

# Импорт в Россию мобильных телефонов за 9 месяцев 2019 года

ОТЧЕТ

на основе подробных данных статистики внешней торговли России

2019

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 шесть 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
Ведущие бренды смартфонов от 7 000 рублей .....	5
1. Samsung .....	6
2. Huawei .....	7
3. Xiaomi .....	8
4. Apple .....	8
Прочие бренды смартфонов от 7 000 рублей .....	9
Бренды Китая .....	11
Смартфоны и мобильные телефоны с оценочной ценой в рознице ниже 7 000 рублей .....	12

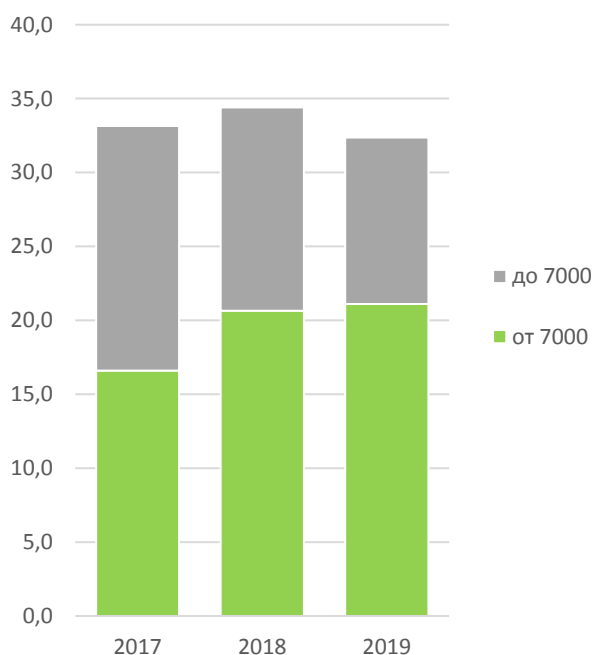
## Общие данные

За девять месяцев 2019 года в Россию было импортировано 32,4 млн мобильных телефонов. Из них 65% (21,1 млн штук) составляют смартфоны с расчетной ценой в магазине от 7 000 рублей.

В целом доля смартфонов от 7 000 рублей за 9 месяцев 2019 года составила 65% (в натуральном выражении), соответственно 35% поставок занимают смартфоны и кнопочные телефоны с ценой в магазине до 7 000 рублей. Напомним, еще в 2017 году по количеству сегменты были равны.

В третьем квартале продолжилось падение: объем импорта упал на 11% (3 кв. 2019 г. к 3 кв. 2018 г.) до 11,7 млн штук. По итогам девяти месяцев объем импорта снизился на 6% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), в то время как в 2018 году в этом периоде поставки росли (за 9 мес. 2018 года поставки выросли на 4%).

Импорт сотовых телефонов в РФ за 9 мес., млн штук

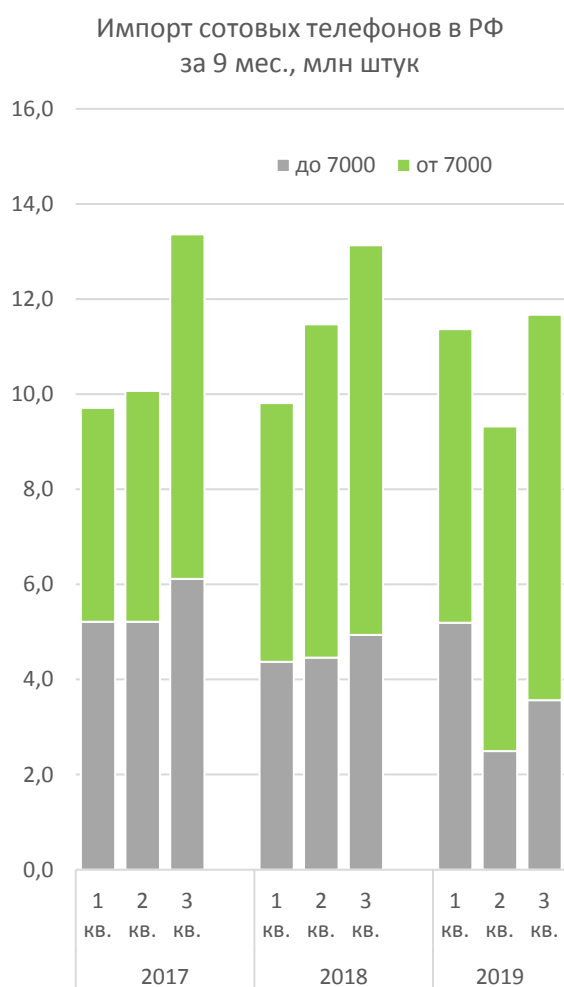


В верхнем сегменте (от 7 000 рублей) по итогам 9 месяцев 2019 года рост составил 2%, объем нижнего (до 7 000 рублей) снизился на 18%, при этом цифры могли быть еще ниже, если бы не рост в первом квартале 2019 года. Однако причины снижения объемов принципиально отличаются между сегментами.

