

Очерк рынка дисплеев и их компонентов в России в 2005 г.

Виктор Беляев, начальник лаборатории дисплейных технологий Исследовательского центра «Самсунг Электроникс», директор Российского отделения Общества информационных дисплеев

## 1. «Горячие» новости

Текущий рынок отечественных электронных компонентов для дисплеев характеризуется несколькими новостями – несколькими хорошими и одной очень хорошей, но не для нас. Самая громкая новость – это начало массового производства ЖК панелей для телевизоров на производственной линии концерна «Научный центр» (КНЦ), дочерней компании АФК «Система». На заводе «Микрон» в Зеленограде будет изготавливаться до 30 тыс. ТПТ ЖК панелей. Правда, речь идет только о дооснащении ЖК ячеек китайского холдинга Proview электронной периферией с тем, чтобы далее производить ЖК мониторы под брендами TCL, Irbis, Sitronics (АФК «Система») только с российскими комплектующими. Экономическая выгода такого шага заключается в уменьшении затрат на закупку ЖК панелей за рубежом. Так, в том же КНЦ будет развиваться сборка и мониторов на основе ЭЛТ. При этом предполагается, что цена монитора будет уменьшена со 140-150 долларов до 115-120 долларов за счет российской сборки.

Другая хорошая новость для российских производителей дисплейных компонентов и систем – это «Концепция целевой программы развития наружной рекламы, информации и оформления Москвы на 2005-2007 г.г.». В ней предусматривается полная замена рекламных щитов размером 3х6 м на электронные конструкции в центре города, установка минимум двух проекционных экранов или плазменных панелей на каждой станции московского метро, не меньше шести аналогичных изделий в аэропортах и железнодорожных вокзалах, и не менее 8 в торговых центрах площадью более 10 тыс. кв. м. На реализацию концепции предполагается потратить 4,7 млрд. руб., из которых 19% будут взяты из бюджета Москвы, а остальные выделяют операторы. Одна из крупнейших российских компаний, занимающихся наружной рекламой, News Outdoor, уже заканчивает монтаж крупнейшего в Европе светодиодного экрана. К моменту выхода этого номера ЭЖ из печати этот процесс уже может быть закончен.

Очень хорошей новостью, но не для российской промышленности, является намерение LG.Philips LCD разместить новую фабрику по производству ТПТ ЖКД (TFT-LCD) в Восточной Европе, а именно во Вроцлаве, Польша. Компания переформулировала свою стратегию по оптимизации глобальных процессов производства для того, чтобы сделать его умнее, эффективнее как с технической, так и экономической точки зрения.

Наша страна пока не входит в планы этой компании, возможно, из-за истории с Воронежским телевизионным заводом в 1990-х годах. Тем не менее, это производство тоже попало в последние новости из-за интереса к нему корейской компании Rolsen. В газете «Бизнес» (№74, 26.04.2005) сообщается, что Московский телевизионный завод «Рубин» и ООО «Скарвест» вышли из состава акционеров воронежского завода «Видеофон», чтобы «Видеофон» перешел под контроль Rolsen.

## 2. Структура рынка

Итоги текущего года по продажам дисплеев в России еще не подведены, поэтому для оценки воспользуемся результатами исследований сегментов российского рынка информационных технологий в 2004 г., выполненного аналитической компанией ITRResearch (рис.1). Хотя везде речь идет о конечных продуктах, приведенные показатели позволяют довольно точно определить потенциал рынка компонентов, который пока очень мало заполнен продукцией российских предприятий.

Общий объем продаж на рынке мониторов составил более 5,4 млн. шт. Это на четверть выше продаж в 2003 г. Основным размером на этом сегменте рынка стали 17-дюймовые ЭЛТ-мониторы, доля которых стала больше 50%. Лидерами по продажам мониторов в России являются Samsung, LG, Philips, NEC и BenQ.

Парадоксально, но количество проданных мониторов существенно превышает рынок компьютеров (ПК, ноутбуки, КПК, серверы на платформе Intel), который составил 4600 тыс. шт. 81,2% продаж компьютеров приходится на настольные ПК, 12,6% на ноутбуки, 4,4% - на карманные компьютеры (КПК) и 1,8% - на серверы. В сегменте ноутбуков лидерами являются Asustek, iRU, Rover Computers, Samsung, Toshiba, а в сегменте карманных компьютеров Asustek, Hewlett-Packard, Nokia, PalmOne, Rover Computers.

