное мероприятие было организовано под эгидой CEAC (China Electronic Appliance Corporation — Китайской электронной корпорации). На выставке в основном были представлены производители и дистрибьюторы компонентов, материалов и оборудования для производства электро-

ники. То, что это мероприятие проводилось в шестьдесят пятый раз, говорит о многом. Китайцы в шутку называют Шеньжень деревней, в городе живет всего-навсего чуть более 5 млн человек, и он ориентирован на электронное производство. По числу участников выставка Electronica в Мюнхене, наверное, раза в два меньше CEF 65, притом по площади она раза в два больше.

Примечательно, что на CEF 65 был один огромный хорошо охраняемый зал, куда вход иностранцам запрещен.

— Что же такое там было представлено?

— Видимо, что-то связанное с военной промышленностью или что-то, что китайцы не хотят показывать.

— Сколько дней вы провели в Шеньжени?

— Два дня. После этого мы отправились в Шанхай.

— Что за мероприятия проходили там?

— В Шанхае проходили выставки China Sourcing Fair: Electronics & Components и IC-China 2005 The 10th Annual International IC-China. Последняя, на мой взгляд, является крупнейшим шоу в мире, посвященным активным компонентам.

— Кто из крупных мировых производителей был представлен на выставке?

— Там были представлены практически все мировые производители компонентов. Примечательно, что реклама Renesas — японского производителя полупроводников, образовавшегося два года назад при слиянии компонентных подразделений Hitachi и Mitsubishi — висит на здании, находящемся на центральной набережной Шанхая — туристской мекке города. Renesas «вбивает» людям в сознание свой бренд, а это демонстрирует очень серьезное отношение фирмы к рынку. Какую можно сегодня увидеть в Москве возле Кремля? Как правило, автомобили и фармацевтика. В Китае же все по-другому.

Отношение мировых производителей и дистрибьюторов к китайскому рынку не такое, как к российскому, они борются за свой бренд, за новые проекты. Таково отношение всего мира к Китаю, т. е. там сегодня сосредоточено не только производство конечной продукции, но проводятся и разработки, разворачивается производство оборудования. В общем, китайская электронная индустрия — это большие деньги. Производимое в Китае оборудование по классу, возможно, несколько ниже европейского. Это связано в первую очередь с более скромными инвестициями, вложенными в его разработку. Западные производители стремятся сейчас максимально автоматизировать свое оборудование. Китайцы вкладываются сейчас в основном, как я это называю, в средства малой механизации, такие как, например, маленькая машинка по сортировке транзисторов по размеру или машинка по обрезанию проводов и т. д. Уровень зарплаты составляет порядка \$100–200, и под этот уровень зарплаты еще подтягивается оборудование, стоимость приобретения и обслуживания которого позволяло бы производить огромными тиражами конкурентоспособную конечную продукцию.

В результате я побывал на трех выставках: выставке CEF 65, в нашем понимании фактически организованной Министерством, где было в огромных масштабах представлено все понемногу; выставке, организованной иностранной выставочной компанией, которая была нацелена на компоненты и где выставлялись все гранды мировой электронной индустрии, и третьей выставке, опять-таки организованной иностранцами, где выставлялись компании, ориентированные на экспорт. Можно сказать, что я наблюдал срез всего китайского рынка — одни фирмы ориентированы на внутренний рынок, другие работают исключительно на экспорт, а третьи находятся где-то посередине. Выставки продемонстрировали наличие в Китае замкнутой технологической цепочки, т. е. в Китае сейчас производится все: машины, компоненты, материалы для производства компонентов и конечного оборудования.

— Какова была основная цель посещения выставки для вас лично?

— Дело в том, что в этом году два моих давних зарубежных партнера открыли небольшие предприятия в Китае. Узнав о том, что третий мой контрагент из Тайваня начал работу в Китае, я понял, что что-то там происходит и надо съездить посмотреть. Так как два года назад я уже был в Китае на выставке, где познакомился с компаниями, с которыми я сейчас сотрудничаю, в этот раз я искал новые сферы бизнеса, стремясь усилить основные линии поставок компании «Техно» новым интересным товаром. Меня интересовали в основном активные компоненты, паяльные материалы и оборудование, а также приборы для диагностики. В итоге я нашел там больше, чем ожидал, и не только привез в Москву пятнадцатисантиметровую стопку визиток, но и будучи еще там отправил почтой 22 кг каталогов и рекламных материалов.

