DISCOVERY RESEARCH GROUP

Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка объективов для проекторов в России

Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благ.рность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 4, этаж 4
Телефон: +7 (499) 394-53-60; +7 (495) 968-13-14.
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Рбк, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм 9

Таблицы: 9
Диаграммы: 9

Резюме 10

Глава 1. Методология исследования 11

Объект исследования 11
Цель исследования 11
Задачи исследования 11
Метод сбора и анализа данных 11
Источники получения информации 12
Объем и структура выборки 13

Глава 2. Классификация и основные характеристики объективов для проекторов 14

Классификация проекторов 14
Характеристики проекторов 15
Характеристики объектива 15

Глава 3. Объем и темпы роста рынка объективов для проекторов в России 17

Объем и темпы роста рынка 17

Объем рынка по брендам 20

Глава 4. Производство объективов для проекторов в России 25

Производство 25

Глава 5. Импорт объективов для проекторов в Россию и экспорт объективов для проекторов из России 26

Импорт 26

Импорт по брендам 28

Экспорт 32

Экспорт по брендам 32

Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка объективов для проекторов 33

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 12 таблиц и 12 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка объективов для проекторов в России, шт.
Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка объективов для проекторов в России, тыс. $.
Таблица 3. Доли брендов в общем объеме рынка объективов для проекторов в России в 2021 г., % от натурального объема.
Таблица 4. Доли брендов в общем объеме рынка объективов для проекторов в России в 2021 г., % от стоимостного объема.
Таблица 5. Объем импорта объективов для проекторов в Россию, шт.
Таблица 6. Объем импорта объективов для проекторов в Россию, тыс. $.
Таблица 7. Объем импорта объективов для проекторов в Россию по брендам, шт.
Таблица 8. Объем импорта объективов для проекторов в Россию по брендам, тыс. $.
Таблица 9. Объем экспорта объективов для проекторов из России, шт.
Таблица 10. Объем экспорта объективов для проекторов из России, тыс. $.
Таблица 11. Объем экспорта объективов для проекторов из России по брендам, шт.
Таблица 12. Объем экспорта объективов для проекторов из России по брендам, тыс. $.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка объективов для проекторов в России, в натуральном выражении, %.
Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка объективов для проекторов в России в стоимостном выражении, %.
Диаграмма 3. Доли брендов рынка объективов для проекторов в России, % от объема рынка в натуральном выражении.
Диаграмма 4. Доли брендов в общем объеме рынка объективов для проекторов в России, % от стоимостного объема.
Диаграмма 5. Объем и темп прироста импорта объективов для проекторов в Россию, шт.
Диаграмма 6. Объем и темп прироста импорта объективов для проекторов в Россию, тыс. $.
Диаграмма 7. Доли брендов объективов для проекторов в объеме импорта в Россию, % от натурального объема.
Диаграмма 8. Доли брендов объективов для проекторов в объеме импорта в Россию, % от стоимостного объема.
Диаграмма 9. Объем и темп прироста экспорта объективов для проекторов из России, шт.
Диаграмма 10. Объем и темп прироста экспорта объективов для проекторов из России, тыс. $.
Диаграмма 11. Доли брендов объективов для фото/видео техники в объеме экспорта из России, % от натурального объема.
Диаграмма 12. Доли брендов объективов для фото/видео техники в объеме экспорта из России, % от стоимостного объема.

Резюме

Объем рынка объективов для проекторов в России в 2021 г. составил 1 745 шт. Крупнейшими игроками рынка объективов для проекторов в 2021 г. стали: EPSON, SAMYANG, NEC, CHRISTIE, BARCO, DIGITAL PROJECTION, VIVITEK, SONY, PANASONIC, HITACHI, CANON, MAXELL и BENQ.

в России производство объективов для проекторов отсутствует.

Наибольшую долю импорта объективов для проекторов в 2021 г. заняли бренды: EPSON, SAMYANG, NEC, CHRISTIE, BARCO, DIGITAL PROJECTION, VIVITEK, SONY, PANASONIC, HITACHI, CANON, MAXELL и BENQ.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок объективов для проекторов в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка объективов для проекторов в России.

Задачи исследования

1. Объем и темпы роста рынка объективов для проекторов в России.
2. Объем импорта в Россию и экспорта из России объективов для проекторов.
3. Рыночные доли брендов на рынке объективов для проекторов в России.
4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка объективов для проекторов в России.

