

Импорт в Россию мобильных телефонов за 12 месяцев 2019 года

ОТЧЕТ

на основе подробных данных статистики внешней торговли России

2020

При использовании материалов данного отчета в публикациях ссылка на аналитический центр GS Group обязательна

Исследования по импорту мобильных телефонов расположены на официальном сайте GS Group в разделе «Аналитический центр»
<https://gs-group.com/press-center/analytical-center/elektronika/>

Аналитический центр GS Group

Аналитический центр GS Group проводит кабинетные и полевые исследования в области технологий для телевидения, потребительской электроники и микроэлектроники, композитных материалов и глубокой переработки древесины.

Специализация центра — сбор и анализ больших массивов данных о рынке. Сотрудники центра анализируют последние события и тенденции, используя собственный опыт и оценки экспертов.

В результате этой работы появляется единая понятная картина рынка с его ключевыми особенностями, трендами и перспективами, на основании которой заказчик может сформировать стратегию развития бизнеса и оценить необходимые инвестиции и прибыль.

Мы предлагаем вам свое экспертное видение рынка для воплощения ваших гениальных идей и решений!

GS Group

GS Group — инвестиционно-промышленный холдинг, обладающий глубокими компетенциями в сфере разработки и производства микроэлектроники и потребительской электроники полного цикла, создания и управления вещательными проектами по всему миру, разработки и интеграции программных продуктов, R&D и производства наноматериалов, глубокой переработки древесины, производства и управления медиаконтентом, рекламной деятельности полного цикла. Кроме того, GS Group развивает единственный в России частный инновационный

кластер «Технополис GS» — современный город, где успешно работают пять высокотехнологичных производств, проектируется и строится удобная инфраструктура, а также формируется благоприятная среда для самореализации и непрерывного развития специалистов. Как национальный технологический лидер в сфере производства инновационных продуктов с высокой добавленной стоимостью холдинг GS Group пристально следит за развитием рынков своего присутствия, а также перспективными отраслями, анализируя изменения и ключевые мировые тренды.



Оглавление

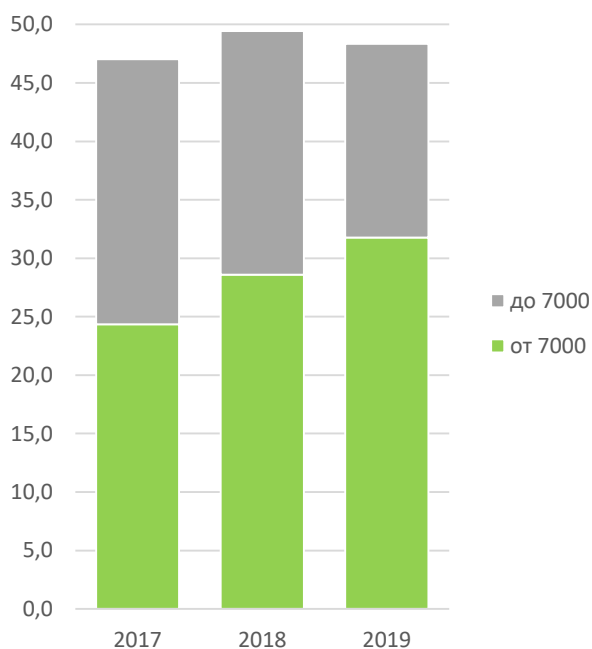
Общие данные	4
1. Верхний сегмент	4
2. Нижний сегмент	5
Ведущие бренды смартфонов от 7 000 рублей	5
1. Huawei	6
2. Samsung	7
3. Xiaomi	8
4. Apple	9
Прочие бренды смартфонов от 7 000 рублей	9
Бренды Китая	11
Смартфоны и мобильные телефоны с оценочной ценой в рознице ниже 7 000 рублей	11
Сколько мы заплатили	13

Общие данные

За двенадцать месяцев 2019 года в Россию было импортировано 48,3 млн мобильных телефонов. Из них 66 % (31,8 млн штук) составляют смартфоны с расчетной ценой в магазине от 7 000 рублей, соответственно 34 % поставок занимают смартфоны и кнопочные телефоны с ценой в магазине до 7 000 рублей. Напомним, еще в 2017 году по количеству устройств сегменты были равны.

В четвертом квартале прекратилось падение: объем импорта вырос на 6 % (4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.) до 16 млн штук. Тем не менее, 2019 год все равно оказался ниже предыдущего. По итогам 12 месяцев 2019 года, как мы прогнозировали ранее, объем импорта снизился на 2 % (12 мес. 2019 г. к 12 мес. 2018 г.), в то время как год назад поставки выросли на 5 % (12 мес. 2018 г. к 12 мес. 2017 г.)