Верхний сегмент поднимался в течение всего 2018 года: в каждом квартале поставки были выше, чем в такой же период 2017 года, среднеквартальный прирост в 2018 году составлял 20%, и только в 4 квартале 2018 года рост был минимальным (3%), что уже являлось тревожным знаком (тогда статистику ухудшили поставки Apple). В 2019 году в 1 квартале был рост 13% (1 кв. 2019 г. к 1 кв. 2018 г.), однако уже во 2 квартале сегмент просел на 3% (2 кв. 2019 г. к 2 кв. 2018 г.) до 6,8 млн штук, главным образом из-за американского давления на Huawei. В третьем квартале 2019 года снижение верхнего сегмента оказалось минимальным — на 1% (3 кв. 2019 г. к 3 кв. 2018 г.) до 8,1 млн штук: при стабильных поставках Samsung и восстановлении Huawei до прошлогоднего уровня прирост Xiaomi компенсировал падение Apple, но при этом сильно упали прочие бренды (подробнее в разделе «Ведущие бренды смартфонов от 7 000 рублей»). В целом верхний сегмент растет, несмотря на сильные колебания, и, даже если в четвертом квартале этого года поставки смартфонов останутся на уровне третьего квартала (хотя обычно последний квартал показывает максимальные объемы), то по итогам 2019 года сегмент все равно выйдет в плюс с приростом от 2% и итоговым объемом 29,5 млн штук.

В нижнем сегменте причины падения более глобальные. На него активно давит тенденция превращения мобильного телефона в современное медиаустройство, о чем мы уже писали в предыдущем отчете (1-2Q 2019 mobile phones supply

report GS Group). Суть этой тенденции в том, что функция телефонной связи в современных мобильных устройствах постепенно отходит на второй план, а более важной становится возможность работать в интернете и мобильных приложениях, а также обрабатывать видео- и фото-контент (снимать и транслировать). В результате растут и требования к устройству.



Нижний сегмент показывал падение на протяжении всего 2018 года, в среднем падая на 17% ежеквартально (и по итогам 9 месяцев 2018 года), и только в 4 квартале был подъем на 16% (4 кв. 2018 г. к 4 кв. 2017 г.), в результате 2018 год закончился с общим падением на 8% (2018 год к 2017 году). В этом году был всплеск в первом

квартале — поставки выросли на 19%, продолжив тенденции конца 2018 года, однако, сделав ставку на падение доходов населения, импортеры переоценили спрос на дешевые устройства, и уже во втором квартале 2019 года поставки в нижнем сегменте рухнули на 44% до 2,5 млн штук (подробнее в «1-2Q 2019 mobile phones supply report GS Group»). В третьем квартале 2019 года падение продолжается: поставки снизились на 28% до 3,6 млн штук. Учитывая тенденцию перехода аудитории с кнопочных телефонов на смартфоны, в четвертом квартале объем поставок не превысит 5 млн штук, что означает падение более чем на 30% (4 кв. 2019 г. к 4 кв. 2018 г.), и по итогам 2019 года поставки в нижний сегмент упадут на 22% до 16,5 млн штук.

В результате слабой стабилизации верхнего сегмента и серьезного падения нижнего поставки всех мобильных телефонов в Россию по итогам 2019 года не превысят 45-46 млн штук, что будет ниже уровня 2018 года на 8%.

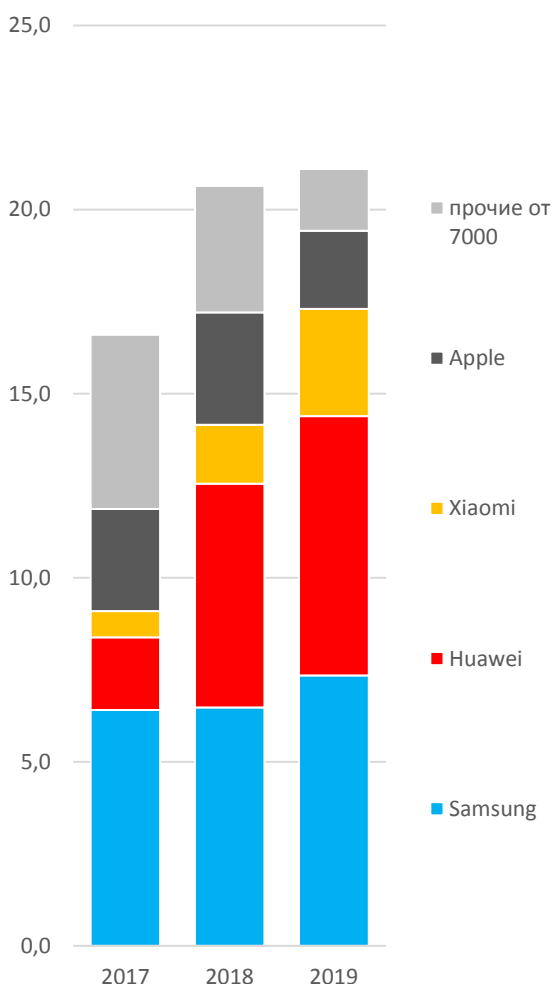
### Ведущие бренды смартфонов от 7 000 рублей

Первые позиции, как и прежде, неизменно занимают четыре лидера: Samsung, Huawei, Xiaomi и Apple. Поставки смартфонов от 7 000 рублей за девять месяцев каждым из этих брендов превысили 2 млн штук, ближайший преследователь OPPO едва превысил планку 200 тысяч штук.

