


HiWatch — возмутитель спокойствия

Появление бренда HiWatch взбудоражило и торговые компании, и многих OEM-вендоров. Участники рынка рассматривают следующие сценарии: HiWatch, снижая цены, выдавит с рынка такие бренды, как Optimus, Tantos, Novicam или Polyvision, других «партнеров» по рынку утянет за собой в лоукост-сегмент, освободив флагманскому бренду Hikvision место для ввоза IP и мультиформатных устройств. Эти версии, а также дальнейшие планы компании на российском рынке журналу РУБЕЖ прокомментировала директор по продажам Hikvision Russia&CIS **Кристина Короленко**.

 Беседавал: Дмитрий Воронин



Кристина Короленко
директор
по продажам
Hikvision Russia&CIS

Что такое бренд HiWatch?

КРИСТИНА КОРОЛЕНКО: Это ответ компании Hikvision на сложившуюся некоторое время назад экономическую ситуацию в стране, особенно на региональном рынке, связанную с сокращением бюджетов, ростом курса валют и другими факторами. И если раньше сам бренд Hikvision занимал достаточно сильную позицию и закрывал бюджетную часть посредством второй линейки оборудования (все оборудование серии DS-2CD2xxx), то падение курса рубля к доллару вынудило нас посмотреть в сторону другого сегмента. Мы оптимизировали функционал видеокамеры, оставив только ее базовую функцию, что, собственно, и требова-

лось заказчику. Так появился бренд HiWatch, который сохраняет высокое качество комплектующих, но позволяет сделать интересное для заказчика ценообразование.

Дилерская сеть сохранится или вы начнете напрямую взаимодействовать с покупателем?

К. К.: Дилерская сеть от компании Hikvision продолжит существовать. Мы ведем историю Hikvision в России с 2009 года, с момента появления российского подразделения. Тогда была сформирована и реализована идея по двухуровневой системе дилерства, а именно — система «Золотых» и «Серебряных» партнеров. Никаких изменений эта схема не претерпела.

Что касается появления HiWatch, то это новый бюджетный бренд, что изначально предполагает сокращение цепочки продаж, чтобы сохранить для клиента привлекательную цену. Исходя из продуктовой стратегии по данному продукту была сформирована одноуровневая дилерская сеть HiWatch, которая продает оборудование конечному заказчику. Часть «Золотых партнеров» по Hikvision также изъявила желание стать дилерами HiWatch и подписала договоры о сотрудничестве.

Планируются ли какие-то изменения в составе дилеров или условий работы с ними?

К. К.: Мы работаем по той же схеме, которая была изначально. Единственное, что мы дополняем, это поиск собственными усилиями проектов, интеграторов, контрагентов, которых мы в дальнейшем передаем нашим партнерам.

Состав, конечно же, претерпевает изменения, так как часть компаний не выполняет взятые на себя обязательства, на их место приходят другие.

Цена на HiWatch сопоставима со стоимостью оборудования Hikvision для российских OEM-производителей. Вы догадываетесь, что они не рады?

К. К.: У нас нет задачи вывести HiWatch вместо OEM. Любой OEM-бренд строился в первую очередь на оборудовании Hikvision. HiWatch — это совершенно другой продукт. Мы можем сравнить его с брендами низкого ценового сегмента, допустим с Optimus или Polyvision. А в OEM-канале Hikvision никогда низкий ценовой сегмент не создавал и не планировал.

На базе оборудования Hikvision делается дорогое, качественное оборудование с до-

HiWatch — Peace Breaker. Interview with Kristina Korolenko, Chief Sales Officer, Hikvision Russia&CIS /
By Dmitry Voronin

The appearance of new Hikvision's brand — HiWatch — put into a flutter trading companies and many OEM-suppliers. Market's players see the next scenario. HiWatch will be cutting prices and putting out of business such brands as Optimus, Tantos, NOVICAM and Polyvision. At the same time HiWatch will steal other market partners to the low-cost segment of market, and that will make space for the flagship Hikvision and its IP and multiple devices. Kristina Korolenko, chief sales officer in Hikvision Russian&CIS, in exclusive interview to a&s RUBEZH Russia Magazine commented these versions and further plans of Hikvision on Russian market.

полнительным функционалом и возможностями. HiWatch находится в другом рынке, где OEM-вендоры не работают.

Коробочный бренд EZVIZ, который недавно был презентован в московском шоу-руме Ali Express, рынок технических средств безопасности не беспокоил. Т. е. он находится через стеклянную перегородку от В2С-рынка. В случае же с HiWatch вендоры стали испытывать определенные трудности. Общее мнение: Hikvision поступает так же, как INTANT в Казахстане. Несколько лет воспитывал дилерскую сеть и вдруг за три дня ее закрыл, поставил собственные филиалы и начал работать напрямую со своими заказчиками.

К. К.: Разница между нами и Казахстаном как раз в том, что если в Казахстане есть INTANT, то у нас таких INTANTов несколько. Я имею в виду непосредственно прямую дистрибуцию. Для любого бренда есть своя ниша, своя клиентская база, свой потребитель. И OEM не исключение. Либо OEM должен также в перспективе планировать вывод своей собственной линейки оборудования. На рынок влияет определенная экономическая ситуация, не мы ее создаем. Мы лишь подстраиваемся под потребности заказчика, при этом остаемся открытыми для диалога с нашими партнерами.