Импорт сотовых телефонов в РФ за 12 мес., млн штук

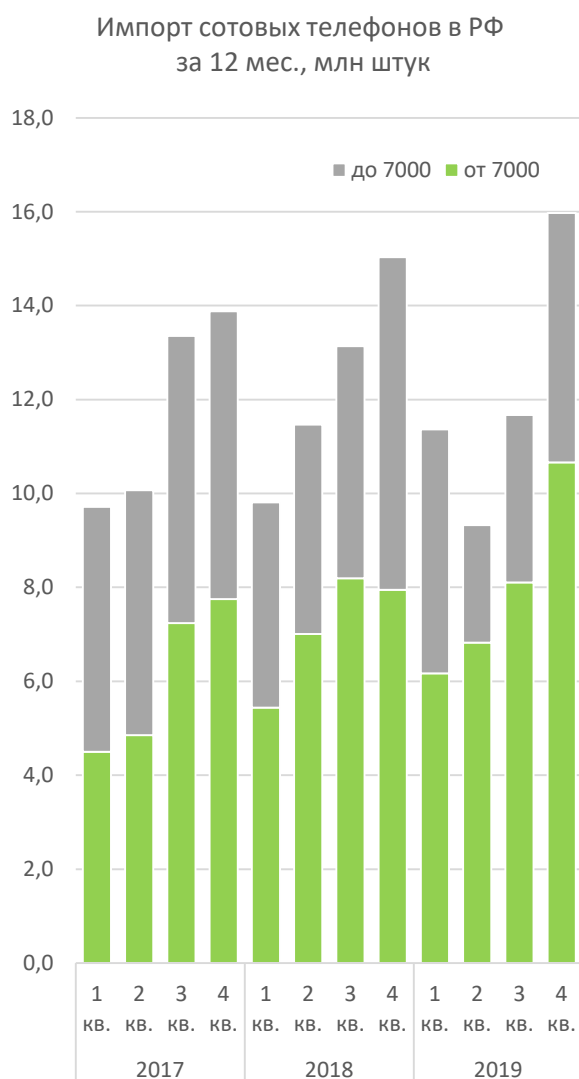


В верхнем сегменте (от 7 000 рублей) по итогам 12 месяцев 2019 года рост составил 11,1 %, объем нижнего (до 7 000 рублей) снизился на 21 %. Сегменты все больше расходятся: если верхний незначительно снижался только в середине 2019 года, то нижний — напротив: падает двузначными темпами и только на рубеже 2018—2019 годов показывал хороший рост. Однако динамика падения и роста сегментов не так однозначна, подробнее в части 3 в разделе «Игра по крупному».

1. Верхний сегмент

Верхний сегмент показывал рост в течение всего 2018 года, в среднем на 20 % в квартал (к аналогичному периоду в 2017 году). Только в четвертом квартале 2018 года рост составил всего 3 % из-за снижения поставок Apple. 2019 год начался с роста: в первом квартале сегмент вырос на 13 % (1 кв. 2019 г. к 1 кв. 2018 г.), однако во втором и третьем кварталах верхний сегмент показал незначительное падение: на 3 % и 1 % соответственно. Основной причиной замедления во втором квартале было давление властей США на Huawei, а в третьем — значительное падение прочих брендов, не входящих в топ-4.

В четвертом квартале 2019 года снижение верхнего сегмента прекратилось, импорт вырос на 34 % (4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.) до 10,7 млн штук. Пока это рекордный объем поставок за квартал за всю историю импорта мобильных телефонов в Россию, что хорошо видно на графике. Надо сказать, что наш прогноз роста верхнего сегмента в четвертом квартале и по итогам года оправдался, хотя и был менее оптимистичным (1-3Q 2019 mobile phones supply report GS Group). Хорошую динамику сегменту обеспечили Xiaomi, OPPO и Vivo, поставки которых взлетели в четвертом квартале в несколько раз, а также долгожданное восстановление Apple.



2. Нижний сегмент

О глобальных причинах падения в нижнем сегменте мы говорили в предыдущих квартальных отчетах за 2019 год. В этом отчете мы покажем еще один взгляд на падение нижнего сегмента, подробнее в части 3 в разделе «Игра по-крупному».

Нижний сегмент падал в течение трех кварталов 2018 года в среднем на 17 % (к соответствующему периоду 2018 года). Только в четвертом квартале поставки выросли на 16 % (4 кв. 2018 г. к 4 кв. 2017 г.), в основном благодаря появлению

нового бренда Inoi и росту поставок Texet. В результате по итогам 2018 года нижний сегмент просел на 8 % (2018 год к 2017 году) — до 20,8 млн штук. В 2019 году в первом квартале сегмент показал резкий рост на 19 % — до 5,2 млн штук, причем благодаря тем же брендам. Однако этот объем все равно был ниже любого квартала 2017 года. Из-за неверной оценки импортерами потребительского спроса данный объем телефонов продавался плохо, в итоге во втором и третьем квартале поставки рухнули на 44 % и 28 % соответственно. Основные причины низкой динамики — падение в несколько раз объемов лидеров сегмента: Inoi, BQ, Vertex, а также уход с рынка бренда Fly. Общий объем поставок в нижнем сегменте во втором и третьем кварталах составил 6 млн штук, для сравнения: только в третьем квартале 2017 года импорт телефонов до 7 000 рублей составил 6,1 млн штук.

