




В 2016 году спрос на видеонаблюдение рос «в штуках», но заметно сократился в денежном исчислении. Клиенты стали не просто считать каждый рубль — они стали диктовать поставщикам верхние границы бюджетов. Это привело к тектоническим сдвигам в отрасли. Российские вендоры спешно вводили в ассортимент бюджетные модели, китайские — запустили прямые продажи под собственными торговыми марками, европейские гиганты продвигали выгоды «совокупной стоимости владения» премиальным оборудованием. Кто угадал — покажет время. Но понятно сейчас — уже к середине 2017 года рынок CCTV в России поменяет свою конфигурацию. И никогда не будет прежним.

 Текст: Анна Королева, Дмитрий Воронин

Russian Access Control Market. Trends for 2017 / By Anna Koroleva, Dmitry Voronin

In 2016, the demand for CCTV-systems in Russia was growing in units of equipment, but it was decreasing in money terms. Clients began not only to count pennies, but they've started to dictate own terms to suppliers. That led to the a tectonic shifts at the market. Russian companies introduced entry models to product assortment, European giants were promoting advantages of «total cost of CCTV ownership», Chinese manufactures launched direct sales of their own trademarks. Which strategy is right — time will show. But one thing is clear — by mid-2017, Russian CCTV-market will change its configuration. And will never be the same again.

Часть I. Новая экономическая реальность

НИХАО, РОССИЯНЕ

Как справедливо заметил на MIPS-2016 директор по маркетингу компании Dahua Максим Качалин, российский рынок видеонаблюдения многие годы жил по принципу коммодизации. На базе двух-трех непосредственных производителей, преимущественно из Китая или Тайваня (реже — Кореи), выстраивали свой бизнес российские вендоры с той или иной степенью русификации оборудования. Некоторые компании даже поднялись до уровня ODM-партнерства, то есть уже сами предлагали технические усовершенствования в модели камер и регистраторов. Которые китайцы с удовольствием внедряли — сначала для продукции конкретной компании-заказчика, а несколько месяцев спустя и для всех своих линеек.

Но уже с 2015 года ситуация стала кардинально меняться — на ведущих специализированных выставках типа MIPS / Securika выросли огромные стенды под флагами непосредственно китайских заводов Hikvision и Dahua Technology. Более того, в 2015 году Hikvision развернула массированную политику рекрутинга русскоязычных специалистов, открыла свою сеть офисов в российских городах. То же самое сделала и Dahua в 2016 году — компания открыла московский офис, набрала в штат инженеров с российским гражданством и sales-менеджеров. Одновременно с этим оба игрока увеличили импорт в Россию оборудования под собственными брендами — по некоторым оценкам, совокупная доля ввезенных камер Hikvision и Dahua составила более 40% от всего рынка видеонаблюдения.

Одновременно с «камин аутом» Dahua и Hikvision к прямому выходу на российский рынок видеонаблюдения готовятся и другие китайские бренды. Один из них — UniView. Компания уже запустила сайт в Рунете, правда, пока доступна только контактная информация. При этом OEM-вендоры оказались не готовы к такой трансформации рынка — ответный ход свелся к поиску альтернативных заводов-производителей в Китае. Попутно велись попытки договориться с «азиатскими драконами» о сохранении паритетных условий работы на российском рынке.

Компании до сих пор спорят, как относиться к модели прямого ведения бизнеса китайскими производителями в России.

Тем временем следом за началом прямых продаж китайской продукции азиатские компании развернули еще один тренд — битву за долю рынка. Через войну цен.

«УБИЙЦА OEM»

Не прибыли ради — примерно таким мог быть девиз HiWatch, нового бюджетного бренда, который в 2016 году вывела на рынок России китайская Hikvision. Невиданные дилерские скидки, при этом — жесткие обязательства по затариванию складов очень быстро привели к тому, что дилеры стали замещать на своих складах продукцию OEM-партнеров новым брендом. И как ни пытались OEM-компании соответствовать новой ценовой политике — HiWatch всегда могла предложить очередную «домашнюю заготовку» при обновлении прайс-листов. Компания явно играла на удержание доли рынка и объ-

ема продаж в единицах продукции. К осени 2016 года стало очевидно — прежняя бизнес-модель «клетчатой сумки челнока» больше не работает. Нужно или начинать производить свое, или создавать добавочную стоимость оборудования, повышая его функциональность.