То, что HiWatch взбудоражил рынок, не только российский, но и международный, — это факт. Потому что мы предложили такое решение, которого раньше либо не было, либо оно было завуалировано. Мы вывели новый бренд, который рынок подхватил.

А если OEM начнут искать альтернативное производство в Китае? Насколько это будет экономически ощутимо для Hikvision?

К. К.: Практически никто из китайских производителей не предложит своим OEM-клиентам такой высокий уровень комплектующих, стабильное качество оборудования и высокий уровень отказоустойчивости.

Что будет происходить с продуктовой стратегией самой Hikvision с появлением HiWatch?

К. К.: HiWatch и Hikvision — это два не зависящих друг от друга бренда, соответственно, два не зависящих друг от друга продукта, ориентированных на разные потребительские сегменты и потребности, поэтому продуктовая стратегия больше зависит от текущей экономической ситуации, от ее будущих изменений.

На ваш взгляд, как складывается ситуация после полугода присутствия HiWatch на российском рынке?

К. К.: HiWatch в том формате, в котором он был выведен, появился непосредственно 24 февраля 2016 года, он был неполным, незаконченным решением, т. е. в начале года в линейке были IP и некоторые TVI-модели. В июне, через четыре месяца, произошло расширение линейки IP. Сейчас HiWatch, может быть, посредством узнаваемости бренда Hikvision, а может быть благодаря тому, что уже ранее продавался в ограниченной серии оборудования, получил известность на рынке. Мы занимаем определенную пози-

HiWatch HIKVISION

HiWatch и Hikvision — это два не зависящих друг от друга бренда, ориентированных на разные потребительские сегменты

цию на рынке благодаря бюджетной линейке оборудования. Ответить на вопросы «сохранится ли такая тенденция и удержим ли мы рынок?» я не могу. Из тех соображений, что рынок складывается в первую очередь исходя из экономической ситуации в стране. Если два-три года назад IHS Research говорил, что российский рынок видеонаблюдения оценивается в \$264 млн, то в прошлом году объем рынка упал до \$250. Законы экономики никто не отменял.

Покупка Rugged — это стремление выйти на рынок комплексных систем безопасности?

К. К.: С проектным рынком мы уже работаем посредством систем видеонаблюдения Hikvision, в первую очередь «умных» камер с интеллектуальным набором ПО iVMS-5200. Если говорить о Rugged, то это главным образом охранная система. Если рынок систем безопасности раньше нуждался в камерах-регистраторах, то сейчас он смещается в сторону комплексных систем безопасности. В рамках этого тренда развивается и компания Hikvision, дополняя свой ассортимент новыми товарными группами. Я имею в виду мировой масштаб, а не только Россию. Обеспечение физической безопасности и рынок систем безопасности, видеонаблюдения в данном случае тесно связаны, поэтому мы решили поддержать этот турнир.

Кстати, о турнире. Hikvision спонсировала Лигу безопасности по футболу как раз по-

тому, что охранные системы востребованы ЧОПами?

К. К.: В том числе. Если говорить о правильных ЧОПах, то мы давно поставляем для них видеонаблюдение.

У вас уже год как локализовано производство в России. Насколько можно оценить итоги его работы?

К. К.: Производство находится в Санкт-Петербурге. Можно сказать, что для тех проектов, которые требуют оборудования «Сделано в России», оно подходит, сборка ведется. Что касается расширения и увеличения, в дальнейшем планируется, скорее всего, развитие производственных мощностей, возможно, с наращиванием производственных процессов. Не исключен и выпуск компонентной базы, все зависит от запросов рынка. Если в проект требуется оборудование, мы его изготавливаем.

Муниципалитеты начинают запрашивать проекты с комплексными ИТ-решениями, позволяющими управлять инфраструктурой. Редкий случай, когда они стали проявлять инициативу сами. У Hikvision есть готовые решения, прототипы, а может, уже реализованные проекты, которые встраиваются в формат «умного города»?

К. К.: Держать заготовку, наверное, не совсем правильно. Потому что каждый заказчик приходит за тем решением, которое он хочет видеть. И здесь нужно подходить креативно. Решение клиентского запроса — это действительно творческая работа, требующая ресурсов компании как с точки зрения менеджера, так и с точки зрения инженера и R&D-подразделения. Вся эта работа должна дать заказчику то, что он хочет, за те деньги, которые он планирует заплатить.

Есть ли в планах Hikvision создание облачного сервиса в России, или вам достаточно взаимодействия с местными операторами?

К. К.: Мы предоставляем пользователю облачный сервис для просмотра онлайн. Он находится за пределами России. По последней информации от департамента, который занимается этими решениями, сейчас идет процесс размещения серверов на территории Российской Федерации для того, чтобы, согласно законодательству, данные пользователей хранились здесь. Но все зависит от спроса. Вы правильно подметили: уже есть готовые решения российских компаний, которые предлагают за определенную абонентскую плату полноценный комплекс услуг как с просмотром онлайн, так и с хранением, управлением и так далее. Их может быть вполне достаточно.