В 2004 г. российский рынок мультимедийных проекторов (ММП) - бизнес-проекторы и аппараты для домашних кинотеатров - составил 48 тыс. шт., что почти вдвое больше продаж в 2003 г. Такой рост в значительной степени обусловлен тендером Минобразования РФ "Дети России". Лидерами российского рынка ММП являются Panasonic, Sanyo, Toshiba, BenQ, Epson, InFocus (включая ASK Proxima), NEC и Sharp. В натуральном выражении продажи плазменных панелей (PDP) в 2004 г. составили 73 тыс. шт., что в 2,5 раза больше продаж в 2003 г. Доля основного сегмента (диагональ 42 дюйма) за год увеличилась на 7%. Лидерами в этом сегменте являются Philips, Panasonic, Pioneer, LG, Samsung, Sony.

Наиболее быстрорастущим из всех исследованных сегментов являются ЖК-телевизоры, которых в 2004 г. было продано 170 тыс. шт., что в 4,25 раза больше, чем в 2003 г. Группу лидеров в этом сегменте составляют Philips, Samsung, Sharp, LG, Panasonic, Sony и Toshiba.

Эта цифра пока намного меньше продаж телевизоров вообще. В 2005 г. планируется достигнуть показателя 7 млн. шт. Однако этот рынок увеличивается за год всего на 7%.

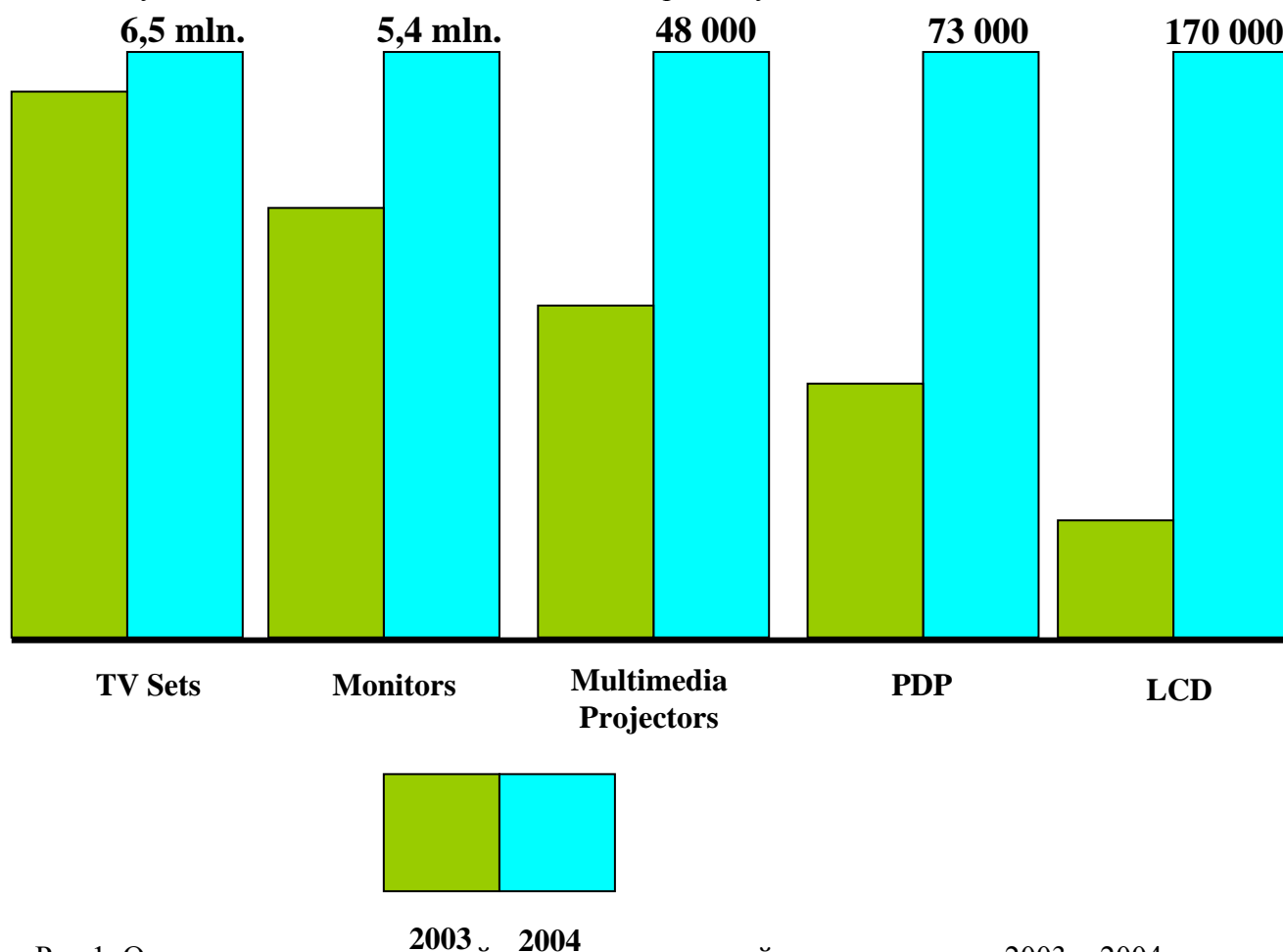


Рис.1. Основные сегменты российского рынка дисплейных продуктов в 2003 и 2004 г.г.