ДИКТАТУРА ЗАКАЗЧИКОВ

Зацикленность на цене — так компании характеризуют спрос на видеонаблюдение в 2016 году. Выход из этой ситуации каждый вендор искал по-своему, кто-то пытался в работе с собственными поставщиками получать какие-то существенные скидки, специальные цены. Кто-то шел на сокращение маржинальности продаж.

Интеграторы советуют обращать внимание при работе с заказчиками на наличие «долгосрочного контроля» на объектах. Например, в сегменте высокобюджетного жилья за систему видеонаблюдения будет отвечать товарищество собственников или управляющая компания на всем сроке ее эксплуатации — здесь никто не заинтересован собирать каждые 1,5 года деньги за обновление вышедших из строя «китайских сюрпризов». По сути, об этом же говорит и шведская Axis. Компания ввела термин «совокупная стоимость владения», предложив клиентам учитывать не только цену камер, но и последующие затраты на их обслуживание и ремонт (понятно, что в случае с качественным оборудованием последние стремятся к нулю — таков посыл).

Тем не менее, уверен директор по развитию ГК «БЕНИТЭКС» Сергей Шпилевский, 2017 год станет временем сильнейшего демпинга, ребрендинга и ухода брендов в лоу-кост-сегмент и даже с рынка. «Пришло время сокращать издержки и уходить в проектные продажи», — считает Шпилевский. И, судя по всему, он прав.

Показательный пример — конкурентный анализ, который провела Panasonic. Как сообщили источники внутри японской компании, свои решения для России та рассматривает в трех ценовых сегментах — верхнем, среднем и бюджетном. При этом в двух последних в 2016 году среди конкурирующих марок стала фигурировать продукция китайского производства (Hikvision).

И НАШИМ, И ВАШИМ

В результате анализа спроса на видеонаблюдение рынок распался в 2016 году на два полярных лагеря — коммерческий сектор с установкой на низкую цену и различного рода комплексные программы (например, строительство московских ТПУ), в которых по определению продажи оборудования должны оставаться высокомаржинальными. На это рынок оборудования отреагировал почти немедленно: компании стали либо создавать проектные направления (прежде всего оборудование для интегрированных систем, где речь идет и о наблюдении, и об охранной сигнализации, о пожарной системе контроля доступа, счет идет на сотни камер, не на десятки), либо, наоборот, — ввели в ассортимент так называемые бюджетные линейки.

Бюджетный сегмент видеонаблюдения ориентирован в основном на так называемый сегмент SOHO (Small office/home office). HiWatch и ТД «Видеоглаз», не гова-

С кем будут конкурировать японские бренды видеонаблюдения в 2017 году:

High-End

- Axis Q Series
- Axis P Series
- Avigilon
- Bosch

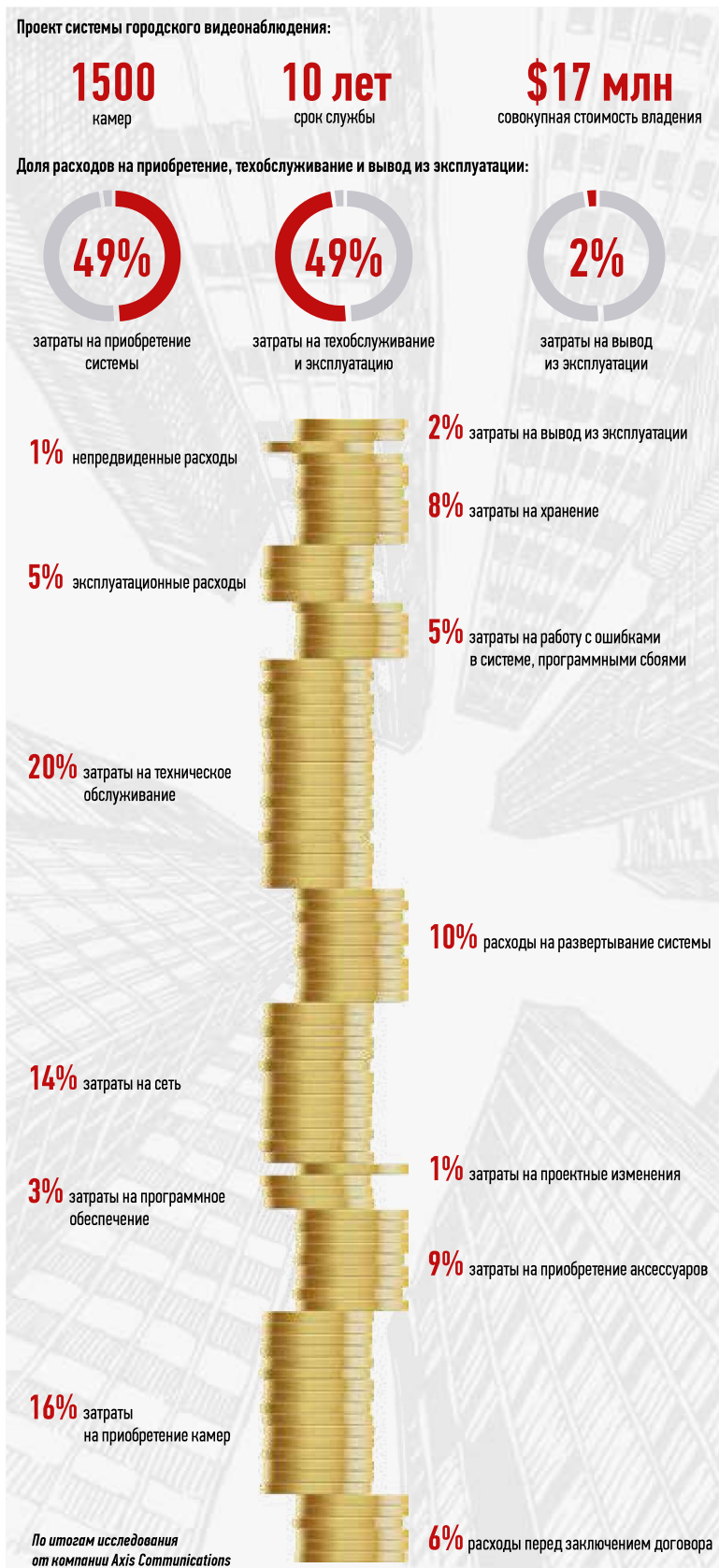
Middle End

- Samsung WizeNet III
- Hikvision IPC Smart series

Lite Series

- Samsung WizeNet
- Hikvision 2 Series

Стоимость владения системы видеонаблюдения



риваясь, предложили типовые решения в виде комплектов до 16 камер. Их примеру, по словам продвигенцев, в 2017 году может последовать и молодой бренд O'Zero.

ЛОКАЛИЗУЙСЯ ИЛИ УЙДИ

16 сентября 2016 года правительство России приняло постановление № 925 — о приоритете товаров и услуг отечественного происхождения. С этого момента тема локализации производства обрела черты госполитики.

До сих пор лишь несколько владельцев торговых марок заявляли себя в статусе производителей — Beward (научно-производственное предприятие «Бевард», Красноярск), МВК («БайтЭрг», Александров), IP- и АHD-видеокамеры XVI (eXtended Video Industrial), гибридные видеорегистраторы Sufron (ТПГК «Декси», Воронеж), VeSta (Новосибирск), сборочное производство АHD-камер Proto-X (на базе производственного объединения «Электроточприбор», Омск), «Тахион» (Санкт-Петербург), ЭВС (Санкт-Петербург).

Hikvision на весеннем MIPS-2016 объявила об открытии сборочной линии в Санкт-Петербурге. А в ноябре шведский IP-гигант Axis объявил о начале контрактного производства на базе завода Jabil (Тверская область). На февраль 2017 года, как стало известно журналу РУБЕЖ, запланировано подписание контракта на локализованное производство немецкого CCTV-бренда Mobotix (завод на базе ФГУП «ЭЗАН» в Черногоровке).

