

ВДНХ-2014

«Доплыть, домчаться, долететь»...

Андрей Великанов ▶ Этот яркий стремительный слоган можно увидеть в каталогах московского центра техники для активного отдыха Dexter. И он очень удачно подходит к последней выставке «Охота и рыбалка» на ВДНХ. С каждым годом здесь все больше сопутствующих товаров, с первого взгляда вовсе не относящихся к одному из любимых занятий активной части населения нашей планеты, ради которого мы и приехали в Москву.



Сразу видно, что в нынешнем году в обоих павильонах выставки заметно возросло количество экспонируемой мототехники (квадроциклы, амфибии, снегоходы), а на улице, где обычно рядами стояли катера, теперь группировались тюнингованные внедорожники, мотоциклы и мопеды. Если еще учесть, что многие фирмы стали выпускать собственную одежду и экипировку, то получится, что чисто «лодочного» павильона на ВДНХ теперь уже нет и в помине, хотя по привычке бывалый народ все еще пользуется старыми названиями.

Наверное, самым показательным с этой стороны был стенд компании Golfstream – там красовались и лодки, и моторы, и снегоходы, и квадроциклы, и вездеходы, и даже мотоцикл.

В силу экономических причин посетителей на нынешней выставке было ощутимо меньше, впрочем, меньше и случайных имен – еще год назад мы насчитали под одной крышей 75 фирм, производящих надувные лодки, а теперь хорошо если есть полсотни в обоих павильонах.

Хотя конечно, были «надувные»

дебютанты и сегодня – «Муссон», «Шторм», JetForce (с моторами того же названия), «Нептун», «Балтийские лодки»... Про эксплуатационные качества их продукции судить не берусь, но вот базовые знания в этой области у некоторых компаний находятся, мягко говоря, на не очень высоком уровне. А как иначе скажешь, если даже в гляцевых каталогах навесной транец у некоторых товарищей называется «приставкой под мотор»!

Как прогнозируют специалисты, среди транцевых надувнушек в этом году основной покупательский спрос будет барражировать в сегменте 3.10–3.50 м. Будет очень востребован и так называемый экономкласс. И крупные рыночные игроки тонко это почувствовали – питерский «Петросет» расширил семейство уже довольно популярного Dingo, а бердский (Новосибирская область) Solar выпустил целую линейку облегченных лодок (3.10, 3.30, 3.50, 3.80 м) под грифом SL.

Сибирские «Солары» (у них очень оригинальное килевое надувное дно) пользуются популярностью не только у любителей. Ежегодно компания

делает несколько сотен лодок для Росрезерва.

Интересную новинку показала красноярская фирма SibRiver – это была остроносая надувнушка «Абакан 370» со сменным... транцем! Он предназначен под водометный двигатель мощностью до 30 л.с.

Оригинальную надувнушку Excel Line можно было посмотреть на стенде Badger. Здесь мы увидели много конструктивных новинок: мягкие бортовые замки, эллипсообразные баллоны, межпайольные соединения.

Мощно смотрелся стенд патриарха рынка – ПФК «Мнев и К», где на первом плане стояли два новых РИБа Raptor – M480 A (70 л.с.) и M550 A (100 л.с.). Последнюю модель со всеми опциями можно приобрести за 470 000 руб. (цены на конец февраля). Корпуса катеров сделаны из алюминия марки АМг5М, а баллоны – из ПВХ плотностью 1600 г/м². «Мневцы» не обошли стороной и «лайтовый» вопрос, прибавив в этом году к линейке Catfish сестру-близняшку Starfish (2.60, 2.80, 3.00, 3.20 м), принципиальным отличием которой является присутствие

присутствие стрингера. Цена на модель длиной 3.20 равнялась 20 000 руб. Такой цифрой не испугаешь ни «Посейдон», ни «Лидер» (эта компания выставляла продукцию в рыбацком зале), ни «Фрегат». Последняя фирма навесила ценники на все свои лодки, что в немалой степени служило аппетитной приманкой даже для случайных посетителей.

Внушительно выглядели дилеры «Ямахи» – «Петросет», «Альбатрос», «Жест» – они стояли практически рядом, в центре зала, что конечно же придавало определенной весомости популярному японскому бренду.

По моторной части опять громко выступили китайские производители, и если имя HDX уже достаточно давно на слуху, то вот что такое DFXPRO, JetForce или же Aqua Jet, можно было только гадать (лет 10 назад так назывался один из российских дистрибьюторов Mercury). В то время как Aqua Jet завораживал глаз своим модель-

ным рядом (двухтактники от 2.5 до 90 л.с.), другие китайцы, что назывались DFXPRO, завораживали ценой – например, предлагали DF 2.5F за 12 000 руб. Интересно, а что если еще поторговаться?

В качестве внутренних органов некоторых китайских моторов можно было убедиться лично. На одном стенде была выставлена разрезанная пополам двухтактная «голова». Если неосторожно провести рукой по патрубкам, подающим смесь в цилиндры, то наверняка порежешь пальцы! Настолько грубо были обработаны края.