Метод сбора и анализа данных

ФСГС РФ (Росстат): часто информация об **объемах производства продукции** не содержится в данных ФСГС РФ (Росстат) и процесс ее получения является очень трудоемким и сложным. В текущем исследовании мы имеем дело именно с таким случаем.

Анализа финансово-хозяйственной деятельности производителей: сведения о ряде производителей были получены в результате анализа показателей их финансово-хозяйственной деятельности, информации из открытых источников об их деятельности, мнений экспертов и наших собственных знаний о компаниях.

Интервью с производителями: также мы провели **интервью с производителями** и получили сведения как о них самих, так и о деятельности их конкурентов.

Mystery-Shopping с производителями: кроме того, информацию об объемах производства и ценах мы получили, вступив в **переговоры** с производителями **в завуалированной форме (Mystery-Shopping)** от имени потенциального заказчика.

Мониторинг документов: в качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке объективов для проекторов и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России** объективов для проекторов**.** База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Производитель
3. Бренд
4. Год импорта/экспорта
5. Компании получатели и отправители товара
6. Страны получатели, отправители и производители товара
7. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
8. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики объективов для проекторов

Классификация проекторов

Мультимедийный проектор представляет собой автономный прибор, обеспечивающий передачу (проецирование) информации на экран любого размера и любой формы от внешнего источника – компьютера (или ноутбука), медиаплеера, видеокамеры, документ-камеры, телевизионного тюнера и т.п.

Проекторы имеют различные технологии проецирования, самые популярные из которых: LCD, DLP, Laser, LCoS и прочие. Производители проекторов из года в год борются с конкурентными устройствами и технологиями, улучшая характеристики в части контрастности и цветового охвата.

Постоянное совершенствование технических характеристик, добавление новых функций, а также доступность проекторов всё больше и больше расширяет сферу их применения. Поэтому по функциональному назначению проекторы можно разделить на три основные группы:

- проекторы для коммерческих инсталляций. Это самый широкий рынок применения проекторов. К нему можно отнести:
  - инсталляции в сегменте образования и медицины
  - конференц-залы частных компаний, в государственном секторе
  - создания рекламных или информационных инсталляций большого размера для проведения крупных массовых мероприятий, концертов
  - и прочие;
- проекторы для домашнего кино, игровые проекторы (категория Home Cinema);
- проекторы для индустрии развлечений (для кинотеатральных залов и т.п.)
- проекторы для систем 3D виртуальной реальности и тренажеров.

Характеристики проекторов

Основными характеристиками мультимедийного проектора являются:

- Световой поток (яркость)
- Технология изготовления проектора
- Разрешение проектора
- Наличие сетевых интерфейсов
- Вес проектора

Дополнительными характеристиками мультимедийного проектора являются:

- Контрастность
- Равномерность освещения
- Характеристики объектива
- Количество и типы входных и выходных разъёмов
- Уровень шума
- 3D технология

Характеристики объектива

Как у фотоаппарата и видеокамеры, проектор имеет объектив, который в первую очередь определяет фокусное расстояние, т.е. расстояние расположение проектора до экрана.

Большинство современных мультимедийных проекторов комплектуются варио объективами с изменяемым фокусным расстоянием (так называемые, объективы с трансфокаторами, или ZOOM-объективы). Наличие ZOOM-объектива существенно упрощает подготовку к видеопоказам, так как позволяет менять размер изображения, не передвигая проектор.

В современных моделях объективы оснащены электроприводами, позволяющими не только вручную, но и с пульта ДУ изменять масштаб изображения и регулировать фокусировку. Это качество, безусловно, удобно, особенно при потолочном креплении проектора, но зато удорожает аппарат.

Современные проекторы имеют широкий спектр объективов (встроенных или сменных опциональных), которые позволяют располагать проектор на любом расстоянии от экрана, как прямо над ним, так и на достаточном удалении в десятки метров.

Важнейшая характеристика объектива – проекционное соотношение. Оно представляет собой соотношение дистанции проецирования к ширине изображения на экране. Стандартная оптика каждого проектора имеет минимальные и максимальные рамки проекционного соотношения (для устройств с оптическим зумом), которые прописаны в техдокументации. В основном объективы имеют проекционное соотношение в пределах 1,8-2,2, длиннофокусные – до 4-8, короткофокусные – 0,8 -1,2.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка объективов для проекторов в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-производителей. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, брендов).

Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах производителей изучаемых в исследовании периодов времени (год). Все цены выражены в долларах США.

Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

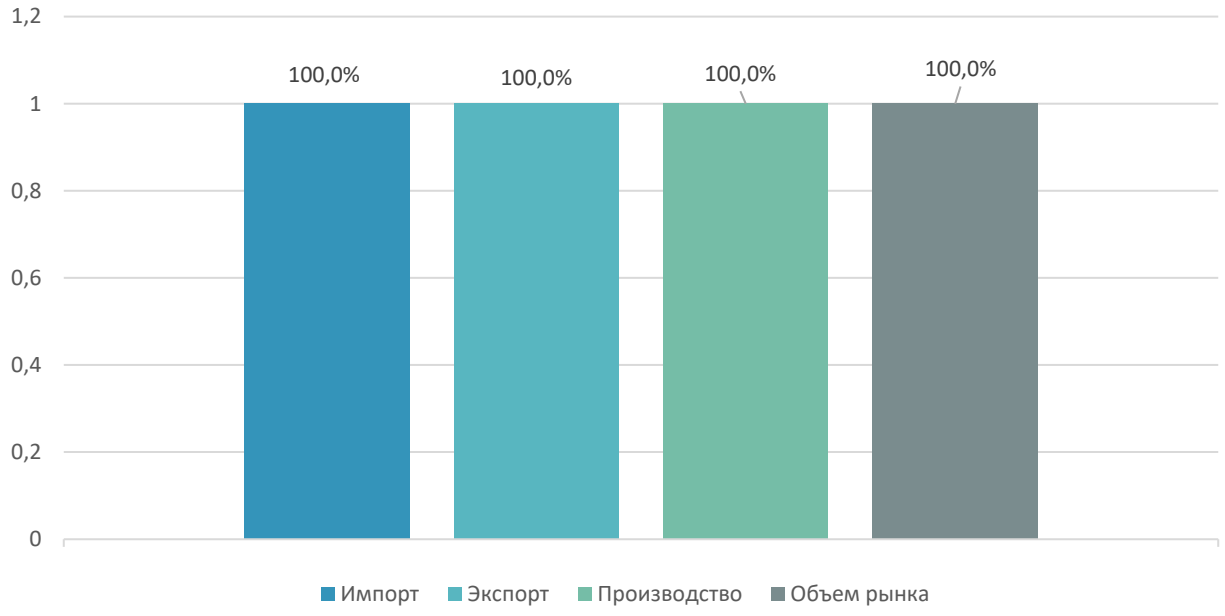
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка объективов для проекторов в России в 2019 г. был равен …….. шт. В 2020 г. этот показатель …….. до …….. шт. Темп прироста в 2020 г. составил ……% в натуральном выражении. По итогам 2021 г. объем рынка объективов для проекторов составил 1 745 шт. Темп прироста в 2021 г. составил ……%.

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка объективов для проекторов в России в 2019-2021 гг., шт.

Показатель	2019	2020	2021
Импорт			
Экспорт			
Производство			
Рынок			**1 745**
Темп прироста			

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 1. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка объективов для проекторов в России в 2021 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