При этом мнения об актуальности такого импортозамещения разделились. Алексей Виталисов, заместитель генерального директора ООО «СМАРТЕК СЕКЬЮРИТИ», верит в идею: «Если ситуация будет развиваться так, что кроме «Made in Russia» невозможно будет продавать или реализовывать какой-либо товар, то тогда мы просто вынуждены будем говорить о локализации производства».

С ним не спешит согласиться Андрей Аверкин, генеральный директор ООО «АВИДЭЛ» (Advanced Vision Electronics): «Год назад ряд клиентов требовали локализации продукции, это представлялось важным мероприятием. Сейчас, по крайней мере за год, проектов, где бы требовалась такая обязательная локализация, стало существенно меньше. Последнее время я даже не слышал, что нам это необходимо».

Впрочем, у рынка есть и еще один сценарий, который принят к реализации на 2017 год.

ОТ «ЖЕЛЕЗА» — К РЕШЕНИЯМ

Еще один тренд рынка — отказ от ставки только на технические характеристики оборудования. В 2016 году крупнейшие игроки рынка — в первую очередь Axis — объявили, что перестают продавать просто камеры. Теперь они предлагают решения для конкретных сфер и направлений (банкинг, ритейл, транспорт) по схеме «камера + софт».

Причем компании больше не ждут годами результаты от своих отделов R&D, они активно заключают альянсы с готовыми программными продуктами. Та же Axis предложила камеру с системой распознавания номеров на борту, использовав софт «номерОК», разработанный украинской компанией FF. Чуть ранее компания Microdigital представила систему 3D-подсчета посетителей с использованием тепловизора, основанную на разработке компании CountMax. А до этого другому по-

Тренд рынка видеонаблюдения — отказ от ставки только на технические характеристики оборудования. Крупнейшие компании объявили, что перестают продавать просто камеры. Теперь они предлагают решения «камера + софт»



дукту MD — FlyCube — приписывали авторство все той же украинской команды FF.

Наконец, Axis пошла по пути открытой архитектуры решений и выложила в свободный доступ API (Application Programming Interface) к своим камерам — сторонние разработчики могут бесплатно использовать его для создания нового функционала в той же видеоаналитике.

Не стоят в стороне и азиатские вендоры. Одна только Hikvision в 2016 году создала коллекцию альянсов с российскими разработчиками ПО — от AxxonSoft до Trassir. В конце 2016 года этот список пополнил альянс с Milestone — китайцы стали «камерным» партнером Milestone, и тот будет писать драйверы для интеграции с ПО Milestone.

Что важно, интеграторы — ключевые «локомотивы» решений для рынка видеонаблюдения — видят будущее именно за совмещением возможностей оборудования и программного обеспечения. Как рассказал то же Виталий Кузнецов, его бизнес напрямую привязан к использованию возможностей камер видеонаблюдения в сочетании с программным обеспечением. «Axis с Mobotix привинтили к камере лазерный дальномер, который определяет расстояние до объектов. Axis лазер использует для того, чтобы очень быстро фокусировалась камера, это в PTZ проблема, она не так быстро фокусируется, когда постоянно сканируются разные сцены наблюдения. Mobotix применила решение Konica Minolta, которая купила немецкую компанию весной 2016 года. Это лазерный сканирующий детектор, который они используют для определения длины и размера автотранспортных средств, для определения скорости и трекинга, например, футболистов на поле. С его помощью они определяют, где кто находился в нужный момент, сколько бегал, как быстро бегал, эту статистику они собирают с помощью своих уникальных сенсоров. Они прикрутили этот сенсор к камере и получили решение, смысл которого в том, что камера условно видит объект и его можно нарезать на некие зоны, например зона 1 и зона 2, и настроить сценарий: если он в зону 1 зашел, то это как бы «внимание!», если уже подошел прямо к забору, к зоне 2, то это уже «аларм!», «тревога», и нужно что-то делать. И если, соответственно, наоборот, из зоны 2 в зону 1 вышел — то тревоги нет.

Их лазерный детектор определяет расстояние от камеры до объекта в радиусе до 50 м. То есть сканирует с охватом 180 градусов и может точно сообщить дистанцию удаления объекта и его размер. У этой системы минимум ложных срабатываний, ее можно настроить для охраны периметра, например, на атомных объектах.

