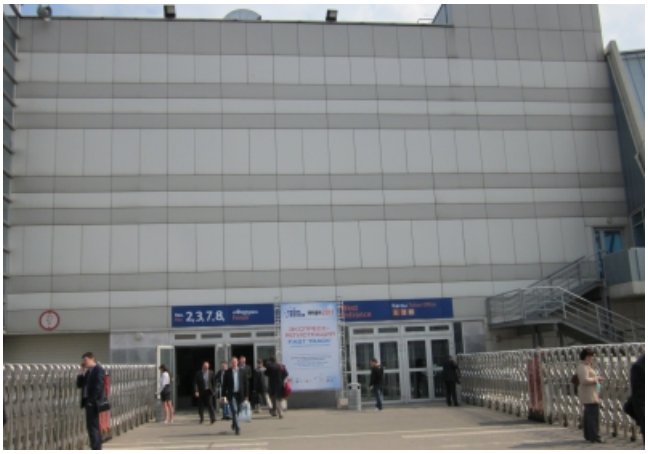
MIPS-2011: видеонаблюдение в России

Итак, уважаемые дамы и господа, несколько слов о том, что же такое MIPS: все просто - аббревиатура из набора слов Moscow International Protection Security или самая крупная российская международная выставка (по крайней мере, так утверждают организаторы), посвященная вопросам охраны, безопасности и противопожарной защиты. Сие славное мероприятие берет свое начало на заре новой России, в далеком 1995 году, когда пиджаки были лиловыми, а безопасность больше ассоциировалась с огнестрельным оружием, нежели с камерами видеонаблюдения и прочими противопожарными датчиками. Было бы крайне интересно прочесть пресс-релизы тех самых первых выставок, но, к сожалению, такой возможности нет. Зато есть возможность ознакомиться с огромным списком приобретенных регалий, так усердно предлагаемых на наш суд PR-менеджером мероприятия, увенчанным шикарным тезисом из раздела "Выставка" официального сайта. Выставка MIPS — это главное событие в индустрии безопасности, которое нельзя пропустить! Ну что ж, я не пропустил. Теперь обо всем по порядку...



Для начала сразу оговорюсь: я рассматриваю данную выставку только с точки зрения оборудования для построения систем видеонаблюдения, так как имею определенную компетенцию в данном вопросе. Направления СКУД и противопожарной безопасности затрагивать не стану, особенно на фоне того, что экспонентов в данном ключе было не так уж и много.

Организация (глазами посетителя)

Как я рад, что хоть кто-то в России использует e-ticket'ы. Заказал билет на e-mail, пришел с распечаткой, обменял ее на пропуск, и все, вуаля, ты уже участник. Вход в зал также организован посредством считывания штрих кода пропуска путем прикладывания его к считывателю турникета. Не сказать, что инновация, но, повторюсь, на общем фоне нашей страны... Особенно когда у части посетителей, которую я наблюдал, случался вопрос "Как это работает"?

Также по общей московской тенденции на входе в первый павильон стоит рамка металлоискателя и пара суровых охранников. Наверное, для мебели. Ибо мой суровый бородатый интерфейс и истеричные писки рамки так ни у кого никаких вопросов и не вызвали. Причем пропуск в тот момент на мне не болтался. И это, я напоминаю, выставка по вопросам безопасности.



Вопросы общепита были решены оригинально. Нет, я люблю Subway, эти сочные мягкие бутербродики. И блины тоже люблю. Просто, когда всем заблаговременно рассказано, что выставку посетят более 10 тысяч специалистов, ставить пару десятков столиков для еды - это как то безалаберно, что ли… Хотя, говорят, где-то на территории был ресторан, но искать его не хотелось.

Что касается двух выставочных залов, то визуально все довольно приятно, бывало, как говорится, и хуже, особенно в регионах. Но ранг первой выставки обязывает.





Экспоненты. О самом сладком

Участники старались. Старались изо всех сил сделать свой стенд выше, шире и ярче. Причем, если производителям была присуща определенная выдержка, такт и деловой стиль, то уж компании дистрибуторы пускались во все тяжкие, используя все возможности, в том числе и стайки ангажированных моделей. Причем все модели были очень разных физических кондиций, видимо, все зависело от финансовых возможностей приглашающей стороны.



Хотя все вышеперечисленное абсолютно закономерно объясняется следующей забавной вещью: присутствием производителя и нескольких его партнеров, которые тут же на соседних стендах бодро толкают ту же продукцию, только со своим ярлычком. Да, OEM в России цветет и пахнет, но когда он с нескольких заводов, то приходится заманивать потребителя красивостями, попутно обещая 50% скидку от розницы для дилера и прочие так любимые нашими согражданами штуки. Соответственно, никаких обещанных инноваций на стендах экспонентов я тоже не заметил. Или смотрел плохо, или прятали хорошо. Несмотря на то, что я провел там три рабочих дня в общении и аналитике (все более убеждаясь в тех тезисах, что вы читаете сейчас).



Еще один бич российского рынка - низкоуровневые трехкопеечные продукты. 80% экспонентов, опрошенных мной, рассказывая о преимуществах говорили о цене. Причем понятно, что эта цена достигается за счет использования самых низкокачественных комплектующих. Но при этом дистрибуторская наценка составляет те же бесчестные 100% (так получилось, что у меня есть возможность оперировать реальными ценами). То есть тенденция рынка такова, что, даже продавая, простите, барахло (назовем вещи своими именами), люди хотят зарабатывать много. На этом фоне меня очень удивляет, что такие нечистоплотные или безмозглые (уж кому как повезло) продавцы жалуются, когда в стране бензин дорожает или недвижимость недоступна. Это, ребята, потому что ТАМ тоже 100% маржи хотят иметь, ну и, конечно, потому, что им порой надо ваше оборудование купить.

Итог. И немного о китайцах

Все три дня моего MIPS визита, я имел теплое дружеское общение с моими китайскими партнерами. И чувство стыда за отчизну присутствовало при этом постоянно. Аффилированный чудо-отель «Космос» со стандартными номерами, еле тянущими на одну звезду, где сутки стоят как в хорошей трёшке где-нибудь в европейских столицах. Культурная программа для иностранцев, повторяющая прошлогоднюю под копирку, на что сдержанные и воспитанные китайцы в приватном общении делают большие глаза и спрашивают почему так происходит, они (организаторы) думают, что у нас каждый год разные люди сюда ездят?. Или 400 евро, затребованные (и полученные) работниками выставки за то, чтобы повесить два телевизора в сверхурочные полчаса на одном из стендов.

А самое главное — отсутствие значимых инноваций, смелых решений и честных цен.

По возвращении одна из моих китайских коллег, не присутствовавших в Москве, спросила:

- How's the expo in Russia?

- Like a vanity fair, - ответил я.

- Vanity fair? Do you mean like bag show?