Если говорить о компонентах, то Китай давно известен как производитель пассивных компонентов и печатных плат, местные производители полупроводников пока были не очень заметны. В принципе, они есть и представляют определенный интерес, но ни-

чего особенного, с точки зрения дистрибьютора, пока не производят. Бросаться туда пока не хочется, но года через два я отправлюсь туда за франчайзингом.

Сегодня все более активную роль на китайском рынке играют корейцы — очень много корейских компаний участвовало в китайских выставках, где они показывали свои новинки.

— Целесообразно ли российским производителям участвовать в китайских выставках?

— Я неоднократно говорил, что до тех пор, пока у нас будет 18% НДС и к тому же высокая таможенная пошлина при импорте электронных компонентов и оборудования для производства электроники, мы не сможем нормально развиваться и конкурировать с тем же Китаем. Кроме того, наше государство не разрешает нам экспортировать электронные изделия, потому что это продукция двойного назначения. Ну, раз государство создает препоны при экспорте высокотехнологичной продукции, т. е. фактически не разрешает отечественному производителю электроники продавать продукцию за рубеж, то что нам делать в Китае? Хотя я уверен, что огромное количество российских компаний с удовольствием там выставлялось бы и продавало свою продукцию в азиатский регион.

— То есть, если бы в России была более благоприятная ситуация для экспорта, то выставляться в Китае стоило бы? Кому еще, кроме наших производителей, было бы полезно принимать участие в таких выставках?

— Вообще нам всем полезно было бы там участвовать. Приведу пример. Маленькая компания, имеющая точку в магазине, торгующем электроникой, имеет прилавок в два стола. Она предлагает популярные тайваньские программаторы Ni-lo, которые мы поставляем в Россию уже 12 лет, продает недорогие китайские программаторы Xeltek, которыми мы тоже торгуем, а также поставляет программаторы классом ниже. Мы, в свою очередь, также продаем недорогие ростовские программаторы. Грубо говоря, их дистрибьюторский подход к бизнесу очень напоминает наш,



они ориентированы на разработчиков, производителей и предлагают то, что подходит по деньгам для внутреннего рынка. Китайские производители нацелены на то, что у них в стране есть дешевая рабочая сила и при весьма ограниченном в финансах покупателе на внутреннем рынке сбыта есть еще и масштабный внешний рынок для массового производства и сбыта. Соответственно, продавцы подстраиваются под оба рынка.

— Вы обратили внимание на стоимость выставочных площадей?

— Обратил. Цены для иностранцев и своих отличаются в шесть раз. Для китайских участников стоимость выставочной площади близка к себестоимости и составляет порядка \$65 за квадратный метр. Видимо, организаторы не только зарабатывают на выставке, но и хотят, чтобы их страна производила качественную продукцию как для внутреннего рынка, так и на экспорт, а денег от участия иностранцев хватает на хлеб с маслом.

— Что вы можете сказать о китайских выставках по сравнению с российскими?

— В Китае все очень хорошо организовано, и той толкучки, которую позволяет себе устраивать «ЭкспоЭлектроника», когда люди проводят по 50 минут в очереди на вход, нет. Если зайти в «час пик» на любую из китайских выставок, очевидно, что она раз в десять масштабнее любой московской как по количеству экспонатов, так и по толпе посетителей. При этом никакой скученности и толкотни не ощущалось.

В отличие от наших земляков китайские организаторы сделали все очень корректно. Если, к примеру, какой-то зал по расположению можно считать проигрышным, то регистрация посетителей организована именно в нем. При этом невозможно попасть в центральный зал, не зайдя в проигрышный и не зарегистрировавшись. Среди посетителей проходит розыгрыш призов, и для того чтобы поставить штамп и, в конце концов, получить рюкзак или бейсболку, ты должен обойти все залы и все закоулки. Организаторы делают это специально для того, чтобы компании, которые выставляются в таких залах, не чувство-



вали бы себя как на отшибе. Причем все одинаково блестяще организовано и на тех выставках, которые проводят местные организаторы, и на тех, которые организованы международными выставочными компаниями.