Тренд будущего — конечно же, машинное зрение, интеграция систем безопасности с очень большим ко-

личеством датчиков и сенсоров, которые позволяют более точно анализировать окружающую обстановку, помимо того что ведется видеозапись. Это, конечно же, средства, которые позволяют эффективно работать с уже записанной информацией. Тот же time compressor от ITV — очень прорывная штука, можно фильтровать, сортировать объекты по цвету, размеру, скорости и говорить «покажи мне то, что я хочу увидеть». Буквально то, на что раньше требовались часы и дни, сейчас решается практически за минуту. Поэтому, если ты не предлагаешь вот эту вот «вишенку на торте», то ты как интегратор не имеешь конкурентных преимуществ. Проложить кабель-несущую систему, смонтировать оптику, то, что было классно в начале 90-х, то есть если ты умеешь варить волокно — это круто, сейчас этим никого не удивишь. Не удивишь своими знаниями в пассивной части совсем, даже в активной части сетевого оборудования тоже нечем удивлять, очень много участников рынка обладают этими знаниями, сертифицированы, «Золотые партнеры» и так далее. А вот новые решения, которые благодаря использованным в них технологиям позволяют клиенту получить какую-то новую ценность, — привлекают сильное внимание.

Правда, большой спрос, наверное, появится на все эти решения года через три-четыре. Надо подождать, клиенты должны привыкнуть к уровню цен. Взять качественную промышленную аналитику, каждая лицензия стоит от 500 до 10 000 евро на канал; канал — это один поток с камеры плюс серверное пространство. Пока это доступно либо спецобъектам, промышленным объектам, либо, что называется, для имиджа, престижа, очень богатые компании иногда могут заказать. «У нас такие клиенты были, просто им хочется, чтобы офис был интеллектуальным, поэтому они для систем контроля доступа в офис оснастили его, как раньше ставили просто считыватели по пальцу — не потому что реально нужно, а потому что круто», — рассказывают игроки рынка.

Как компании в 2016 году разделили CCTV-направление на проектное и коммерческое:

Beward Инжиниринг (проектное подразделение) — **Beward** (коммерческое подразделение)

Hikvision — HiWatch

RVi — O'Zero

MBK («БайтЭрг») — **Supercam** (P2P видеокамеры)

Smartec — Alteron

CTV — TARGET

OcoPro (Ivideon) — Nobelic

САМ СЕБЕ ИНСТАЛЛЯТОР

В 2016 году в поисках новых рынков сбыта вендоры начали осваивать «арктику» — совершенно новые для себя сегменты. Так, появление бюджетных линеек видеонаблюдения подтолкнуло брендодержателей из профессионального сегмента в сторону рынка B2C — к коробочным и do-it-yourself (DIY) решениям.

» Со временем мы сможем относиться к бюджетному видео как к продукту, который будет предлагаться на уровне каких-либо магазинов электроники вроде «Медиамаркта» или «М-Видео»

Алексей Виталисов,
заместитель генерального директора,
ООО «СМАРТЕК СЕКЬЮРИТИ»

В России Hikvision представила систему для «умного дома» — под брендом Ezviz в ней объединены облачное видеонаблюдение, охранная система (благодаря покупке в 2016 году бренда Ringox китайцы получили доступ к этому направлению оборудования).

Даже шведская Axis начала в 2016 году тестировать end-to-end линейки Companion Line, которая предполагает установку или самим инженером-продавцом, или

даже непосредственно заказчиком. Тестирование продаж идет в Германии и США, где традиционно дороги расценки на профессиональные кадры (том числе на инсталляторов систем безопасности).

Как заметил Андрей Аверкин, генеральный директор ООО «АВИДЭЛ»: «На примере продуктовой линейки Mobotix вырос спрос на решения в домофонии для премиального жилья. То есть когда частные клиенты стали подменять собой коммерческих заказчиков продукции брендов премиального сегмента. Другой вопрос — насколько велик объем такого рынка и насколько сами вендоры готовы перестраивать бизнес на розничные продажи».