Жестких корпусов на выставке в этот раз было немного, и как будто нарочно в центре «лодочного» зала рядом стояли стенды с продукцией Silver и Windboat. Даже самым неопытным взглядом можно было сразу заметить, что NorthSilver Pro 490 делали специалисты «из Эрмитажа», а Windboat 42 Pro клепали стажеры «из Театра народного творчества».

Зрители закономерно обращали внимание на катера Laker, Quintrex, ДМБ (у этой компании, также как и у «Петросета», появилась своя линия одежды). Несколько сиротливо смотрелись пластиковые корпуса «Сибирь 460» казанской фирмы ARD. За румпельную модель судостроители из Татарстана просят всего 85 000 руб., что по нынешним временам не так уж и плохо. Наверное, это случилось потому, что они перестали выпускать «Казанку 5М-7» (из-за закрытия совместной программы с КАПО им. Горбунова).

Отрадно, что наконец мы увидели на ВДНХ каяки и байдарки в достаточно представительной компании.

Кроме квадриков в Москве можно было встретить немалую группу болотоходов. Здесь я бы выделил компании Shark (модели WilCraft) и «Пелец». Последняя фирма находится в Череповце и производит целую гамму «всепроходных» машин. Есть даже модели с на-



Новый РИБ Николая Мнева



Некоторые экспозиции были сплошь «сухопутные»



Болотоходы «Пелец»



Сменный транец SibRiver из Красноярска



Облегченная модель Solar

стоящим лодочным транцем (хотя и от движения гусениц на воде ими достигается скорость в 6 км/ч). Цена на эти вездеходы начинается от 300 000 руб. Но для настоящих ценителей гусиной охоты такая сумма – сущие пустяки.

В «рыбацком подворье» царил приятное оживление и, как выразился известный московский эксперт Сергей Смольников, «наконец-то шалупени стало меньше». Это он по поводу мелких фирм, ранее занимавшихся на ВДНХ светливой торговлей. Законодатели отечественных мод здесь нынче не коробейничают, а только представляют продукцию, встречаются с региональными дилерами. Если их у фирмы нет, то твоя песенка спета, если не сегодня, то уж точно – завтра.

По рыболовной части выставка еще раз доказала, что китайцы научились делать практически все, кроме безынерционных и мультотых катушек. Отличить спиннинг за 2500 руб. от аналогичного за 15 000 теперь будет очень непросто. А поскольку основной покупательский спрос в «палках» на отечественном рынке зажат в дельте между 1000 и 2500 целковых, то западным именам нынче у нас приходится несладко. В первую очередь это было заметно по стендам представительства некогда мощного Normark, где стойка со спиннингами G.Loomis выглядела



Экспозиция компании Ecogroup

скромнее скромного. Правда, есть и редкие исключения – например, в нахлысте – очень комфортно себя чувствует компания Grizzly, представляющая в России полную гамму продукции финского Vision. Но, видимо, это уже вчерашний день бизнеса – большинство крупных отечественных компаний разрабатывают и производят свои удиллица, и порою на тех же самых китайско-корейских производствах, где располагают заказы и иностранцы.

В правильности такой стратегии можно было убедиться на экспозиции компании Ecogroup, где временами было непросто подойти к стойкам со спиннингами Maximus. Кроме них посетители отмечали добротную серию термобелья Alaskan.

Из мировых грандов, без сомнения, солировала японская Daiwa, у которой был самый большой стенд. Эксперты говорят, что в последние годы у нас в стране «дайвовцы» сильно потеснили «шиманистов», что в первую очередь, наверное, связано не с качеством, а с системой дистрибуции товаров. Кроме катушек Daiwa показала очень интересную карповую серию удилщ. Это рыболовное направление снова входит в моду у нас в стране, но если раньше это было слепое подражание западу, то теперь простая жизненная необходимость. Уже давно известно,

что увлечение ловлей карпа происходит в тех странах, где есть экологические и рекреационные проблемы и сокращаются популяции диких рыб.

С каждым годом у нас все более заметно присутствие некогда очень популярного еще в СССР японского рыболовного имени Ryobi. По словам Игоря Подбельского, директора компании Freeway (она представляет в РФ данную фирму), в прошлом году им было продано 125 000 катушек этой марки.

Хотя на выставке был всего один чисто китайский зал – там красовалась надпись «Китайские товары напрямую от производителя» – можно с уверенностью говорить, что до 90% увиденной на ВДНХ продукции имеет или прямое, или косвенное отношение к Поднебесной.

Про балансиры «Страдивари» (был и такой стенд) судить не берусь, но вектор развития нашего бизнеса, как, наверное, и страны в целом, уже накрепко привязан к восточному направлению. И это, видимо, и есть наше самое светлое будущее.



«Я отгоняю комаров»