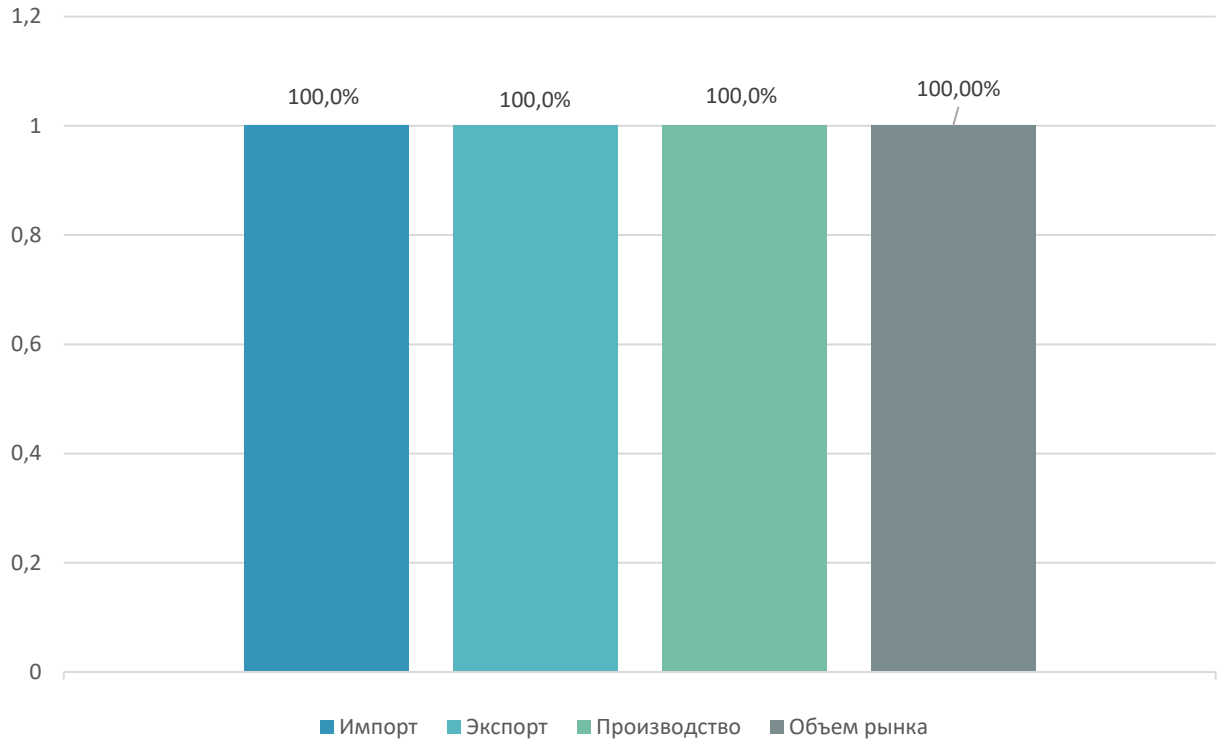
Объем рынка объективов для проекторов в России в 2019 г. был равен $ …… тыс. В 2020 г. этот показатель …… до $ …….. тыс. Темп прироста в 2020 г. составил …….% в стоимостном выражении. По итогам 2021 г. объем рынка объективов для проекторов составил $ …….. тыс. Темп прироста в 2021 г. составил ……..%.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка объективов для проекторов в России в 2019-2021 гг., тыс. $.

Показатель	2019	2020	2021
Импорт			
Экспорт			
Производство			
Рынок			
Темп прироста			

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка объективов для проекторов в России в 2021 г. в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем рынка по брендам

Наибольшую долю рынка объективов для проекторов в 2021 г. занял бренд ……. Его доля составила …….% натуральном выражении. На втором месте бренд …… с …….%. Также в тройку лидеров входит бренд NEC. Доля этого бренда в 2021 г. составила …….% в натуральном выражении.

Наибольшую долю рынка объективов для проекторов в 2021 г. занял бренд …….. Его доля составила …….% стоимостном выражении. На втором месте бренд …… с …….%. Также в тройку лидеров входит бренд …….. Доля этого бренда в 2021 г. составила …….% в стоимостном выражении.

Таблица 3. Доли брендов в общем объеме рынка объективов для проекторов в России в 2021 г., % от натурального объема.

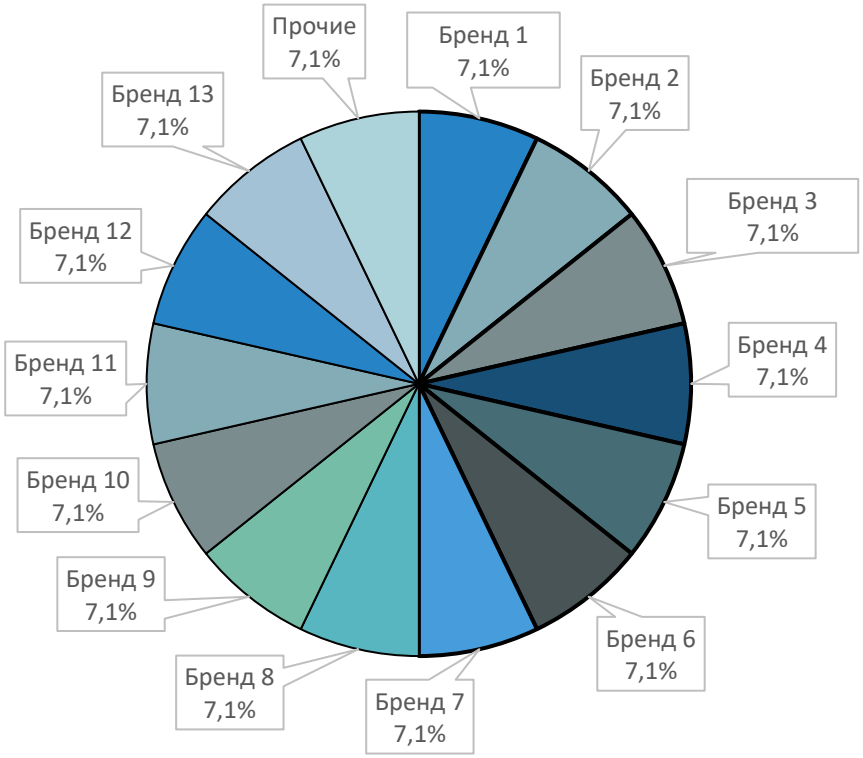
Бренд	2019				2020				2021			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
.												
CANON												
NEC												
PANASONIC												
SONY												