Виталий Кузнецов, управляющий партнер Office Anatomy выступает за максимальную демократизацию решений: «Все, что включил и оно работает, то и должно быть реально. Я вообще должен, условно, просто воткнуть камеру в розетку, не должен думать, куда она пишет, что она пишет. Я зашел в App Store или Google Play, скачал приложение и все, у меня уже есть и видеозапись, и какие-то вкусные плюшки, причем бесплатно — видеоаналитика, детектор движения или еще что-то. Серверы Bosch, Axis мега-дорого стоят и просто не продаются. Проще реально купить Synology или Qnap. Даже если потратить несколько сотен долларов и пригласить инсталлятора — все равно выйдет дешевле».

ЧАСТЬ II. Технологические тренды

IP VS АНАЛОГ. ОТ КОНКУРЕНЦИИ К МУЛЬТИФОРМАТАМ

2017 год станет последним для стандартных аналоговых систем, уверена руководитель отдела развития дилерской сети Novicam Надежда Федина. Их вытеснят системы высокого разрешения, которые сравнялись по цене со стандартным аналогом и IP-системами как более гибкие. «Наша компания при формировании линейки оборудования на будущий год будет выделять две основные: бюджетный аналог с разрешением до 3 Мп (форматы АHD и TVI) и высокий сегмент IP с разрешением 4 и более мегапикселей, «двушка» для IP уже считается прошлым веком», — говорит Федина.

В 2016 году, по ее замечанию, практически окончательно ушел стандарт HD-SDI — его заменили новые аналоговые стандарты, которые имеют большую часть преимуществ стандарта SDI, но не имеют его недостатков.

Впрочем, полного отмирания аналоговых форматов, скорее всего, не случится. Аналоговые камеры, отмечает Андрей Христофоров, директор по продажам ITV | АххонSoft, имеют одно, но существенное преимущество перед IP — отсутствие задержки при передаче видео, то есть «честный realtime». В некоторых случаях это необходимо — например для фиксации нарушений правил дорожного движения. Кроме того, многие военные специалисты считают, что аналоговое видеонаблюдение сложнее саботировать.

Именно это обстоятельство, считает генеральный директор компании «Приборы охраны» Дина Шахматова, обеспечит «зеленый свет» мультимедийным устройствам — регистраторам моделей «5в1» и даже

«8в1». Особенно для проектов, где одновременно необходимы распределенные вычисления (встроенная видеоаналитика), хранение данных на конечном устройстве и одновременное применение аналоговых камер.

Павел Куриленко, региональный директор по продажам Hanwha Techwin, считает: «Основные тренды 2017 года — это камеры 4К, с разрешением 8 Мп, это встроенная видео- и даже аудиоаналитика. Мы планируем в первом квартале 2017 года выпустить линейку HD-камер с разрешением 4 Мп. Для тех клиентов, которые по-прежнему ориентируются на передачу сигнала по коаксиалу».

4К — ОТ FULL HD К ULTRA HD

Как отмечают вендоры сразу нескольких брендов, в 2016 году существенно уменьшился спрос на поворотные и PTZ-камеры. Это связано с появлением камер с высоким разрешением — 4К, оно позволяет добиться нужного качества даже при установке стационарных камер. Кроме того, в составе таких камер есть механические части, которые не позволяют камерам дешеветь принципиально. Между PTZ-камерами и стационарными ценовая пропасть продолжает расти.

Это подтвердил и Алексей Виталисов из «СМАРТЕК СЕКЬЮРИТИ»: «При работе с разрешением 4К требуется повышенная чувствительность матрицы, коль скоро размер относительно не большой. Детали пока не стану раскрывать, но решения 4К в Smartec в 2017 году будут основаны на высокочувствительных матрицах верхнего уровня».

Михаил Зикеев из Sony так видит перспективы формата: «Говорить, что 4К изначально имело какой-то

Технологии сжатия для экономии трафика при передаче видеопотоков

Hikvision: H.264+

Vivotek: Smart Stream

Panasonic: Smart Coding

Arecont Vision: Bandwidth Savings Mode

Axis: Zipstream



очень уж большой рынок, наверное, неправильно. Было понятно, что особенно на первом этапе это будут какие-то нишевые решения, под специфические задачи. Например, банковский сектор. Там особой видеоаналитики нет: стоит задача — запись 24 часа 7 дней в неделю. Или Чемпионат мира по футболу — где есть ограничения или обременения на создание видеоархива».