Суммарный объем поставок четырех ведущих брендов за девять месяцев 2019 года составил 19,4 млн штук (прирост на 10% по итогам 3 квартала и на 13% по итогам 9 месяцев). Суммарная доля этих брендов составляет 92% от общего объема поставок смартфонов от 7 000 рублей (или 61% от всего рынка мобильных телефонов), эта цифра неизменна на протяжении уже трех кварталов 2019 года. Напомним, в 2017 году она также стабильно держалась на уровне 72%.

В третьем квартале 2019 года Huawei вернул прежние объемы поставок на российский рынок, вновь, как и в первом квартале, обогнав Samsung. Таким образом, китайский лидер вплотную приближается к первому месту по итогам года. Третью строчку прочно удерживает Xiaomi, окончательно оставив Apple на четвертом месте.

Импорт смартфонов от 7 000 руб. ведущих брендов в Россию за 9 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.

## 1. Samsung

За девять месяцев 2019 года Samsung импортировал 7,3 млн штук смартфонов от 7 000 рублей, показав прирост 13% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.) При этом в третьем квартале поставки снизились до 2,4 млн штук, что означает прирост всего 4% (3 кв. 2019 г. к 3 кв. 2018 г.), в то время как еще в первом и втором кварталах прирост был 15% и 21% соответственно. По итогам девяти месяцев Samsung занял долю 35%, хотя в 2017 году за тот же период доля компания в верхнем сегменте составляла 39%, то есть два смартфона из пяти продавались под маркой Samsung.

Судя по цифрам, руководство Samsung признало успешными эксперименты с производством смартфонов в Индии. В третьем квартале 2019 года объем поставок всех смартфонов Samsung из этой страны вырос более чем в два раза — до 1,6 млн штук, из Вьетнама пришло менее 1,1 млн штук; таким образом, доля индийских мощностей в поставках Samsung в Россию выросла с 30% (в первом полугодии 2019 года) до 59% в третьем квартале (или до 40% по итогам девяти месяцев), остальной объем производится во Вьетнаме (в Китае смартфоны для России Samsung практически не собирает). Разумеется, что во Вьетнаме производят более дорогие модели (семейство S10 и Note10), а в Индии, в первую очередь, дешевые модели (J2 Core и A10), однако средний модельный ряд производится одновременно на обеих площадках (A30s, A50, A70).

Как один из мировых лидеров в разработке и производстве смартфонов, а также обладая собственной производственной базой, Samsung делает ставку на дальнейшее усложнение этого устройства, примером этому служит смартфон-книжка Samsung Fold. Кстати, десяток этих смартфонов, как и S11, уже появились в России для рекламного тестирования.

Около трети всех поставок Samsung в обоих сегментах приходится на дешевые модели Samsung J2 Core и A10, цена которых на полках магазинов балансирует на границе нижнего и верхнего сегментов. На долю дорогих моделей (серия S10 и серия Note10) приходится около 7% поставок всех смартфонов Samsung. Основной объем в поставках занимают модели второго эшелона Samsung — серия A, среди которых наиболее популярны A50 и A30s, что подтверждается и рейтингами розницы.

## 2. Huawei

Компания Huawei является лидером третьего квартала этого года по поставкам смартфонов в Россию, несмотря на противостояние с США. Подробно причины и последствия этого конфликта мы разбирали в предыдущем отчете (1-2Q 2019 mobile phones supply report GS Group). В ситуации с Huawei необходимо отметить несколько важных аспектов. Во-первых, причины атаки на Huawei являются более глобальными, чем заявляют в США, поэтому ситуация не может разрешиться на уровне компании. Во-вторых, американские и европейские компании уже слишком сильно связаны с Huawei, как и с другими китайскими разработчиками и производителями, поэтому просто прекратить работу Huawei без вреда для себя они не могут, это подтверждают и утечки в СМИ о намерениях американского президента продлить разрешение американским корпорациям на работу с Huawei. В-третьих, руководство Huawei, как и все китайское общество, показало, что готово бороться за компанию. Пример тому презентация собственной операционной системы HarmonyOS, работа над которой тайно велась в Huawei несколько лет. В результате потребители, по крайней мере в России, уже не верят в те проблемы компании, которые изначально рисовали американские власти и всевозможные аналитики. И поскольку последние модели Huawei не потеряли своего соотно-

шения цены и качества, слабая паника весной быстро сошла на нет, и к покупателям вновь вернулся прагматичный настрой.