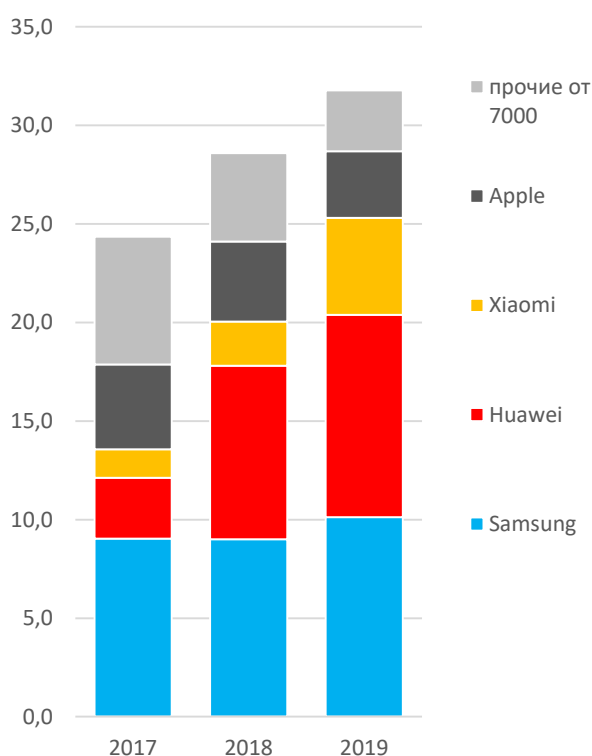
В четвертом квартале 2019 года нижний сегмент продолжает падение — до 5,3 млн штук (снижение на 25 %, 4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.) Это лучший квартал в нижнем сегменте по объему за весь 2019 год, но, тем не менее, его уровень ниже аналогичных в 2017 и 2018 году. Основную роль в подъеме (по сравнению со вторым и третьим кварталами) сыграло восстановление объемов поставок BQ, Inoi и Texet, а также появление нового бренда F+, который должен заменить компании «Марвел» потерю бренда Fly.

Ведущие бренды смартфонов от 7 000 рублей

Четыре лидера рынка (Huawei, Samsung, Xiaomi и Apple) неизменно удаляются от ближайших преследователей. Поставки смартфонов Huawei и Samsung за 2019 год превысили 10 млн штук, даже Apple привезла более 3 млн штук, в то время как все прочие бренды от 7 000 рублей в сумме поставили всего 3 млн штук, объем крупнейшего из них — Vivo — едва достиг 600 тысяч штук.

Суммарный объем поставок четырех ведущих брендов за 2019 год составил 28,7 млн штук (прирост на 34 % по итогам четвертого квартала и на 19 % по итогам 12 месяцев). Суммарная доля этих брендов составляет 90 % от общего объема поставок смартфонов от 7 000 рублей (или 59 % от всего рынка мобильных телефонов). Доля топ-4 немного уменьшилась по итогам года из-за снижения в четвертом квартале до 87 % (до этого в течение 2019 года она неизменно была 92 %). Тем не менее, если сравнить 2019 год с 2017 годом, когда доля топ-4 в среднем составляла 73 %, консолидация рынка очевидна.

Импорт смартфонов от 7000 руб. ведущих брендов в Россию за 12 мес., млн штук*



* Модельный ряд Samsung и Huawei включает также дешевые модели, которые попали в сегмент «до 7 000 рублей». В данном разделе и графиках такие модели не учитываются, если иное специально не оговорено в тексте.

В четвертом квартале 2019 года Huawei продолжил наращивать объемы поставок на российский рынок, окончательно закрепив свое лидерство, и, как мы прогнозировали ранее (1-3Q 2019 mobile phones supply report GS Group), по итогам года Huawei вышел на первое место, с минимальным отрывом обогнав Samsung. На третьем месте прочно закрепилась Xiaomi, а Apple также прочно удерживает четвертое место.

1. Huawei

Компания Huawei стала лидером 2019 года по поставкам смартфонов в Россию. Торговая война США с Китаем и персонально с Huawei не смогла остановить компанию. Напротив, Huawei стала символом этого противостояния, что в итоге впоследствии привлечет других китайских производителей к ее платформе и экосистеме в целом. Суть и причины конфликта с властями США мы анализировали в предыдущих отчетах (1-2Q 2019 mobile phones supply report GS Group, 1-3Q 2019 mobile phones supply report GS Group). Главным результатом борьбы Huawei за свое существование в 2019 году стал выход собственной операционной системы HarmonyOS, в существование которой никто не верил всерьез, даже когда компания объявила об альтернативе Android. В начале 2020 года Huawei продолжила развивать собственную платформу, выпустив набор сервисов HMS Core 4.0 (Huawei Mobile Services), который значительно упростит жизнь разработчикам мобильных приложений и в результате сделает сотрудничество с Huawei еще более популярным и востребованным, а магазин приложений Huawei App Gallery — более полным. Также стоит упомянуть сообщения о создании ведущими китайскими производителями (Huawei, Xiaomi, Oppo и Vivo) альянса GDSA (Global Developer Service Alliance). GDSA станет единой платформой для разработчиков, которая позволит им загружать приложения в магазины сразу всех участников альянса. Это еще больше привлечет разработчи-

ков мобильных приложений к китайским производителям смартфонов, улучшит монетизацию их экосистем и в конечном итоге ухудшит позиции Google сначала в Азии, а затем и в других регионах.