Примечательно еще и то, что когда я был в Китае первый раз на выставке, на каждом втором стенде возникали проблемы с английским языком. Сейчас ни на одной выставке, ни на одном стенде не было языковых проблем. Это говорит о том, что китайская электроника учится и развивается очень быстро.

— Выходит, организаторам российских выставок стоило бы обратить внимание на китайский опыт. У меня есть вопрос несколько не в тему. Но раз уж мы вспомнили московские выставки, не могли бы вы сравнить две московские выставки — «ЭкспоЭлектроника» и ChipEXPO? По мнению многих игроков на рынке, последняя пока не в состоянии реально конкурировать с весенней выставкой.

— В этом нет нужды. Во всем мире у весенних выставок свой статус, а у осенних — свой. Несмотря на то что в Европе ни одна другая выставка не может переplунуть мюнхенскую Electronica, которая проходит обычно осенью, те контакты, которые я завожу на более скромных весенних европейских мероприятиях, оказываются более полезными для моего бизнеса, нежели те, что происходят в Мюнхене. Для меня, человека, который интересуется компонентами для спецприменений, паяльными материалами и всем, что связано с пайкой, а также тем, что может поддержать технологически выпуск конечного изделия, Electronica и Productronica в Мюнхене вдвое слабее, чем весенняя выставка в Нюрнберге, которая в десять раз меньше масштабных осенних шоу.

Невозможно сделать так, чтобы люди, которые занимаются маркетингом в разных компаниях и привлекают посетителей на разные выставки, работали одинаково, поэтому получается, что на «ЭкспоЭлектронике» и ChipEXPO разный круг посетителей. При этом и те, и другие посетители мне очень интересны.

Забавно, что когда ChipEXPO проводилась в первый раз, я отметил, что клиенты, которые пришли на нее, сильно отличаются от клиентов с «ЭкспоЭлектроники», на мой взгляд, потому, что мероприятия проводились в разных частях Москвы. По столице не так просто проехать в разгар рабочего дня, и многие клиенты сочли невозможным для себя стоять в пробках, очередях и т. д. Таким образом, на ChipEXPO, которая проходила в ЦДХ, приехали жители юга Москвы, а северяне не поехали. На «ЭкспоЭлектронике» обратная ситуация. Это было очень заметно.

Я не думаю, что эти выставки на самом деле являются конкурентами. С одной стороны, у «ЭкспоЭлектроники» намного более профессиональная команда, хорошая школа организации выставок и правильный иностранный менеджмент. Менеджмент ChipEXPO доморощенный. Ничего страшного, эта выставка уже сделала первый профессиональный шаг и резко изменила свой статус за счет того, что перешла на центральную выставочную площадку столицы, и этого достаточно. Дальше, я полагаю, она будет жить своей жизнью. Лично мне без

осенней выставки тяжело. С другой стороны, руководители многих компаний считают, что достаточно одной выставки в год, и выбирают что-то одно. Когда еще там менеджер по маркетингу нащепчет хозяину, что надо выкинуть кучу денег на осеннюю выставку, потому что весенней недостаточно, и к тому моменту, когда наши клиенты начинают завершать финансовый год, все хорошее, что показали весной, забывается? У нас деньги клиенты даже скидывают в конце года, поэтому, по крайней мере, по оборотованию то, что творится в конце года, намного интереснее, чем все, что можно сделать, когда у тебя выставка в апреле.

Надо отметить, что «ЭкспоЭлектроника» собирается переезжать в очередной раз. В 2006 году выставка будет проходить в Крокус-Экспо. Я не хочу «каркать», но на этой площадке у выставки нет будущего, так как до него довольно сложно спокойно доехать на машине и общественном транспорте. Пробки из-за рынков/магазинов и отсутствие развязок выматывают и экспонентов, и посетителей.

— С этим понятно. Пожалуй, несколько слов о китайских дистрибьюторах ЭК. В чем их отличие от российских?