Импорт смартфонов Huawei (включая бренд Honor) в третьем квартале 2019 года превысил 2,7 млн штук, что на 3% выше уровня третьего квартала 2018 года. Фактически, после провального второго квартала с объемом 1,7 млн штук, компания восстановила уровень поставок на российский рынок, на 0,3 млн штук обогнав Samsung в третьем квартале. Остается надеяться, что спрос на смартфоны Huawei в России действительно равен этому объему. По итогам девяти месяцев 2019 года Huawei занимает второе место после Samsung с результатом 7 млн штук (16% роста — 9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), разница между лидерами опять 0,3 млн штук, на этот раз в пользу Samsung. Можно сказать, что обе компании имеют одинаковые шансы на первое место по итогам года, при этом вне зависимости от победителя отставание второго лидера будет минимальным.

Премиальные модели Huawei (серии Huawei P30, Huawei Mate20 и Honor20) занимают около 10% в поставках смартфонов в оба ценовых сегмента. Дешевые модели, цена которых на полках магазинов аналогично моделям Samsung балансирует на границе сегментов, занимают более половины в поставках всех мобильных телефонов Huawei в Россию (55%), это семейство Huawei Y (серии Y5, Y6 и Y7) и серии Honor7 и Honor8. Остальной объем приходится на средний модельный ряд, где наиболее популярными являются модели серии Honor10. Учитывая такую структуру поставок Huawei при достаточно высокой технологичности и надежности устройств, а также тот факт, что премиальные модели Huawei дешевле Samsung, можно понять такой высокий спрос, несмотря на санкции в отношении компании, к которым скоро все привыкнут, как уже привыкли к санкциям против России.

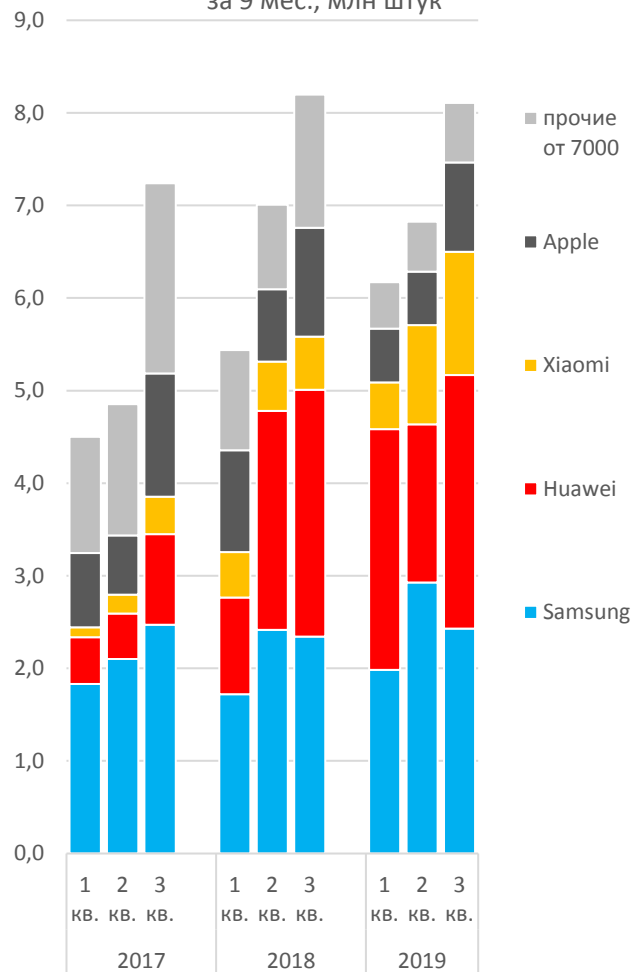
### 3. Xiaomi

Импорт смартфонов Xiaomi в Россию в третьем квартале 2019 года превысил 1,3 млн штук, показав прирост 133% (по сравнению с третьим кварталом 2018 года поставки выросли в 2,3 раза). По итогам девяти месяцев дистрибьюторы Xiaomi привезли в Россию 2,9 млн смартфонов, что выше показателей 2018 года на 82% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.) Упоминание о дистрибьюторах очень важно при анализе поставок Xiaomi. Как уже упоминалось в предыдущем отчете, смартфоны Samsung, Huawei и Apple импортируют собственные дочерние компании, а продукцию Xiaomi привозят в Россию независимые российские дистрибьюторы, крупнейшие из которых относятся к структурам «Марвел КТ», DNS и diHouse. Именно контракт с diHouse вывел Xiaomi на третью строчку во втором квартале 2019 года, когда на данного дистрибьютора пришлось половина поставок смартфонов Xiaomi. В третьем квартале diHouse сохранил объемы (0,55 млн штук), но вслед за ним увеличил поставки Марвел КТ, в результате их доли в третьем квартале 42% и 25%, следом идет DNS.

Структура поставок модельного ряда Xiaomi — это комбинация премиум-части от Samsung и средней и эконом-частей от Huawei: дорогие модели занимают около 6% (семейство Mi 9), доля эконом-сектора занимает больше половины (Redmi 6, 6A, 7A и Go), средние по цене модели занимают 42% в поставках (Redmi Note7 и пр.)