После того как во втором квартале 2019 года атака США на компанию всеми возможными средствами провалилась, уже в третьем квартале спрос в России вернулся к нормальному уровню, а импорт составил 2,7 млн штук. В четвертом квартале Huawei поставил сразу два рекорда на российском рынке за всю историю импорта смартфонов: самый большой объем поставок среди всех компаний за один квартал и за весь год (правда, за счет двух своих брендов — Huawei и Honor). Импорт смартфонов Huawei, включая бренд Honor, в последнем квартале 2019 года превысил 3,2 млн штук, что на 18 % выше уровня последнего квартала 2018 года (4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.) Общий объем по итогам года — 10,3 млн штук (рост на 17 %, 2019 год к 2018 году). По итогам 2019 года доля Huawei выросла до 32,3 %.

Основной объем смартфонов Huawei находится в нижней ценовой группе: импорт Honor 7A, 8A и 8S и Huawei Y5 Lite составляет более половины всех поставок компании. В средней ценовой группе ведущими моделями компании являются Honor 10 Lite, Honor 8X и пришедший ему на смену Honor 9X, в сумме их поставки составляют около 20 %. Премиальные семейства моделей Huawei P30, Mate20 и Mate 30, а также Honor 20 составляют не более 15 %. В целом, Huawei играет в нижнем сегменте.

Чем обернулось появление Huawei на российском рынке для остальных игроков и покупателей, мы подробнее посмотрим в части 3 в разделе «Игра по-крупному».

2. Samsung

За 12 месяцев 2019 года Samsung импортировал 10,1 млн штук смартфонов от 7 000 рублей, показав прирост 12% (12 мес. 2019 г. к 12 мес. 2018 г.) Рост в четвертом квартале составил всего 10 % — до 2,8 млн штук, что меньше, чем в рекордном втором квартале 2019 года (2,9 млн штук). Средний квартальный прирост поставок компании на российский рынок за 2018 и 2019 года составляет 6 % (сравните со 118 % у Huawei), поэтому неудивительно, что по итогам 2019 года Samsung занял только второе место, правда, с минимальным отставанием. Доля бренда составила 31,9 % (в 2017 году она превышала 37 %).

В наших квартальных отчетах мы подробно описывали перемены в логистике Samsung. Суммируя, можно сказать, что компания прочно обосновалась в Индии, по крайней мере, когда речь идет о производстве дешевых моделей смартфонов, например, J2 Core и A10. Доля поставок в Россию из Индии, которые начались только во втором квартале 2018 года, росла каждый квартал и в результате в четвертом квартале 2019 года составила уже 66 %. По итогам 2019 года доля Индии сравнялась с долей Вьетнама — 47—48 %, а доля Китая упала с 30 % в 2017 году до 5 % по итогам 2019 года. Доля Кореи не превышает 0,1 %. При этом уход из Китая не избавит Samsung от глобальных проблем, таких как срыв поставок из-за коронавируса, поскольку основная часть комплектующих, например, дисплеи для смартфонов, до сих пор производится в Китае, подробнее в части 2 в разделе «Рынок должен проглотить».

Samsung последовательно уходит в более дорогие сегменты. В нижней ценовой группе компания предлагает модели Just core, J2 и CoreJ2, доля которых в поставках Samsung не превышает 10 %. Основной объем смартфонов Samsung в России составляют модели средней ценовой

группы A10 и A20s (37 % в поставках компании) и более дорогая модель A50 (27 %). На премиальные семейства S10 и Note10 приходится не более 7 % от поставок компании.

Компания Samsung продолжает эксперименты с премиальными моделями в виде раскладушек (смартфон-книжка), чтобы показать свои компетенции в противовес китайским конкурентам. Взамен провальной по некоторым оценкам Samsung Fold компания предложила более понятную, особенно взрослому поколению, Z Flip. Но, скорее всего, при всех маркетинговых возможностях Samsung, это направление не получит дальнейшего развития.

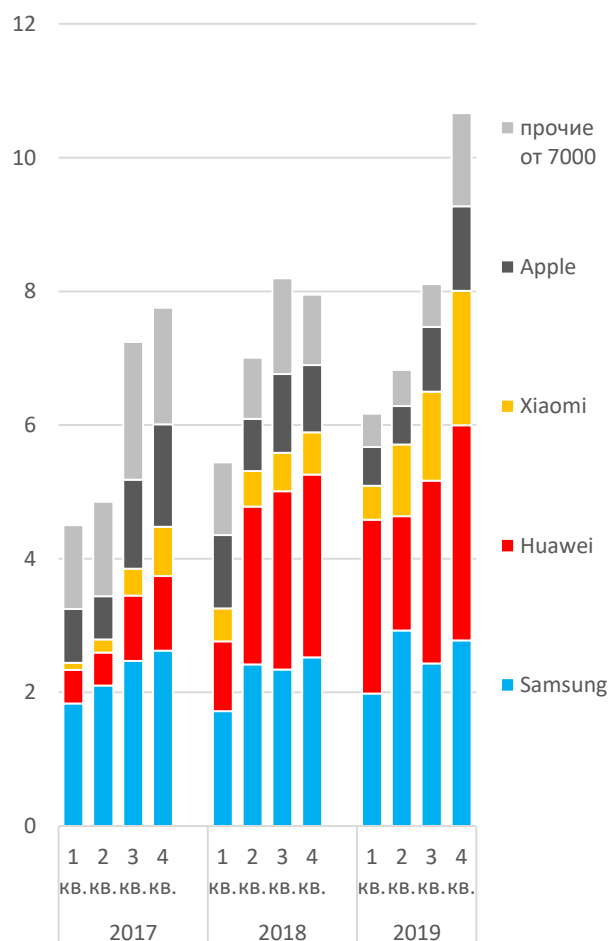
3. Xiaomi

Поставки смартфонов Xiaomi в Россию в четвертом квартале 2019 года взлетели на 216 % (4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.) и составили 2 млн штук. По итогам 2019 года объем импорта Xiaomi составил 4,9 млн штук, что означает рост на 121 % (12 мес. 2019 г. к 12 мес. 2018 г.) Если в третьем квартале еще сохранялась интрига, то по итогам года уже точно можно сказать, что Xiaomi окончательно оторвался от Apple и прочно занял третье место в России с долей 15 %.