BENQ												
Общий итог												

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 4, этаж 4
Телефон: +7 (499) 394-53-60; +7 (495) 968-13-14.
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Диаграмма 3. Доли брендов рынка объективов для проекторов в России в 2021 г., % от объема рынка в натуральном выражении.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 4. Доли брендов в общем объеме рынка объективов для проекторов в России в 2021 г., % от стоимостного объема.

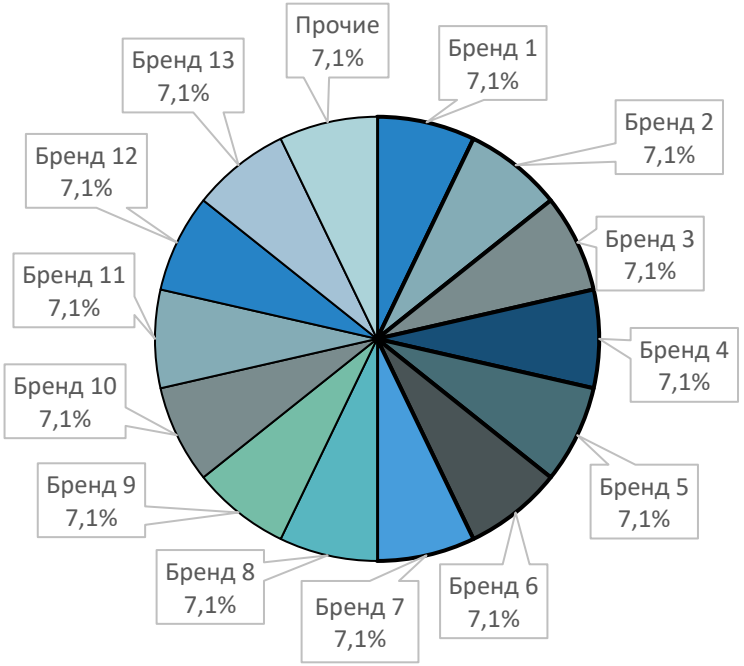
Производитель	2019				2020				2021			
	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК	ИМ	ЭК	ПР-ВО	РЫНОК
CANON												
NEC												
PANASONIC												
SONY												
BENQ												

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 4, этаж 4
Телефон: +7 (499) 394-53-60; +7 (495) 968-13-14.
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Общий итог												

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Доли брендов в общем объеме рынка объективов для проекторов в России в 2021 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 4. Производство объективов для проекторов в России

Производство

В России отсутствует производство объективов для проекторов.

Глава 5. Импорт объективов для проекторов в Россию и экспорт объективов для проекторов из России