Так же, как и у Huawei, относительно низкая цена Xiaomi является серьезным конкурентным преимуществом. Вместе с поддержкой весьма влиятельных дистрибьюторов Xiaomi имеет стопроцентные шансы удержать третье место по поставкам смартфонов в Россию по итогам года. По крайней мере, Apple уже не сможет ее догнать. Доля Xiaomi за девять месяцев составила 14%, а по итогам квартала — 16%.

Импорт смартфонов от 7 000 руб. ведущих брендов в Россию за 9 мес., млн штук



### 4. Apple

Судя по объемам поставок, популярность смартфонов Apple в России продолжает падать: в третьем квартале 2019 года объем импорта составил чуть менее 1 млн штук, падение на 18% (3 кв. 2019 г. к 3 кв. 2018 г.). И хотя с падением на 18% третий квартал пока лучший для компании в 2019 году (в первом было падение на 47%, во втором — на 26%), в целом прогноз по компании скорее негативный. Причины этому две. Во-первых, за двенадцать лет с момента презентации Стивом Джобсом первой модели современного смартфона другие компании научились де-



лать устройства не хуже, но при этом значительно дешевле: по своей технологичности (спектру характеристик, набору функций и надежности) другие лидеры вплотную подошли к Apple, а в чем-то ее превосходят, однако цена устройств Apple значительно выше конкурентов. Во-вторых, эволюция смартфонов с каждым новым поколением все меньше удивляет покупателей, и Apple, являясь главным ориентиром на рынке, больше всех страдает от этого. По итогам девяти месяцев поставки Apple едва превысили 2,1 млн штук, это меньше поставок за тот же период как в 2018 году (падение на 31% — 9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), так и в 2017 году (падение на 24% — 9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2017 г.) При этом другие лидеры все три года наращивали объемы. В результате по итогам девяти месяцев 2019 года доля компании в верхнем сегменте упала до 10% (12% в 3 квартале). Напомним, за 9 месяцев 2018 года Apple удерживала долю 15% в верхнем сегменте, а в 2017 году — 17%.

Сегодня руководство Apple, очевидно, понимает, что компания уже не сможет вернуть прежнее положение на рынке смартфонов только за счет их модернизации, и трезво осознает причины такой ситуации. Компания совершенно правильно делает ставку на свою экосистему и, соответственно, на другие устройства, которые будут взаимодействовать со смартфонами или придут им на смену. Одно из таких новых устройств — очки дополненной реальности, поклонником которой является глава компании Тим Кук, подробнее об этом в разделе «Экосистема против смартфона». Возможно, именно этот шаг позволит компании вновь выйти вперед.

Что касается модельного ряда Apple, то наиболее дорогие модели в поставках третьего квартала составляют 9% (iPhone 11 Pro, iPhone 11 Pro Max и iPhone XS Max). Эконом-модели Apple (серия iPhone 6s и 7) — 20%. Наибольшую долю занимают средние по цене модели: iPhone XR (30%

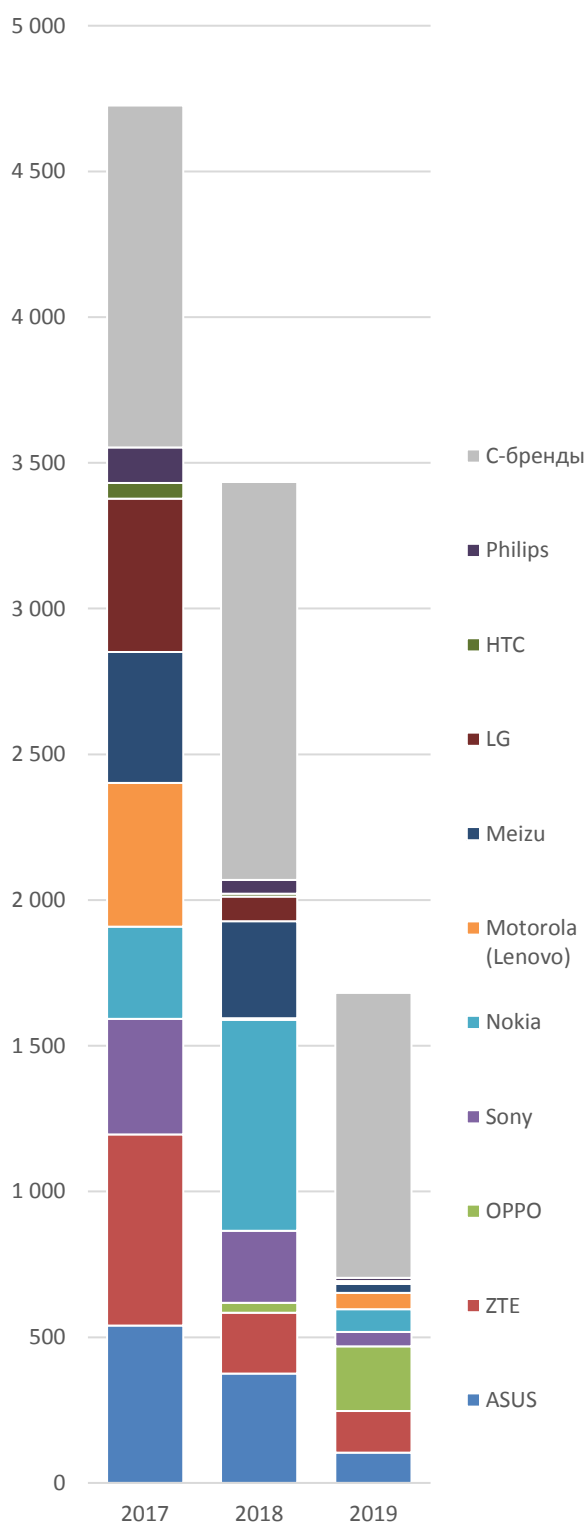
всего объема), восьмая серия (iPhone 8 и iPhone 8 Plus) — 24% и iPhone 11 — 9%.