Большая заслуга в успехе Xiaomi в России принадлежит независимым дистрибьюторам, не связанным с компанией (в свою очередь, Huawei, Samsung и Apple ввозят смартфоны в Россию через собственные дочерние компании). Их состав принципиально поменялся еще в 2018 году, и сегодня основную долю в поставках Xiaomi в Россию занимает diHouse (40 %), структуры «Марвел» и DNS — 24 % и 21 % соответственно. Все три дистрибьютора нарастили в 2019 году объемы поставок бренда, особенно diHouse.

Основная модель Xiaomi в нижней ценовой группе — Redmi 7A, ее доля в конце года составляет 18 %. В средних ценовых группах компания делает ставку на семейство Redmi 8 (модели Redmi 8 и Redmi 8A), доля которых в поставках бренда в Россию составляет 29 %, и более дорогое семейство Redmi Note 8 (модели Redmi Note 8T и Redmi Note 8 Pro), на которые приходится еще треть поставок бренда. Доля премиального семейства MI 9 составляет не более 4 %. Подробнее о структуре ценовых групп Xiaomi в части 3 в разделе «Игра по-крупному».

Импорт смартфонов от 7000 руб. ведущих брендов в Россию за 12 мес., млн штук*



4. Apple

Доля iPhone в России продолжает планомерно снижаться: с 18 % в 2017 году до 11 % в 2019 году, в первую очередь, из-за Huawei и Xiaomi, подробнее в части 3 в разделе «Игра по-крупному». Apple показала неплохие результаты в четвертом квартале — рост на 26 % (4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.) — до 1,3 млн штук. Но все это после падения пять кварталов подряд. В результате по итогам 2019 года объем поставок Apple составил 3,4 млн штук (падение на 17 %, 2019 год к 2018 году).

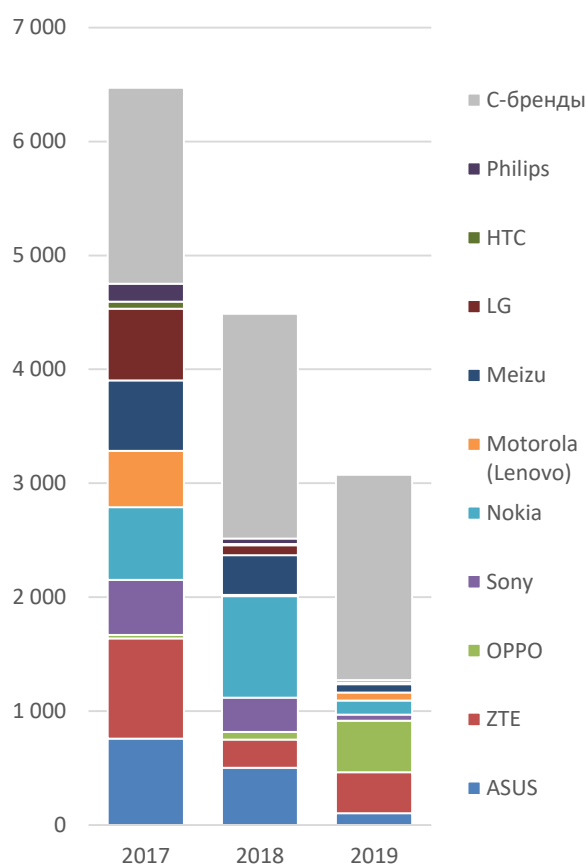
Небольшой модельный ряд Apple медленно меняется, но прорывных изменений, которые от нее ждут, компания давно не показывает, а где-то и отстает от китайских конкурентов. Стараясь не сталкиваться с ними напрямую, компания делает ставку на дорогие модели. Так, доля семейства iPhone 11 составила более половины от всех поставок Apple в четвертом квартале (56 %), а доля самой популярной модели, iPhone XR — не более 20 %. На самом деле, Apple играет в принципиально других ценовых группах, нежели остальные лидеры, однако российский рынок меняется не в сторону Apple. Подробнее о потерях Apple за два года мы расскажем в части 3 в разделе «Игра по-крупному».

Положение Apple не улучшится в ближайшее время. Помимо глобальных изменений на российском рынке смартфонов, для этого есть еще несколько серьезных причин. Во-первых, предустановка российского ПО ударит прежде всего именно по Apple, так как из всех лидеров и ближайших преследователей именно эта компания меньше всего желает работать с навязанным ей софтом, причем еще и для отдельного рынка. Во-вторых, нарушение графика производства и логистики из-за коронавируса также сильно ударило по поставкам Apple. Подробнее в части 2 в разделе «Рынок должен проглотить».