Импорт

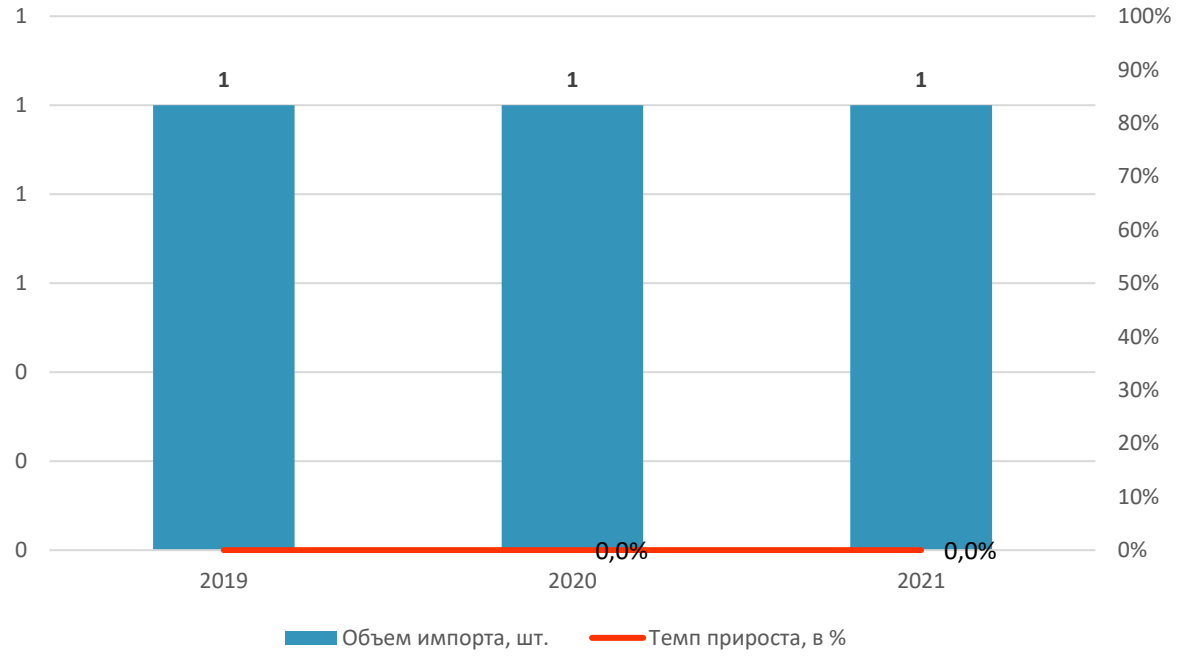
Объем импорта объективов для проекторов в Россию в 2020 г. составил …… шт. Темп прироста в 2020 г. был равен ……..%. По итогам 2021 г. объем импорта объективов для проекторов составил …… шт. Темп прироста в 2021 г. составил ……% в натуральном выражении.

Таблица 5. Объем импорта объективов для проекторов в Россию в 2019-2021 гг., шт.

2019	2020	2021

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 5. Объем и темп прироста импорта объективов для проекторов в Россию в 2019-2021 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

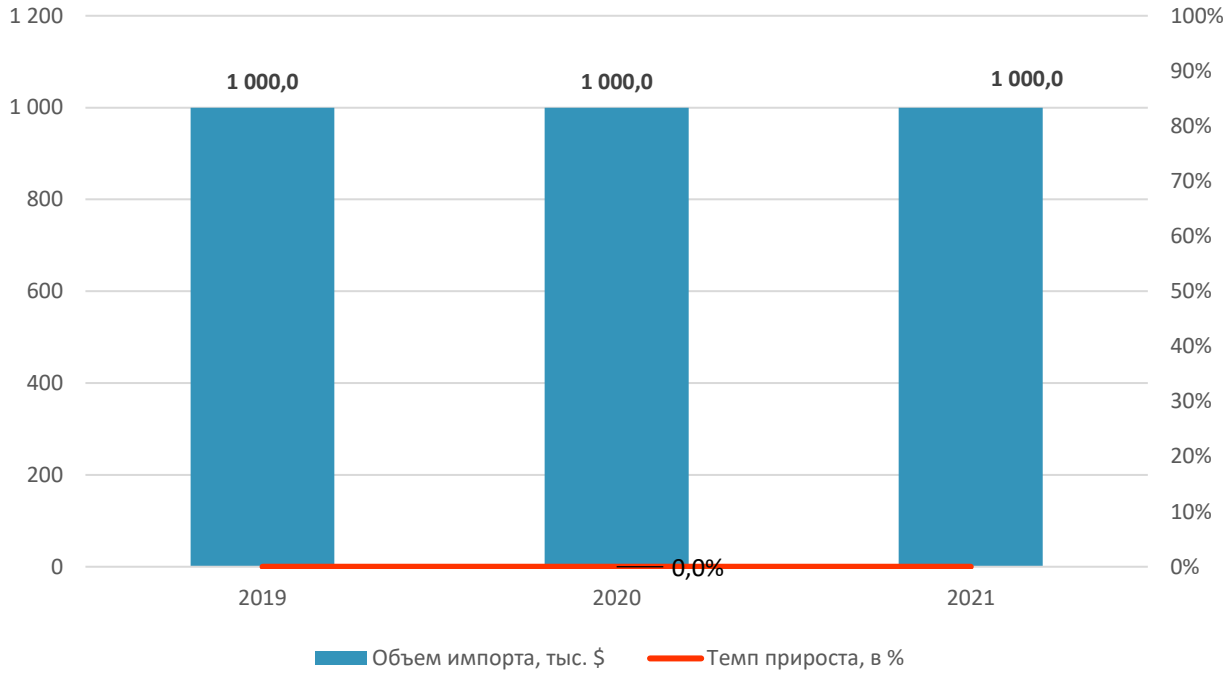
Объем импорта объективов для проекторов в Россию в 2019 г. был равен $ ……. тыс. В 2020 г. объем импорта составил $ …….. тыс. Темп прироста в 2020 г. был равен ……%. По итогам 2021 г. объем импорта объективов для проекторов составил …. Темп прироста в 2021 г. составил ……% в стоимостном выражении.