По данным GFK, другой российской компании, проводящей исследования рынков, в середине 2005 г. структура дисплейного рынка в России пока существенно в пользу трубочных телевизоров и мониторов по количеству проданных единиц товара (92%, из которых 43% относятся к ЭЛТ с плоским экраном), что намного выше доли ЖК (7%) и плазмы (1%). Но в стоимостном выражении показатель для ЖК изделий существенно выше (19%), что в три раза больше, чем в середине прошлого года. Доля плазмы практически не изменилась и составила 13%, а продажи ЭЛТ телевизоров и мониторов составили 67% (45% с плоским экраном). Еще 1% пришелся на проекторы различного типа.

На рынке ЭЛТ приборов лидерами становятся устройства с диагональю 21 и 29 дюймов, занимающие около двух третей соответствующего сегмента рынка. Структура его за год не изменилась ни по количеству, ни по объему продаж. Среди ЖК 20- и 31/32-дюймовые панели вытесняют 15/16-дюймовые изделия (39%, 9% и 30% соответственно по количеству продаж в 2005 г. при 27%, 0 и 47% соответственно в 2004 г.). Примечательно, что в денежном выражении доля продаж 20-дюймовых ЖК телевизоров за год практически не изменилась, что говорит о продолжающемся процессе снижения их цен. В ПДП пока безраздельно царят устройства с размером диагонали от 40 до 49 дюймов (три четверти соответствующего сегмента, увеличение за год почти в полтора раза – с 55 до 78% по количеству и с 51 до 74% по деньгам), а среди проекторов половину сегмента рынка занимают изделия с экраном 43 дюйма, но при этом более трети по стоимости продаж держат большеэкранные системы с диагональю больше 46 дюймов. Трудно говорить о какой-то тенденции в этом сегменте из-за относительно малого количества продаж, так как в течение года доля 43-дюймовых проекционных телевизоров скакала от 56% до 85% и обратно.

Такое изменение структуры рынка происходит вследствие непрерывного уменьшения цен за изделие. У нас нет точных статистических данных по России, поэтому проиллюстрируем это утверждение данными по мировому рынку (Табл. 1). Кроме того, полезно заглянуть в нашу статью по рынку дисплеев в предыдущем дисплейном выпуске ЭК (№10, 2004 г.).

Однако, несмотря на такую тенденцию средняя продажная цена телевизора вырастет с 411 в 2004 г. до 623 долларов в 2009 г., так как увеличится средний размер диагонали телевизора с 24,2 дюйма до 26,7 дюйма соответственно.

Таблица 1. Средняя цена дисплеев различного типа в долларах (R. Young, Workshop Notes EuroDisplay 2005, Edinburgh, Scotland, 19 September 2005)

Вид дисплея \ Год	2004	2005	2009
26 дюймов ТВЧ ЖКД	1907	1422	745
32 дюйма ТВЧ ЖКД	2454	1987	1095
37 дюймов ТВЧ ЖКД	3524	2828	1095
46 дюймов 1080п ЖКД	8874	6189	2528
42 дюйма ТВЧ ЖКД	8320	4880	1721
42 дюйма ТВЧ ПДП	4782	3185	1583
42 дюйма ТВЧ ЦСП (DLP)	2457	1843	1026

На рис. 2 проиллюстрирована структура российского рынка телевизоров по производителям. Более четверти его заняты двумя корейскими гигантами – Samsung и LG, доля европейских компаний примерно равна доле Самсунга. У компаний, расположенных в России, суммарная доля составляет около 16%, из которых более 7% приходится на корейский «Ролсен». Эта компания собирается производить на заводе в г. Фрязино 2 млн. 500 тыс. телевизоров в год (из них >50% под своей маркой). В ее планах также выпуск до

1 млн. 300 тыс. телевизоров в год под марками Rolsen и Rubin на втором заводе в Воронеже (см. первую часть обзора).