— Дело в том, что в России мировые производители компонентов сегодня в основном отдали все на откуп международным дистрибьюторам, которые ни копейки сюда не вкладывают для того, чтобы что-то донести нашим разработчикам. К примеру, компания «Техно» являлась официальным дистрибьютором Cirrus Logic, компании, которая в десятки раз меньше Linear Technology и работает в очень узком спектре продукции, производя компоненты для Hi-Fi Audio, телекоммуникаций, а также промышленные и специальные ЦАП/АЦП, а объем продаж в России у этих двух производителей одинаков. Я хочу сказать, что если есть нормальная внутренняя поддержка и ведется активная работа по локальному продвижению, то товар продается. Производитель может быть сколь угодно «толстым» во всем мире, но в России и СНГ он не будет иметь рынка не потому, что его товар здесь никому не нужен, а потому, что его продукцию здесь никто не продвигает. Глобальным дистрибьюторам, как показывает российская практика, не нужно продвигать чей либо бренд, потому что в их линейке много конкурирующих брендов. В Китае те же производители дают прямой франчайзинг локальным игрокам, и это принципиальное отличие от нашего рынка.

— Это было заметно на выставках?

— Конечно. Экспоненты нацелены на продвижение бренда, который они предлагают. В итоге, все новости можно узнать только там, в Китае все показывают то, что может быть интересно, что действительно является новинкой. Для чего люди выходят на выставки? Я думаю, для того, чтобы пообщаться со специалистами, установить некую обратную связь с рынком. Я не знаю более серьезных выставок, чем эти китайские. В этих мероприятиях участвуют специалисты чрезвычайно высокого уровня.

— То есть на стендах стоят очень грамотные люди?

— Я думаю, сейчас уровень образования в Китае повыше, чем в нашей стране. Уровень же

нашего начального и фундаментального образования с каждым годом падает, а в Китае растет.

— Иностранцы, с которыми я общался на «ЭкспоЭлектронике», говорили, что Россия — это все-таки страна с высоким научно-техническим потенциалом, образованными людьми, а Китай совсем не то.

— Конечно, у многих есть свои предубеждения против Китая. У нас до сих пор с пренебрежением говорят: «это сделано в Китае», но китайский рынок стремительно развивается, и сегодня «сделано в Китае» значит, что сделано с умом, надежно и недорого.

— В Китае производство растет и развивается, а у нас... Все безнадежно?

— В Китае я в очередной раз убедился в том, что из-за различий в климате к нашей стране сейчас может быть очень высокий интерес у всех, кто делает аппаратуру по бесвинцовой технологии благодаря тому, что требования по влажности у нас ниже, а значит контролировать процесс пайки конечно же изделия проще. Понятно, что отопить помещение дешевле и легче, чем его осушить, а в Китае решают вопрос осушения воздуха. Сегодня открыть современное реальное производство тех же сотовых телефонов в России было бы намного дешевле, чем в том же Китае, если бы не таможня и административный ресурс в России.

— Если б кто-то из власти имущих внял бы этим словам...

— Это, конечно, сложный вопрос. Обидно сейчас упустить шанс, так же, как в начале 90-х, когда мы могли выпускать полупроводники в больших объемах для всего мира. Просто никто в правительстве не захотел подумать о том, что если бы мы производили полупроводники, то было бы хорошо всем. То же самое сейчас с пайкой без свинца. Если мы сейчас будем паять для всего мира — это хорошо, но в нашей стране это никому не интересно, так как за производство электронных изделий у нас никто не отвечает. Как пример подобной безответственности, которая будет понятна только профессионалам, позволите пользоваться случаем, задать общий вопрос к нашим производителям аппаратуры: а вы знаете, что золоченые выводы микросхем нельзя паять оловосодержащим припоем?

— Вы были в Китае последний раз два года назад. Изменился ли за этот период уровень жизни в стране?

— Два года назад я был впечатлен тем, как в Китае все бурно развивается и строится. Города создают инфраструктуру для своих жителей и туристов. Те же впечатления и после недавней поездки. С другой стороны, на центральной улице города можно увидеть женщину с ребенком на руках, которая сидит возле урны, кормится из нее и кормит ребенка. И это не особенно маскируется.

— Еще собираетесь в Китай?

— Конечно! Невозможно игнорировать развитие ситуации у Соседа, Брата и Конкурента. ■

Интервью провел
Павел Асташкевич
Фото Дениса Коршунова