В прогнозах компании деликатно обходят стороной регистраторы и мониторы формата 4K — без них клиент даже с камерой 4K увидит разрешение не более чем Full HD (1920x1080). То есть конечная стоимость системы начинает серьезно возрастать.

ХОЧУ ВСЕ СЖАТЬ

На фоне роста интереса к форматам высокого разрешения логичным трендом, по мнению технического директора бренда Polyvision Сергея Миневича, будет стабильно высокий спрос на смарт-кодинг при сжатии видеопотока. Здесь эксперты прогнозируют конкуренцию между двумя группами решений: новый кодек H.265 и кастомизированные технологии на базе кодака H.264 (так называемый H.264+). Многие компании не ожидают, считает Миневич, что новый кодек H.265 тотально завоюет рынок в 2017 году. Причина — высокая эффективность распространенного кодака H.264 и отсутствие на данное время общих стандартов для внедрения H.265. Однако большинство китайских производителей в 2016 году начало переход на новые процессоры от HiSilicon H3516A и 3516D (бюджетная версия), в них уже заложена поддержка кодака H.265 и разрешения 4K. Не исключено, что уже в 2017 году китайские производители сделают кодек H.265 настолько массовым, что он фактически станет стандартом.

АНАЛИЗИРУЙ ЭТО

Видеоаналитика, по признанию старшего менеджера по развитию бренда Milestone Юлии Горбуновой, в 2016 году часто звучала среди запросов клиентов. Но не всегда в итоге продавалась. «На действительно хороший проект с видеоаналитикой, не для галочки, надо потратить большое количество времени, протестировать несколько разных продуктов. Требуется приложить очень много усилий: изучить, как камеры расположены, насколько

все сложно в срабатывании и так далее. И не все клиенты доходят до финиша, потому что они приходят за красивой видеоаналитикой, а когда видят, сколько нужно вложить денег, труда и насколько это недешево, то пыл, к сожалению, проходит».

Еще один тормозящий фактор — недостаточный объем реальных знаний у самих интеграторов. Как рассказал Виталий Кузнецов из компании Office Anatomy, «они пока не умеют продавать такие системы. «Астерос», «КРОК», «Техносерв» — все разрабатывают собственную аналитику. Но говорить, что они накачали мускулы ее продвижения, пока рано», считает он.

Тем не менее спрос на аналитические возможности CCTV-систем в 2017 году однозначно будет расти. Его главными драйверами, судя по комментариям представителей Ivideon и ITV | AxxonSoft, будут интерес к технологиям интеллектуального поиска в архиве, интеграция систем видеонаблюдения с системами контроля и управления доступом (и востребованность функции распознавания лиц), а также облака, причем в разных видах. Это и системы видеонаблюдения как сервис (SaaS), и оптимизация софта для развертывания на облачной инфраструктуре заказчика или партнера, который в свою очередь уже предоставляет его своим клиентам как сервис.

ВРЕМЯ ОПТИМИСТОВ

Владимир Василенко, управляющий директор компании «Приборы охраны», в своем прогнозе на 2017 год сформулировал невеселый афоризм: «Если в прошлом году у клиентов денег не было, то теперь их не будет совсем». Даже с поправкой на гиперболу рынку российского видеонаблюдения и так ясно: наступило время пересмотреть подходы к бизнесу. Это больше не реселлинговая модель (и не с «чуть легкими» конструктивными виньетками на стороне местных технических отделов), и это не диктат возможностей поставщика.

В 2017 году компаниям предстоит освоить создание добавочной стоимости, за счет soft-верных возможностей оборудования, максимально комфортного сервиса, и научиться наконец работать с законодательными органами власти (в том числе по возведению барьеров входа на рынок). Или — продолжая мысль Владимира Василенко — переквалифицироваться в управдомы.

Спрос на аналитические возможности CCTV-систем в 2017 году будет расти. Его главными драйверами будут технологии интеллектуального поиска в архиве, интеграция систем видеонаблюдения с системами контроля и управления доступом, а также облака