О последствиях торговой войны США и Китая для Apple мы подробно писали в предыдущем отчете (1-2Q 2019 mobile phones supply report GS Group). Стоит упомянуть еще одну проблему Apple в России — это инициатива российских властей по предустановке отечественных приложений на все смартфоны, которые поставляются в нашу страну. Как известно, Apple очень ревниво относится к попыткам вмешательства в свой софт и, скорее всего, будет серьезно конфликтовать по этому поводу с российскими регуляторами. В то же время представители китайских производителей, в первую очередь, Huawei и Xiaomi, скорее всего, сразу решат играть по новым правилам. И даже если все подойдет к новому закону формально, положение Apple в этом случае хуже остальных.

#### Прочие бренды смартфонов от 7 000 рублей

Общий объем поставок смартфонов А- и В-брендов, следующих за четверкой лидеров, продолжает снижаться. В данную категорию мы включаем десять наиболее известных брендов: Asus, ZTE, Sony, Motorola/Lenovo, Nokia, Meizu, OPPO, LG, HTC и Philips. При этом часть из них уже почти ушла с российского рынка. Общий объем этих десяти брендов сократился за девять месяцев в три раза (на 66%) с 2,1 млн штук до 0,7 млн штук (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), в результате их суммарная доля в сегменте смартфонов от 7 000 руб. упала с 10% до 3%. А по сравнению с тем же периодом 2017 года объем поставок десяти брендов упал в пять раз. Отдельные С-бренды (BQ, Vivo) стремятся занять место А- и В-брендов на рынке, превосходя их по объемам поставок. Ключевая причина такого положения в унификации смартфонов и потере известными брендами индивидуальной ценности в глазах потребителя.

Импорт смартфонов от 7 000 руб. в РФ за 9 мес., прочие бренды, тыс. штук



Начнем раздел с единственного положительного примера среди упомянутых десяти брендов. Поставки OPPO (входит в китайскую группу BBK Electronics) выросли в 6,5 раз до 223 тысяч штук (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.) Объем импорта продолжает расти с каждым кварталом, в третьем квартале он составил 127 тысяч штук, что чуть менее пятой части объема всей десятки.

Поставки смартфонов ASUS упали за девять месяцев 2019 года на 72% до 105 тысяч штук (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), в 2018 году в этом же периоде падение было на 31%. Поставки планомерно снижаются, в третьем квартале объем не превысил и 5 тысяч штук. Скорее всего, в следующем году ASUS покинет российский рынок смартфонов вслед за LG.

В 2017 году ZTE была лидером после Samsung, Huawei и Xiaomi, при этом последней она уступала менее 60 тысяч штук. За девять месяцев 2019 года поставки ZTE снизились до 142 тысяч штук (на 32%), в третьем квартале импорт составил всего 43 тысячи штук.

Поставки смартфонов под брендом Sony также уступают лидерам и новичкам. Бренд, ставший отдельной страницей истории рынка потребительской электроники задолго до появления смартфонов, сбавляет обороты. За девять месяцев 2019 года импорт смартфонов Sony упал на 80% — до 48 тысяч штук (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.) В третьем квартале поставки составили всего 2 тысячи штук.

Финский бренд Nokia продолжает сражаться с остальными брендами (теперь уже на территории Android), ничем практически не выделяясь. Владелец бренда, финская команда HMD Global Oy, пока не придумали явного преимущества своим смартфонам. И хотя в этом году с первого квартала объемы растут, даже в третьем квартале они не превышают 40 тысяч штук. Итого за

девять месяцев 2019 года поставки смартфонов Nokia упала на 89% — до 78 тысяч штук (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), хотя в 2018 году прочно занимали пятую строчку с объемом 723 тысячи штук за 9 месяцев. Как и Samsung, Nokia является еще одним исключением из правил, собирая основной объем во Вьетнаме, а не в Китае.

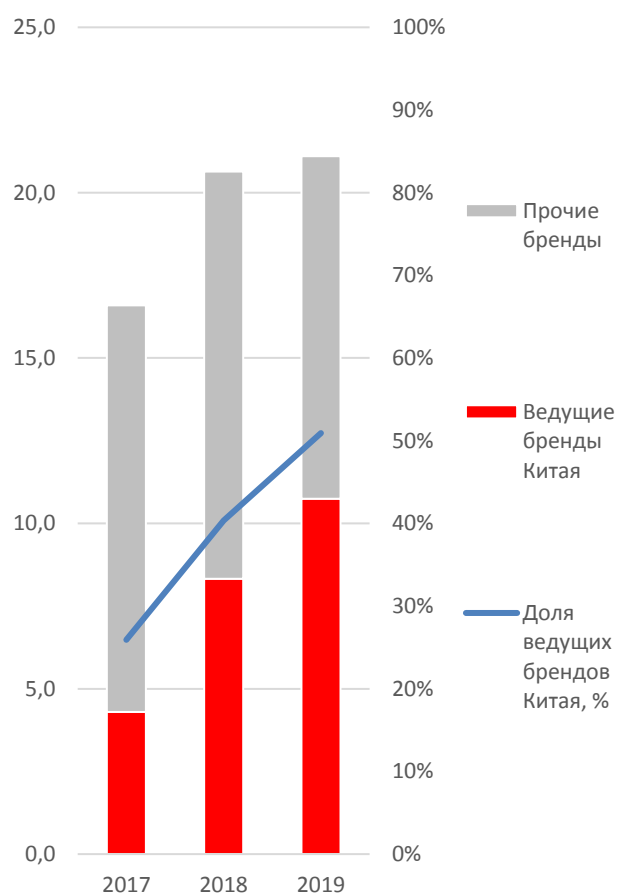
Под брендом Motorola новый владелец бренда (компания Lenovo) объединил компетенции подразделений в области мобильной связи Motorola и Lenovo. Но на российском рынке поставки Motorola пока стабильно низкие — 56 тысяч штук за 9 месяцев 2019 года (после 5 тысяч в 2018 году и 493 тысяч штук в 2017 году по обоим брендам по итогам девяти месяцев). Поставки смартфонов Meizu снизились за девять месяцев 2019 года почти в десять раз до 31 тысячи штук, при этом по кварталам 2019 года объемы медленно растут. Интересная ситуация наблюдается с HTC и Philips: поставки обоих брендов возобновились в третьем квартале 2019 года (HTC — 4 тысячи штук, Philips — 11 тысяч штук). Смартфоны LG покидают российский рынок: поставки снижаются каждый месяц и в третьем квартале практически прекратились.

В прошлом отчете (1-2Q 2019 mobile phones supply report GS Group) в сегменте смартфонов от 7 000 рублей мы выделили две группы С-брендов с большими амбициями. В первую попали бренды с российскими корнями: BQ и Prestigio, во вторую — новые для российского рынка бренды смартфонов из Китая: Vivo (вместе с OPPO входит в китайскую группу BBK Electronics) и Tecno (принадлежит китайской Transsion Holdings), а также другие китайские бренды. Наибольшие объемы поставок за девять месяцев 2019 в данных группах у BQ (169 тысяч штук, падение на 56%) и у Vivo (178 тысяч штук, рост в три раза).

## Бренды Китая

Китайские бренды продолжают теснить остальные бренды смартфонов в России. Общая доля ведущих китайских брендов (Huawei, Xiaomi, ZTE, Meizu, Motorola/Lenovo, Vivo, OPPO, а также новых) в сегменте смартфонов от 7 000 руб. за девять месяцев 2019 года достигла 51%, хотя еще в 2017 году составляла всего 26%. Благодаря возврату на рынок объемов Huawei смартфоны китайских производителей вновь занимают больше половины и через несколько лет смогут достигнуть доли 75% в верхнем сегменте.

Импорт в РФ ведущих китайских брендов и брендов других стран в сегменте смартфонов от 7 000 руб. за 9 мес., млн шт.



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

В третьем квартале 2019 года в сегменте низкобюджетных смартфонов и кнопочных мобильных телефонов сохраняются тенденции, о которых мы говорили при анализе второго квартала 2019 года (1-2Q 2019 mobile phones supply report GS Group): высокая концентрация российских брендов, которые в сумме занимают около половины, общее падение объемов и очень плотная расстановка лидеров с их резким появлением и таким же быстрым уходом с рынка.

Лидером остается новый российский бренд — Inoi (российская компания «Иной»). Мобильные телефоны под этим брендом появились в России еще в середине 2018 года, в первом квартале поставки были самыми массовыми (0,8 млн штук), во втором было снижение объемов (77 тысяч штук) и, наконец, в третьем вновь подъем — 243 тысячи штук, итого за девять месяцев 1,11 млн штук. Как уже отмечалось ранее, в основном это кнопочные телефоны.

Вторую строчку по итогам девяти месяцев по-прежнему удерживает Texet с объемом 1,06 млн штук. По сравнению с 2018 годом объемы снизились на 9% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), однако поставки не падают значительно: импорт в третьем квартале — 229 тысяч штук.