Таблица 6. Объем импорта объективов для проекторов в Россию в 2019-2021 гг., тыс. $.

2019	2020	2021

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 6. Объем и темп прироста импорта объективов для проекторов в Россию в 2019-2021 гг., тыс. $.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Импорт по брендам

Таблица 7. Объем импорта объективов для проекторов в Россию в 2019-2021 гг. по брендам, шт.

Бренд	2019	2020	2021
CANON			
NEC			
PANASONIC			
SONY			
BENQ			
Общий итог			

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 8. Объем импорта объективов для проекторов в Россию в 2019-2021 гг. по брендам, тыс. $.

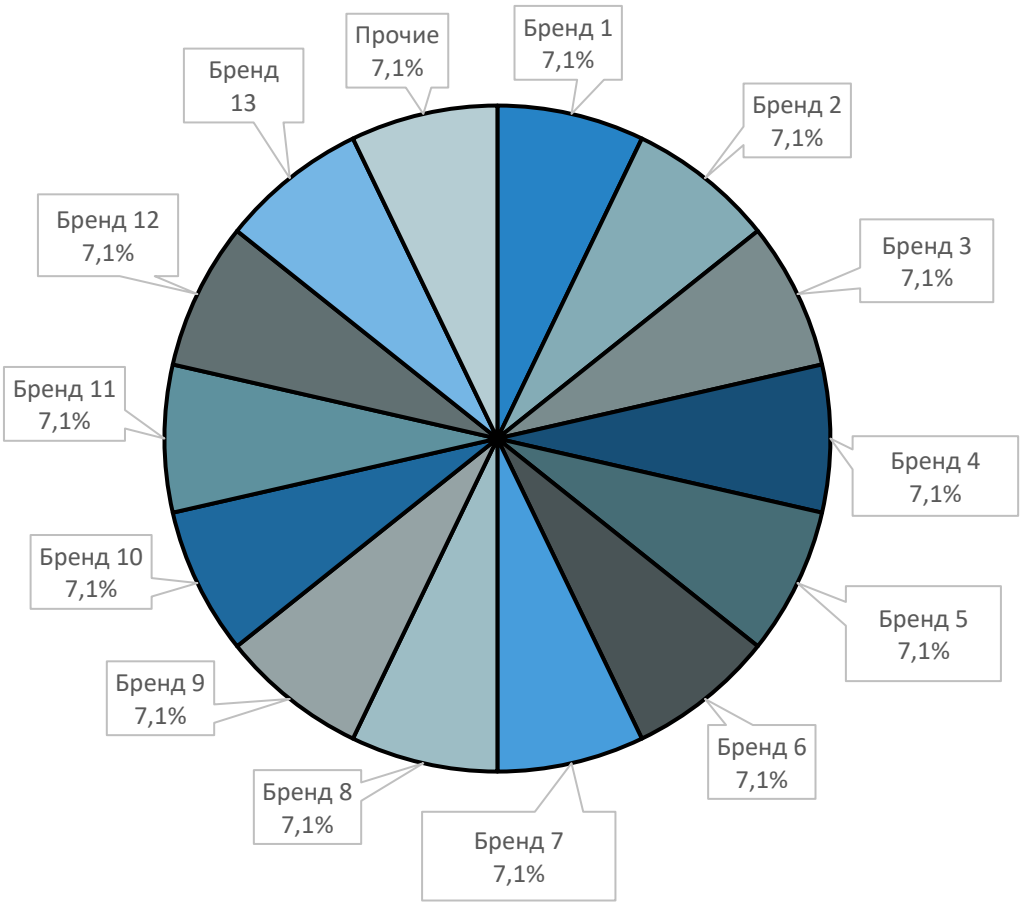
Бренд	2019	2020	2021
CANON			
NEC			
PANASONIC			
SONY			

BENQ			
Общий итог			

Источник: расчеты Discovery Research Group.