Прочие бренды смартфонов от 7 000 рублей

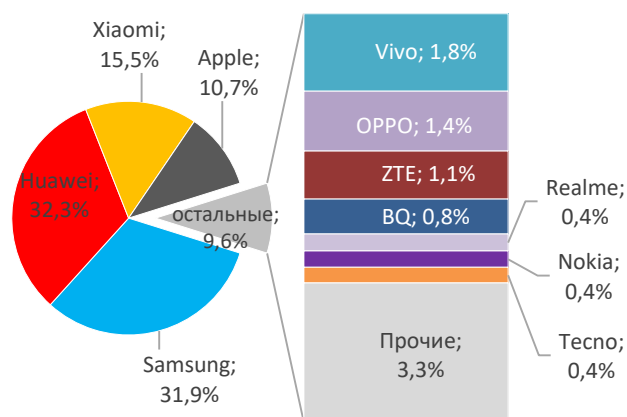
В наших квартальных отчетах мы постоянно упоминали А- и В-бренды прошлых лет (Asus, ZTE, Sony, Motorola/Lenovo, Nokia, Meizu, OPPO, LG, HTC и Philips). Доля поставок этих компаний постоянно снижается, но появляются новые претенденты, которые, несмотря на большой разрыв с топ-4, показывают быстрый рост и большой объем поставок смартфонов на российский рынок. Поэтому, начиная с данного отчета, мы решили уделять внимание именно лидерам по объемам независимо от категории, к которой относится их бренд в данный момент. На графике хорошо видно, что поставки компаний, не упомянутых в десятке А- и В-брендов, составляют уже более половины объема.

Импорт смартфонов от 7000 руб. в РФ за 12 мес., прочие бренды, тыс. штук



Общий объем прочих брендов за пределами топ-4 сократился за 12 месяцев 2019 года на 34 % — до 3 млн штук. Ситуация повторяет 2018 год, когда точно так же по итогам года объем поставок смартфонов от 7 000 рублей за пределами топ-4 сократился на 34 % (с 6,5 до 4,5 млн штук). В результате за два года суммарные поставки этих брендов упали более чем в два раза. В целом это неудивительно, импорт прочих брендов в верхнем сегменте сокращался в течение всего 2018 и 2019 годов в среднем на 38 % каждый квартал. Только в четвертом квартале 2019 года поставки выросли на 32 % — до 1,4 млн штук. По итогам 2019 года доля прочих брендов в сегменте от 7 000 рублей составляет всего 9,7 % — меньше доли Apple, в то время как в 2017 году она составляла 26,6 %.

Структура импорта смартфонов от 7000 руб. в РФ в 2019 году (за пределами топ-4)



Лидером в догоняющем эшелоне по итогам 2019 года стала компания Vivo (вместе с OPPO входит в китайскую группу BBK Electronics). Благодаря резкому взлету поставок в четвертом квартале 2019 года (405 тысяч штук) компания заняла первое место за пределами топ-4 — 583 тысячи штук по итогам 2019 года, рост более чем в пять раз (с объема 102 тысячи штук в 2018 году).

Второе место занимает OPPO (входит в китайскую группу BBK Electronics) с объемом поставок по итогам 2019 года 451 тысяча штук (рост в 6,5 раз, 2019 год к 2018 году). Как и в ситуации с Vivo, поставки начали серьезно расти в середине 2019 года и показали особенно хороший результат в последнем квартале — 228 тысяч штук.

Третью строчку занимает ZTE. Бренд давно работает на российском рынке: в 2017 году ZTE шла вслед за Samsung, Apple, Huawei и Xiaomi. В последнем квартале 2019 года компания привезла в Россию 218 тысяч штук смартфонов, что напоминает среднеквартальный уровень ее поставок в 2017 году. В результате по итогам 2019 года поставки выросли на 46 % — до 360 тысяч штук.

Следующую позицию занимает компания BQ (Bright&Quick). Основной объем бренда приходится на нижний ценовой сегмент (до 7 000 рублей). Компания активно идет в верхний сегмент, но в 2019 году среднеквартальный объем был в два раза меньше уровня 2018 года (66 тысяч штук против 125 тысяч штук). В четвертом квартале поставки выросли до 94 тысяч штук, но это все равно меньше аналогичного периода 2018 года на 17 %. В результате за 2019 год компания поставила в Россию 263 тысячи штук смартфонов в сегменте от 7 000 рублей (снижение на 47 %, 2019 год к 2018 году).

На пятом месте появился китайский Realme, в прошлом часть OPPO, а теперь независимый бренд в портфеле BBK Electronics. За 2019 год импорт смартфонов под брендом Realme в Россию составил 127 тысяч штук, причем поставки начались только во втором квартале 2019 года. Интересно, что дистрибуцией Vivo, OPPO и Realme занимаются компании с китайскими корнями, причем OPPO и Realme скоординированно продвигает одна компания. Суммарно три бренда китайской BBK Electronics занимают 3,7 % российского рынка мобильных телефонов.

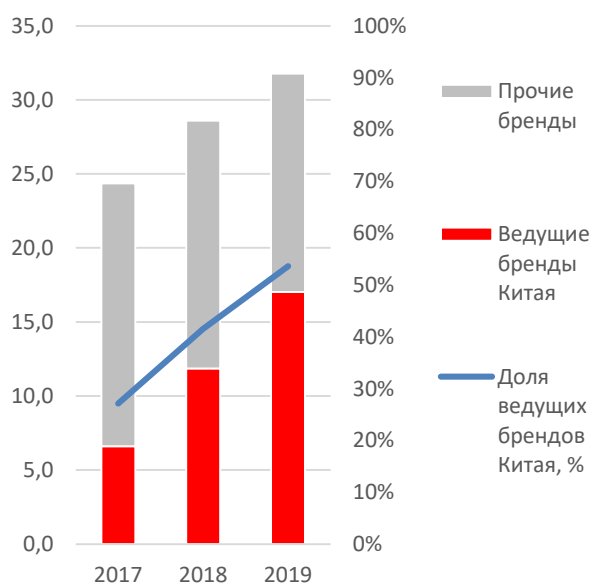
Финский бренд Nokia под управлением команды HMD Global Oy пока не нашел весомых преимуществ для российских покупателей смартфонов на Android. Сборка во Вьетнаме (единственное исключение на российском рынке вместе с Samsung) также пока не очень помогла компании вернуть утраченные позиции в России. Объем поставок за 2019 год в сегменте от 7 000 рублей составил всего 123 тысячи штук (в 2018 году он достигал 890 тысяч штук).

Наконец, под брендом Теспо (принадлежит китайской Transsion Holdings) за 2019 год импортировано в Россию 117 тысяч штук смартфонов от 7 000 рублей. За 2019 год поставки выросли в четыре раза (начались в середине 2018 года).

Бренды Китая

Общая доля китайских брендов в сегменте смартфонов от 7 000 рублей по итогам 2019 года достигла 54 % (в 2017 году она была 27 %).

Импорт в РФ ведущих китайских брендов и брендов других стран в сегменте смартфонов от 7000 руб. за 12 мес., млн штук



Суммарный объем поставок смартфонов китайских брендов (Huawei, Xiaomi, ZTE, Meizu, Vivo, OPPO, Realme и т. д.) в верхнем сегменте составил 17 млн штук. Ключевую роль в приросте сыграли Xiaomi и Huawei, увеличив поставки своих устройств на фоне снижения объемов Apple и Nokia, а также рост новых китайских звезд (Vivo и OPPO). И хотя математически темпы роста доли китайских брендов снижаются, эффективное развитие китайскими компаниями собственных платформ и магазинов приложений взамен Google позволит китайским брендам через несколько лет еще больше увеличить долю на российском рынке смартфонов — до 75 % в верхнем сегменте.

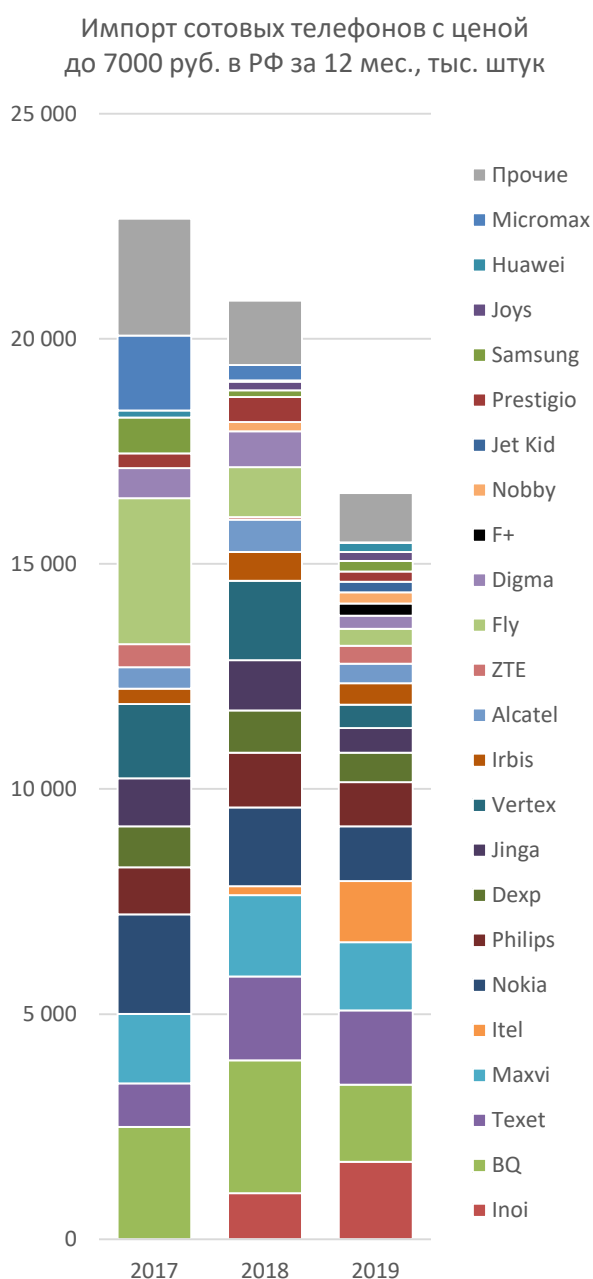
Смартфоны и мобильные телефоны с оценочной ценой в рознице ниже 7 000 рублей

Как мы писали в предыдущих квартальных отчетах, у нижнего сегмента (до 7 000 рублей), куда входят как дешевые смартфоны, так и кнопочные телефоны, есть две интересные особенности. Это высокая концентрация российских брендов, которые в сумме занимают около половины, и очень плотная расстановка лидеров с их резким появлением и таким же быстрым уходом с рынка.

Российский бренд Inoi остается лидером в нижнем сегменте по итогам 2019 года — 1,72 млн штук (рост на 67 %, 2019 год к 2018 году). Бренд принадлежит российской компании «Иной» и поставляет в основном кнопочные телефоны. После лидерства на рубеже 2018—2019 годов Inoi сбавил объемы в середине года, но в последнем квартале 2019 года поставки вновь выросли до 605 тысяч штук, что и обеспечило компании первое место в нижнем сегменте.

На второе место вышел BQ (Bright&Quick) с объемом 1,71 млн штук в нижнем сегменте. После

лидерства в 2017 и 2018 годах с объемами более 2,5 млн штук второе место не является выдающимся результатом. Компания три года входила в тройку лидеров по квартальным поставкам, но в середине 2019 года, как и в ситуации с брендом Inoi, объемы значительно снизились и только в последнем квартале вновь выросли до 726 тысяч штук.



Третью строчку по итогам 2019 года занимает Texet с объемом 1,65 млн штук, снижение на 11 % (2019 год к 2018 году). Texet в точности повторяет описанную выше ситуацию Inoi и BQ: хороший старт в первом квартале 2019 года, заметное снижение в середине года и вновь рост в последнем квартале — до 594 тысяч штук.

Поставки Maxvi самые стабильные среди лидеров как по годам, так и по кварталам, даже в середине 2019 года просадка бренда была самой мягкой среди первой пятерки нижнего сегмента. В четвертом квартале 2019 года импорт Maxvi составил 511 тысяч штук, а по итогам года — 1,51 млн штук (падение на 16 %, 2019 год к 2018 году).

Замыкает пятерку лидеров в нижнем сегменте бренд ITEL — 1,36 млн штук. Вместе с Tesco бренд принадлежит китайской Transsion Holdings. ITEL появился в России в середине 2018 года, но серьезные поставки начались только в конце 2018 года и в последнем квартале 2019 года достигли 513 тысяч штук.

Следующие пять компаний планомерно снижают объемы поставок на российский рынок: Nokia — на 30 % (до 1,2 млн штук), Philips — на 19 % (до 1 млн штук), Dexp — на 31 % (до 0,65 млн штук), Jinga — на 51 % (до 0,55 млн штук), Vertex — на 19 % (до 0,52 млн штук). При этом в предыдущие годы поставки этих брендов превышали 1 млн штук, а Nokia — 2 млн штук.

Как было указано ранее, объем нижнего сегмента (телефоны до 7 000 рублей) ежегодно сокращается. Но при этом на фоне падения объемов лидеров (исключение Inoi и ITEL) в нижнем сегменте не наблюдается консолидации, как это происходит в верхнем сегменте: доля первой пятерки неизменно составляет 49 %, а доля первой десятки даже снижается — с 74 % до 72 %. Ситу-

ация в нижнем сегменте очень турбулентная, поскольку лояльность покупателей к бренду здесь традиционно очень низкая, например, лидер 2017 года Fly (3,2 млн штук) уже в конце 2019 года окончательно покинул рынок. При этом компания «Марвел КТ» уже приготовила ему на замену новый бренд F+ (268 тысяч штук в четвертом квартале 2019 года), который может легко войти в десятку в нижнем сегменте, а после и вовсе стать одним из лидеров.

Сколько мы заплатили

Поговорим о деньгах. В наших квартальных отчетах мы намеренно избегали темы выручки, чтобы сфокусировать внимание на количественных трендах. Тем не менее, нас регулярно спрашивают об обороте рынка мобильных телефонов, поэтому в годовом отчете мы дадим его денежную оценку.

Общий оборот рынка мобильных телефонов в 2019 году составляет 792 млрд рублей. Оборот незначительно снизился по сравнению с 2018 годом (на 4 %, 2019 год к 2018 году) из-за снижения объема Apple и из-за роста доли дешевых смартфонов у лидеров рынка Huawei и Samsung.

Разумеется, распределение брендов в денежном выражении в корне отличается от количественного. Треть всего рынка мобильных телефонов в денежном выражении занимает Apple, в то время как по количеству (с учетом кнопочных) — не более 7 %. Рост средней цены iPhone частично компенсировал падение объемов. Еще четверть оборота занимает Samsung, при этом по количеству — 21 %. Доли обоих брендов снижаются вслед за ростом доли Huawei и Xiaomi.

В целом, денежный оборот четырех лидеров составляет 91 % всего рынка. На смартфоны других брендов от 7 000 рублей приходится 5 %, а на нижний сегмент (смартфоны до 7 000 рублей и кнопочные телефоны) — 4,5 %. Оборот за пределами топ-4 быстро падает вслед за падением количества импортируемых телефонов, при этом их средняя цена падает очень медленно.

Оборот рынка мобильных телефонов в России (смартфонов и кнопочных), млрд руб.