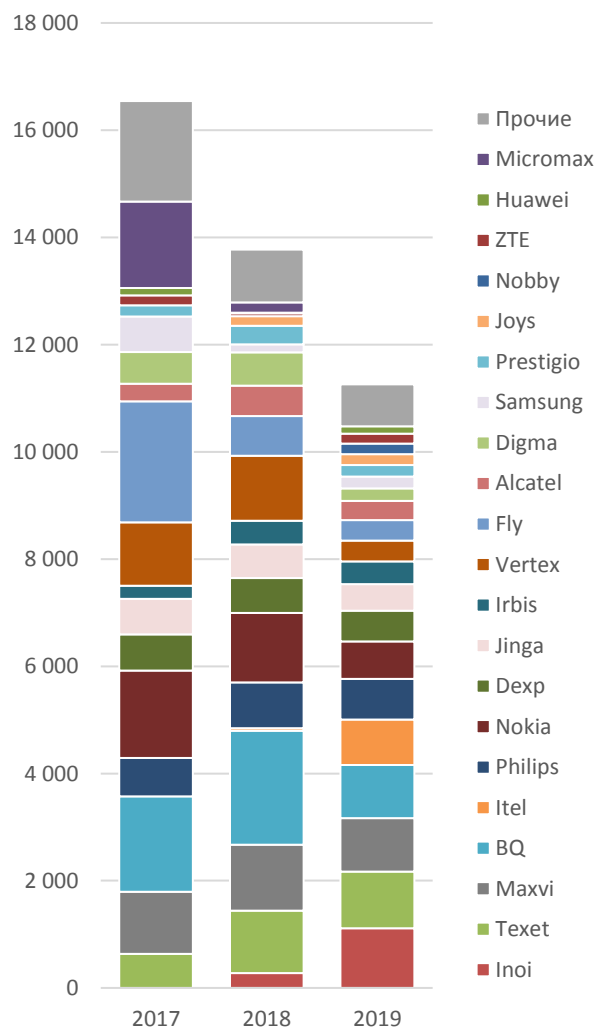
Объемы Maxvi снизились за девять месяцев на 18% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.) до 1 млн штук; тем не менее, бренд является лидером по поставкам в третьем квартале — 358 тысяч штук.

BQ (Bright&Quick) за девять месяцев 2019 года не смог достичь 1 млн штук, хотя идет очень близко за лидерами: 988 тысяч штук, это означает снижение более чем в два раза после 2,1 млн в 2018 году. Однако среди лидеров нижнего сег-

мента (до 7 000 рублей) BQ единственный активно прорывается в верхний сегмент (от 7 000 рублей) и теснит там A- и B-бренды.

Вторым лидером в нижнем сегменте в третьем квартале является Itel — 343 тысячи штук. Бренд принадлежит китайской Transsion Holdings (импортируется российской ТФН) и активно стал поставляться в Россию в конце 2018 года. Итого за девять месяцев 2019 года — 847 тысяч штук. Ровные поставки в больших объемах позволят Itel сохранить в дальнейшем пятое место в нижнем сегменте.

Импорт сотовых телефонов с ценой до 7 000 руб. в РФ за 9 мес., тыс. штук



Поставки Philips в Россию также относительно ровные. Бренд стал лидером во втором квартале (344 тысячи штук). В третьем квартале было завезено 223 тысячи мобильных телефонов под этим брендом. Итого за девять месяцев — 759 тысяч штук с падением на 11% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.) Напомним, бренд Philips принадлежит голландской Koninklijke Philips N.V., но производится китайской Shenzhen Sang Fei Consumer Communications по лицензии.

Nokia немного снизила объемы в нижнем сегменте — до 697 тысяч штук за девять месяцев, падение на 46% (9 мес. 2019 г. к 9 мес. 2018 г.), год назад также было падение — на 21% (9 мес. 2018 г. к 9 мес. 2017 г.), в результате после упорной борьбы за второе место в 2017 и 2018 году Nokia ушла на седьмое место. При этом бренд стал одним из лидеров в третьем квартале — 250 тысяч штук. Как мы уже отмечали выше, Nokia собирает в Китае незначительные объемы, в основном дорогие модели — 9% по итогам 9 месяцев, а дешевые телефоны для нижнего сегмента полностью идут из Вьетнама.

Интересно выглядит ситуация с ведущими брендами на российском рынке — Samsung и Huawei. Будучи лидерами верхнего сегмента, как и всего рынка мобильных телефонов в России, оба бренда активно присутствуют и в нижнем сегменте. Разумеется, речь идет не о кнопочных телефонах, а о смартфонах. В третьем квартале поставки, которые мы причисляем к нижнему сегменту, составили 219 тысяч штук для Samsung и 136 тысяч штук для Huawei. Дешевые модели этих брендов балансируют на границе сегментов в зависимости от объема встроенной памяти и ценовой политики розничной сети (включая скидки). Данную ситуацию можно отнести к методике наших расчетов, однако последний раз такие объемы Samsung направлял в нижний сегмент в 2017 году, а поставки Huawei в нижний сегмент были в среднем не более 20 тысяч штук. Все это говорит не о стратегии низких цен двух лидеров рынка, а скорее о стремлении (и реальной возможности) максимального охвата потребительской аудитории при общем повышении требований к характеристикам смартфонов.