Из других российских производителей надо отметить завод СОКОЛ, выпустивший в 2004 г. 290 тысяч единиц продукции под своей маркой, а также 70 тысяч телевизоров под маркой АКАИ. Показатель ЗАО «Завод имени Козицкого» (Санкт-Петербург, промышленно-коммерческая группа «Радуга») - 18 тыс. телевизоров в год – выглядит на этом фоне скромно, однако в планах предприятия на 2006 году производство в Петербурге DVD-проигрывателей и телевизоров нового поколения (гибридные телевизоры с аналоговым и цифровым приемом). Комплекующие телевизоры и DVD будет поставляться заводу фирмами Thomson и LG.

С этой тенденцией (производство в России, но на зарубежных комплектующих и зачастую зарубежными владельцами) перекликается и намерение китайского холдинга Proview увеличить свою долю на рынке ЭЛТ-мониторов с 8% до 15% (1,2 млн. шт. в 2005 г.) благодаря вводу в строй новой сборочной линии в Зеленограде (см. предыдущий раздел).

Помимо известных производителей дисплейных продуктов и компонентов, данные о которых собраны в предыдущих дисплейных выпусках ЭЖ, приведем рейтинги компаний, у которых производство средств отображения информации или приборов с интегрированными в них дисплеями не является основным бизнесом. Рейтинги составлены по оборотам компаний в различных сегментах российского рынка информационных технологий в 2004 году, представленные на сайте <http://www.astera.ru/it-rating/?id=23207#display>. В сегменте «Системная интеграция, услуги и поставки на 34-м месте представлена компания» Итегрис-В.С., Москва, с профилями деятельности «Системы отображения информации; диспетчерские и ситуационные центры; светодиодные табло; плазменные и ЖК комплексы для вокзалов, аэропортов; промышленные дисплеи», а сегменте «Производство компьютерного оборудования» на 4-м месте стоит компания R-Style Computers, Москва, с профилями деятельности «Производство настольных и портативных ПК и серверов», на 5-м месте компания MaxSelect, Москва, с профилем деятельности «...производство ноутбуков...», на 9-м месте компания SYSCOM, Москва, с профилем деятельности «Производство жидкокристаллических мониторов и телевизоров».

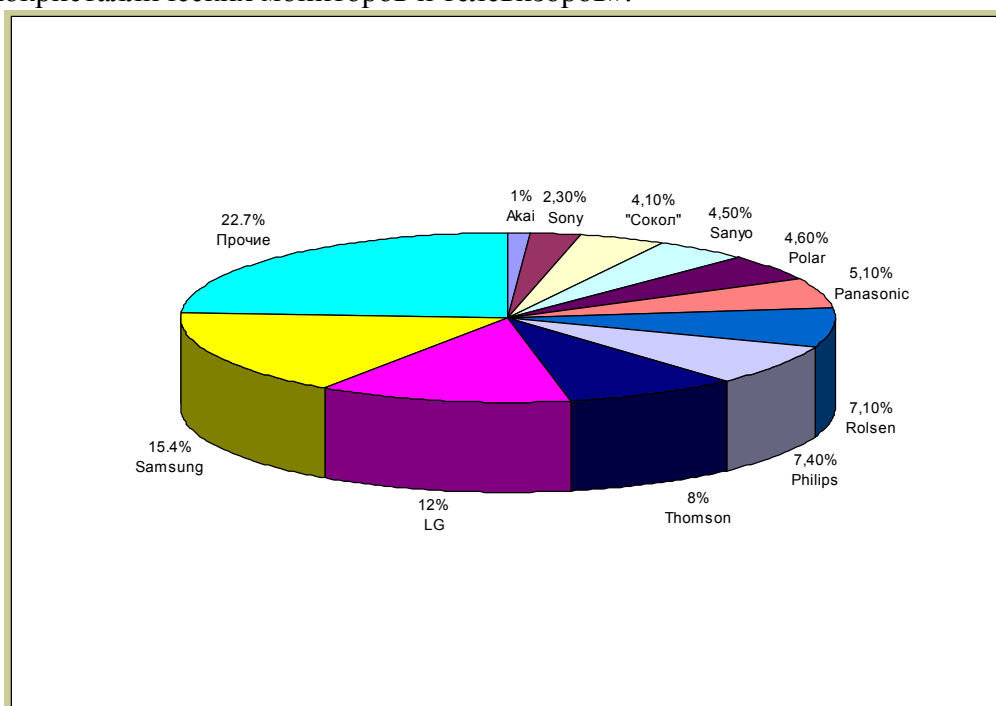


Рис.2. Структура российского рынка телевизоров (по брендам)

В заключение отметим, что в целом российский рынок дисплейных продуктов развивается динамично, несмотря на некоторое снижение темпов прироста продаж телевизоров (7% в 2005 г. по сравнению с 20% в 2003 г.). При этом наблюдается устойчивый интерес зарубежных компаний к российским производствам, хотя речь и не идет о наивысшем уровне технологий.