…….

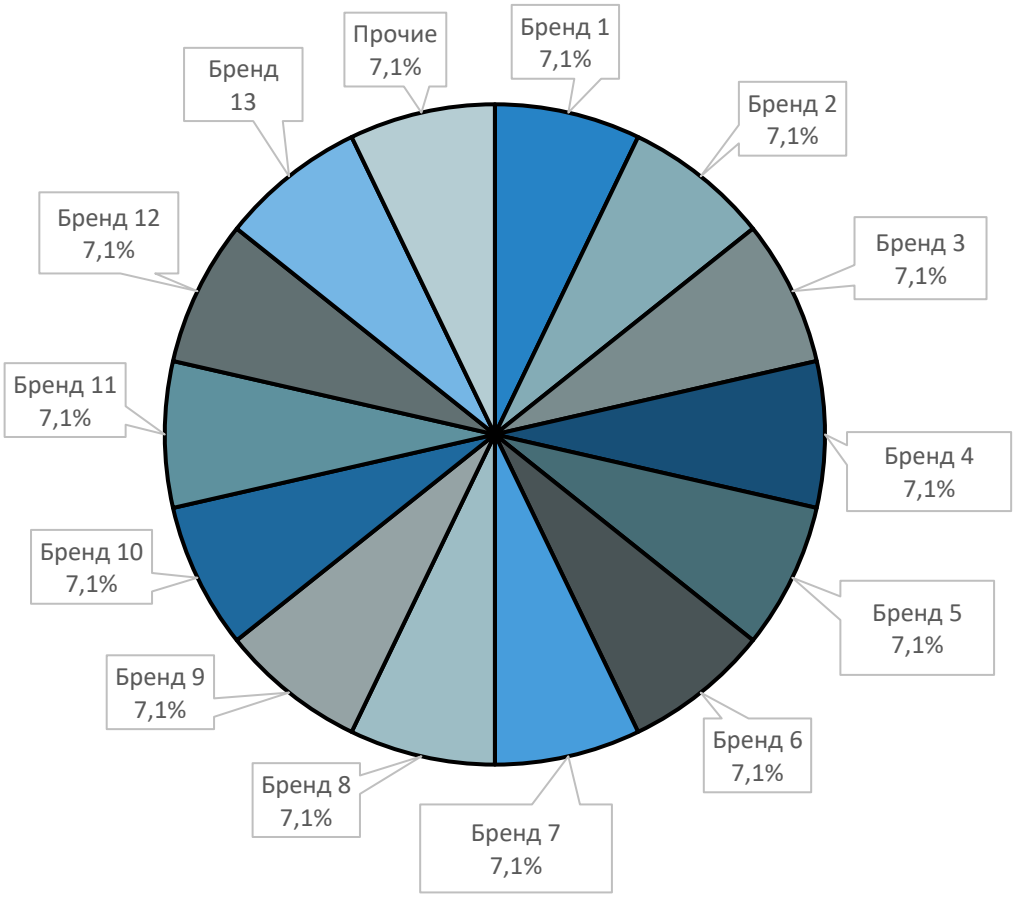
Диаграмма 7. Доли брендов объективов для проекторов в объеме импорта в Россию в 2021 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта объективов для проекторов в стоимостном выражении в 2021 г. занял бренд …….. Его доля составила …….% от стоимостного объема. На втором месте …… с …….%. Также в тройку лидеров входит бренд ……. Доля этого бренда в 2021 г. составила ……% в стоимостном выражении.

Диаграмма 8. Доли брендов объективов для проекторов в объеме импорта в Россию в 2021 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Экспорт

…….

Экспорт по брендам

…….

Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка объективов для проекторов

Рынок объективов напрямую зависит от продаж проекторов. В последние годы наблюдается активный рост популярности проекторов, которые могут воспроизводить изображение разрешением 4К.

……

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда