DISCOVERY RESEARCH GROUP

# Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

## Анализ рынка 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 благодарность 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!!!**

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 ..... 11
Глава 1. Методология исследования ..... 12
Объект исследования ..... 12
Цель исследования ..... 12
Задачи исследования ..... 12
Метод сбора и анализа данных ..... 12
Источники получения информации ..... 13
Объем и структура выборки ..... 13
Глава 2. Классификация проекторов ..... 15
CRT-технология ..... 15
LCD-технология ..... 16
D-ILA-технология ..... 16
DLP-технология ..... 16
Лазерные проекторы ..... 16
Глава 3. Объем и темпы роста рынка проекторов в России ..... 17
Объем и темпы роста рынка ..... 17
Объем рынка по брендам ..... 21
Глава 4. Производство проекторов в России ..... 27
Глава 5. Импорт проекторов в Россию и экспорт проекторов из России ..... 28
Импорт ..... 28
*Импорт по брендам ..... 30*
*Импорт по странам ..... 34*
Экспорт ..... 38
*Экспорт по брендам ..... 38*
*Экспорт по странам ..... 38*
Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка проекторов ..... 39

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 18 таблиц и 18 диаграмм.

### Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка проекторов в России, шт.
Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка проекторов в России, тыс. $.
Таблица 3. Объем рынка проекторов в России по брендам, шт.
Таблица 4. Объем рынка проекторов в России по брендам, тыс.$.
Таблица 5. Объем импорта проекторов в Россию, шт.
Таблица 6. Объем импорта проекторов в Россию, тыс. $.
Таблица 7. Объем импорта проекторов в Россию по брендам, шт.
Таблица 8. Объем импорта проекторов в Россию по брендам, тыс. $.
Таблица 9. Объем импорта проекторов в Россию по странам происхождения, шт.
Таблица 10. Объем импорта проекторов в Россию по странам происхождения, тыс.$.
Таблица 11. Объем экспорта проекторов из России, шт.
Таблица 12. Объем экспорта проекторов из России, тыс. $.
Таблица 13. Объем экспорта проекторов из России по брендам, шт.
Таблица 14. Объем экспорта проекторов из России по брендам, тыс. $.
Таблица 15. Объем экспорта проекторов из России по странам назначения, шт.
Таблица 16. Объем экспорта проекторов из России по странам назначения, тыс.$.
Таблица 17. Лидеры рынка проекторов в России, %.
Таблица 18. Объем импорта проекторов в Россию, шт.

### Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темп прироста рынка проекторов в Россию, шт. и %.
Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка проекторов в России в натуральном выражении, %.
Диаграмма 3. Объем и темп прироста рынка проекторов в Россию, тыс. $ и %.
Диаграмма 4. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка проекторов в России в стоимостном выражении, %.
Диаграмма 5. Доли брендов рынка проекторов в России, % от объема рынка в натуральном выражении.
Диаграмма 6. Доли брендов рынка проекторов в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
Диаграмма 7. Объем и темп прироста импорта проекторов в Россию, шт. и %.
Диаграмма 8. Объем и темп прироста импорта проекторов в Россию, тыс. $. и %.
Диаграмма 9. Доли брендов проекторов в объеме импорта, % от натурального объема.
Диаграмма 10. Доли брендов проекторов в объеме импорта, % от стоимостного объема.
Диаграмма 11. Доли по странам происхождения проекторов в объеме импорта, % от натурального объема.
Диаграмма 12. Доли по странам происхождения проекторов в объеме импорта, % от стоимостного объема.
Диаграмма 13. Объем и темп прироста экспорта проекторов из России, шт. и %.
Диаграмма 14. Объем и темп прироста экспорта проекторов из России, тыс. $. и %.
Диаграмма 15. Доли брендов проекторов в объеме экспорта, % от натурального объема.
Диаграмма 16. Доли брендов проекторов в объеме экспорта, % от стоимостного объема.

Диаграмма 17. Доли по странам назначения проекторов в объеме экспорта, % от натурального объема.
Диаграмма 18. Доли по странам назначения проекторов в объеме экспорта, % от стоимостного объема.

## Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка проекторов в России.

Объем рынка проекторов в России в 2022 г. составил 151 644 шт.

Ведущими игроками рынка проекторов являются: ACER, BENQ, CACTUS, EPSON, HIPER, INFOCUS, OPTOMA, ROMBICA, VIEWSONIC и XGIMI.

Объем импорта проекторов в Россию в 2022 г. составил $ 71 071,5 тыс. Наибольшую долю импорта в 2022 г. занял Китай.

Наибольшую долю импорта проекторов в 2022 г. заняли бренды: ACER, APPOTRONICS, BARCO, BENQ, CACTUS, CHRISTIE, CINEMOOD STORYTELLER, DIELLO, DIGITAL PROJECTION, DIGMA, EPSON, EXELLTECH, HIPER, INFOCUS, JIN TU, JVC, LG, MI (XIAOMI), NEC, OPTOMA, PANASONIC, PHILIPS, ROLY, ROMBICA, SAMSUNG, SMART, SONNOC, SONY, VANKYO, VIEWSONIC, VIVITEK, WANBO, XGIMI.

# Глава 1. Методология исследования

## Объект исследования

Рынок проекторов в России.

## Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка проекторов в России.

## Задачи исследования

1. Объем и темпы роста рынка проекторов в России.
2. Объем и темпы производства рынка проекторов в России.
3. Объем импорта в Россию и экспорта из России проекторов.
4. Определить долю рынка проекторов по брендам.
5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) 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 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** проекторов**.** База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта

2. Группа продукта
3. Производитель
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
10. 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 проекторов

Проектор — это устройство, подключаемое к компьютеру или ноутбуку, планшету, видеокамере и т.д. для получения изображения на проекционном экране.

Для работы проектора не требуется каких-либо специальных программ. Работа с проектором подобна работе с компьютерным или видео монитором. На пульте дистанционного управления проектором имеются регулировки яркости и контрастности изображения.

Среди разработанных на сегодняшний день технологий выдачи изображения на проекционный экран можно выделить четыре основные, получившие наиболее широкое применение в коммерческих продуктах ведущих производителей и различающиеся в первую очередь типом элемента, используемого для формирования изображения:

- CRT - Cathode Ray Tube
- ……..
- ……
- ……

……

### CRT-технология

Мультимедийные проекторы на базе электронно-лучевых трубок (CRT) выпускаются в течение уже нескольких десятилетий. Но, несмотря на появление более современных технологий, по качеству воспроизведения изображения (разрешение, четкость, точность цветопередачи), уровню акустического шума (менее 20 дБ) и длительности непрерывной работы (10 000 часов и более) они до сих пор не имеют себе равных. Ни одна другая технология пока не обеспечивает столь же глубокий уровень черного и столь же широкий динамический диапазон яркости изображения, благодаря которым CRT-проекторы позволяют различать детали даже при демонстрации затемненных сцен. Физические характеристики флюоресцирующего покрытия экрана трубки исключают потерю информации при воспроизведении видеосигналов разных стандартов (NTSC, PAL, HDTV, SVGA, XGA и т. д.), а сходство технологии производства используемых в проекторах трубок

с телевизионными обеспечивает точность передачи цветов без применения алгоритмов гамма-коррекции.

……

### LCD-технология

……

### D-ILA-технология

……

### DLP-технология

……

### Лазерные проекторы

……

# Глава 3. Объем и темпы роста рынка 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, групп, производителей и производителей).*

*Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах производителей изучаемых в исследовании периодов времени (год, полугодие, квартал или месяц). 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)*

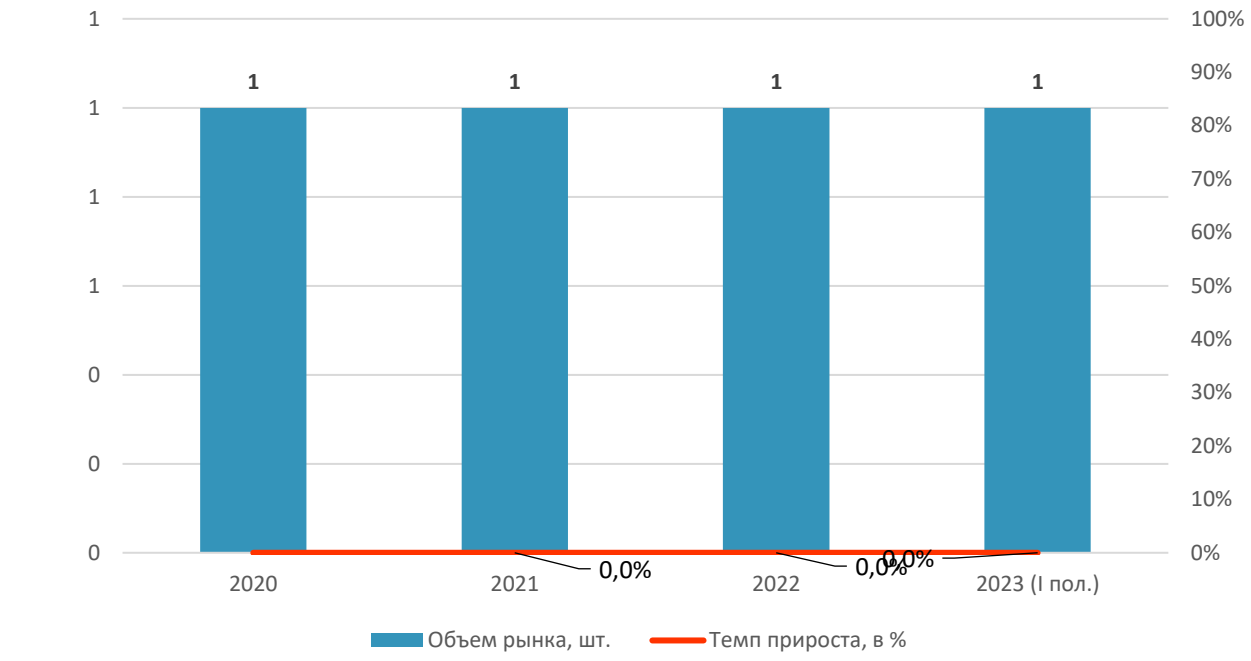
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка проекторов в России в 2021 г. был равен ……. шт., что на …….% ……., чем годом ранее. В 2022 г. этот показатель ……. и достиг значения …….шт. Темп прироста в 2022 г. составил …….% от натурального объема рынка. В первом полугодии 2023 г. объем рынка проекторов был равен …….шт.

**Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка проекторов в России в 2020-2023 (I пол.) гг., шт.**

| Показатель | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|---|
| Импорт | | | | |
| Экспорт | | | | |
| Производство | | | | |
| **Рынок** | | | | |

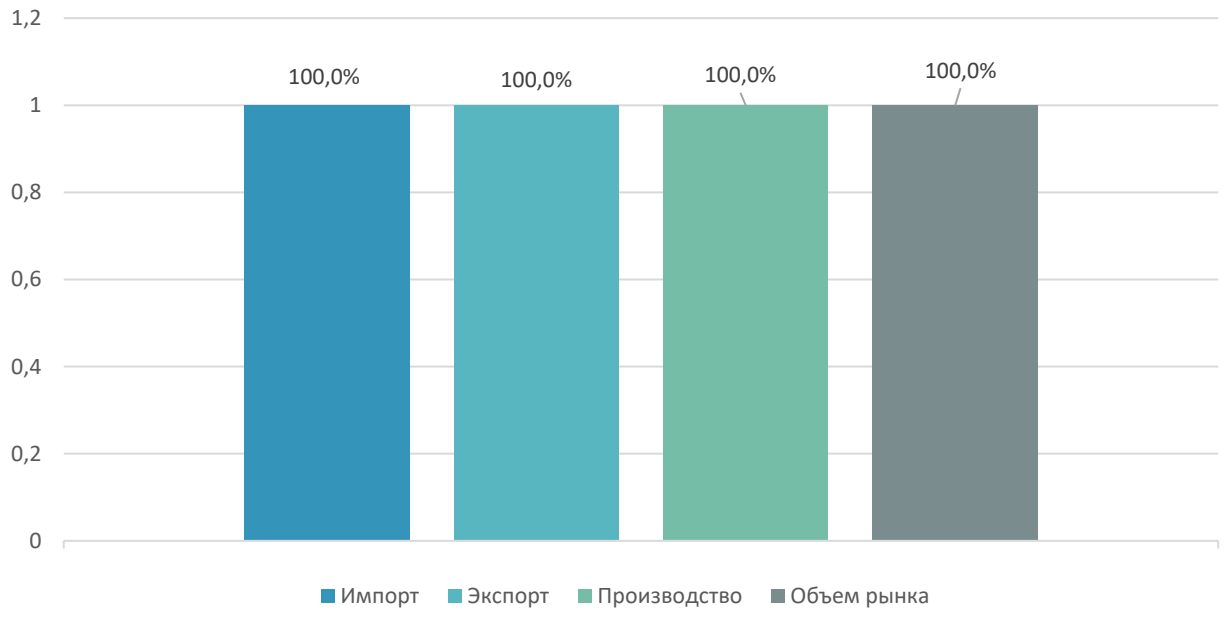
**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

**Диаграмма 1. Объем и темп прироста рынка проекторов в России в 2020-2023 (I пол.) гг., шт. и %.**




**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

**Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка проекторов в России в 2022 г. в натуральном выражении, %.**




**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

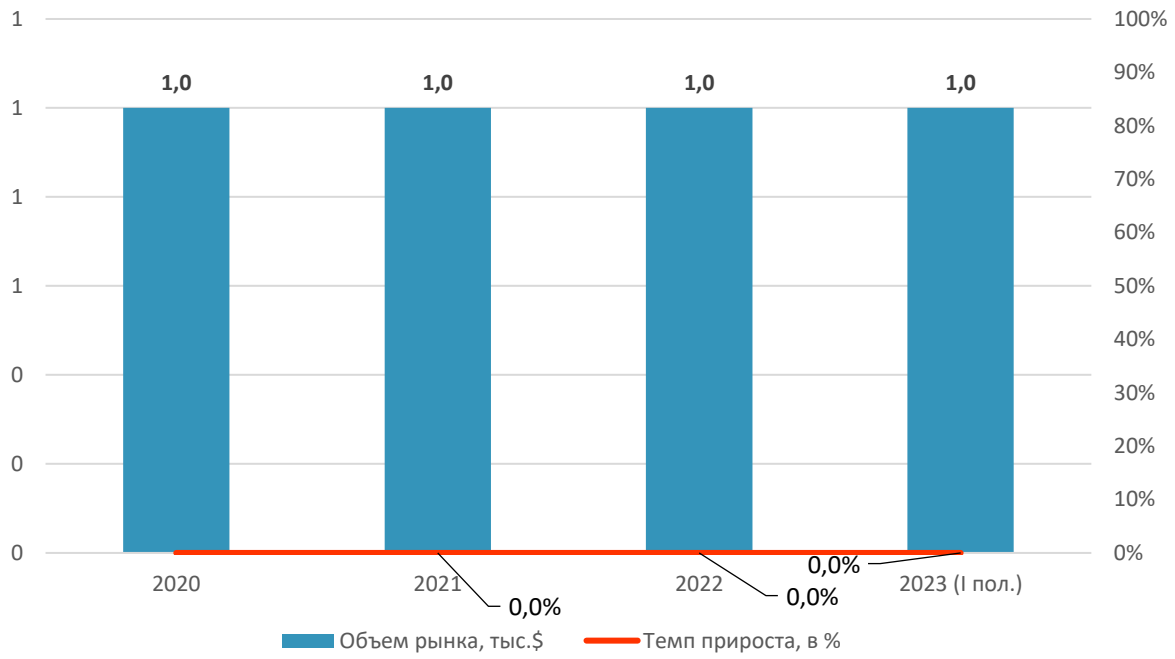
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка проекторов в России в 2021 г. был равен $ …….тыс., что на …….% ……., чем годом ранее. В 2022 г. этот показатель ……. и достиг значения $ …….тыс. Темп прироста в 2022 г. составил …….% от стоимостного объема рынка. В первом полугодии 2023 г. объем рынка проекторов был равен $ ……. тыс.

**Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка проекторов в России в 2020-2023 (I пол.) гг., тыс. $.**

| Показатель | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|---|
| Импорт | | | | |
| Экспорт | | | | |
| Производство | | | | |
| **Рынок** | | | | |

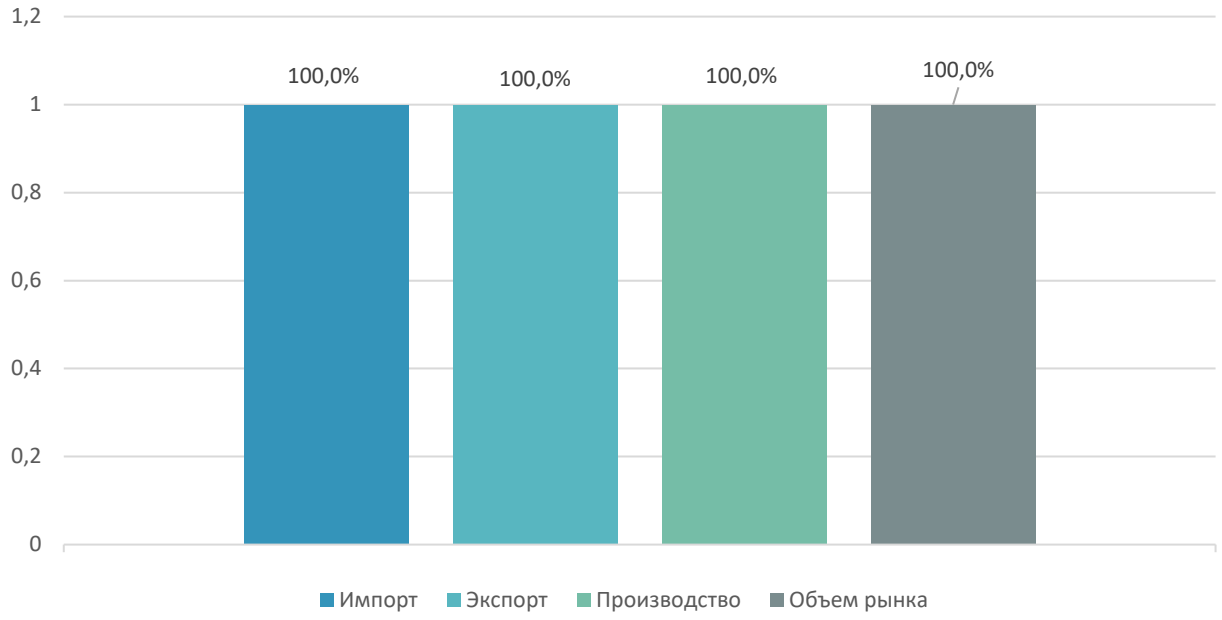
**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

**Диаграмма 3. Объем и темп прироста рынка проекторов в России в 2020-2023 (I пол.) гг., тыс. S и %.**




**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

**Диаграмма 4. Темпы прироста объемов производства, импорта и экспорта рынка проекторов в России в 2022 г. в стоимостном выражении, %.**




**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

## Объем рынка по брендам

Наибольшую долю рынка проекторов в 2022 г. занял бренд …….. Его доля составила …….% натуральном выражении. На втором месте бренд ……. с …….%. Также в тройку лидеров входит бренд …….. Доля этого бренда в 2022 г. составила …….% в натуральном выражении.

Наибольшую долю рынка проекторов в 2022 г. занял бренд …….. Его доля составила …….% стоимостном выражении. На втором месте бренд ……. с …….%. Также в тройку лидеров входит бренд …….. Доля этого бренда в 2022 г. составила …….% в стоимостном выражении.

**Таблица 3. Объем рынка проекторов в России по брендам в 2020-2023 (I пол.) гг., шт.**

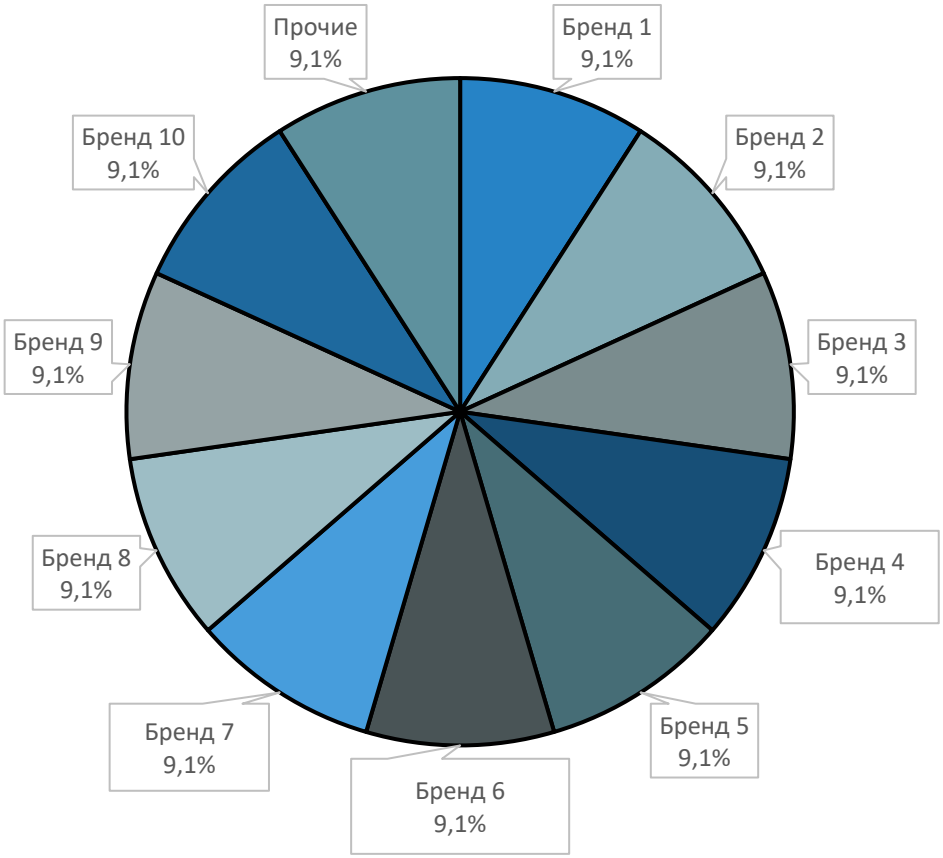
| Бренд | 2020 | | | | 2021 | | | | 2022 | | | | 2023 (I пол.) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК |
| ACER | | | | | | | | | | | | | | | | |
| APPOTRONICS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ASUS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BARCO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BENQ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CACTUS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Итого:** | | | | | | | | | | | | | | | | |

**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 5. Доли брендов рынка проекторов в России в 2022 г., % от объема рынка в натуральном выражении.**




**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.**

**Таблица 4. Объем рынка проекторов в России по брендам в 2020-2023 (I пол.) гг., тыс.$.**

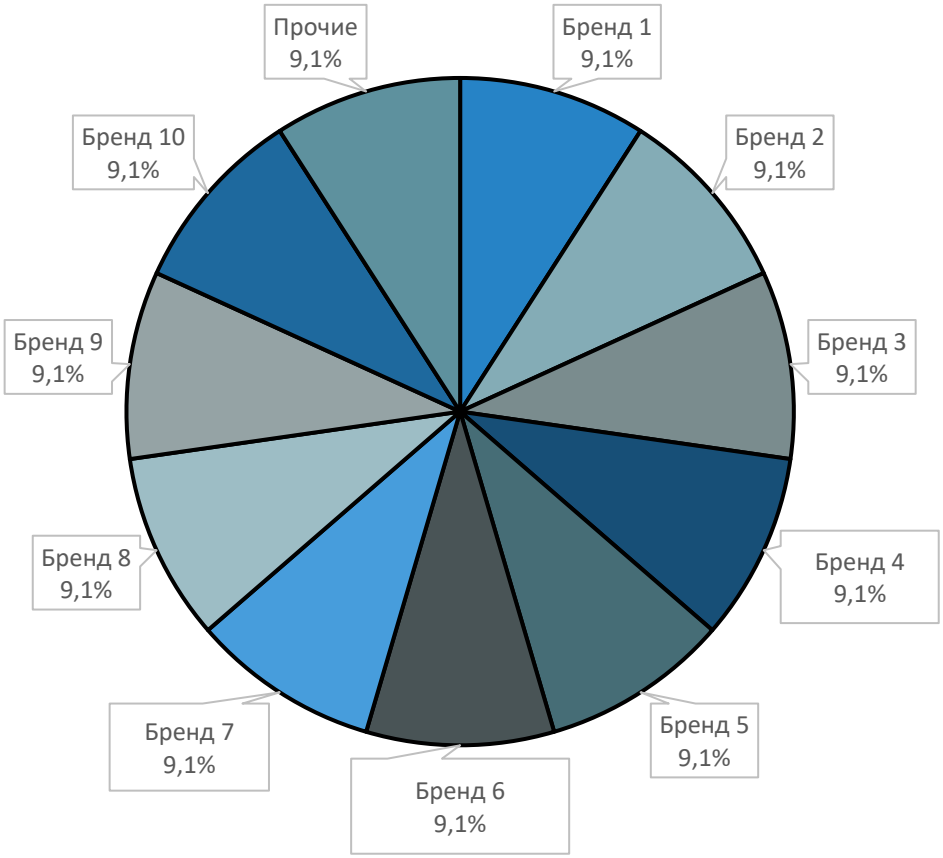
| Бренд | 2020 | | | | 2021 | | | | 2022 | | | | 2023 (I пол.) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК | ИМ | ЭК | ПР-ВР | РЫНОК |
| ACER | | | | | | | | | | | | | | | | |
| APPOTRONICS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ASUS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BARCO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| BENQ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CACTUS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CANON | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CASIO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CHRISTIE | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CINEMOOD STORYTELLER | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DEXP | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIELLO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Итого:** | | | | | | | | | | | | | | | | |

**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 6. Доли брендов рынка проекторов в России в 2022 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.**




**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.**

## Глава 4. Производство проекторов в России

…….

# Глава 5. Импорт проекторов в Россию и экспорт проекторов из России

## Импорт

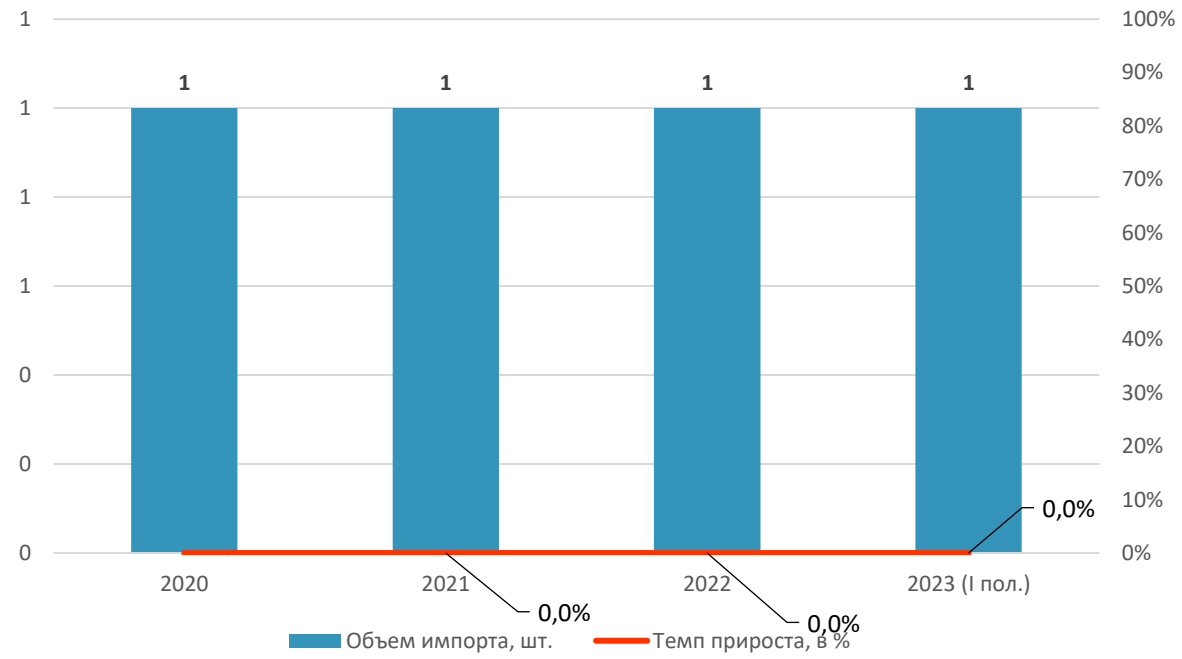
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем импорта проекторов в Россию в 2021 г. был равен …… шт., что на ……% ……, чем годом ранее. В 2022 г. этот показатель …… и достиг значения …… шт. Темп прироста в 2022 г. составил …… % от натурального объема импорта. В первом полугодии 2023 г. объем импорта проекторов был равен …… шт.

**Таблица 5. Объем импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг., шт.**

| 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|
| | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

**Диаграмма 7. Объем и темп прироста импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг., шт. и %.**




**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

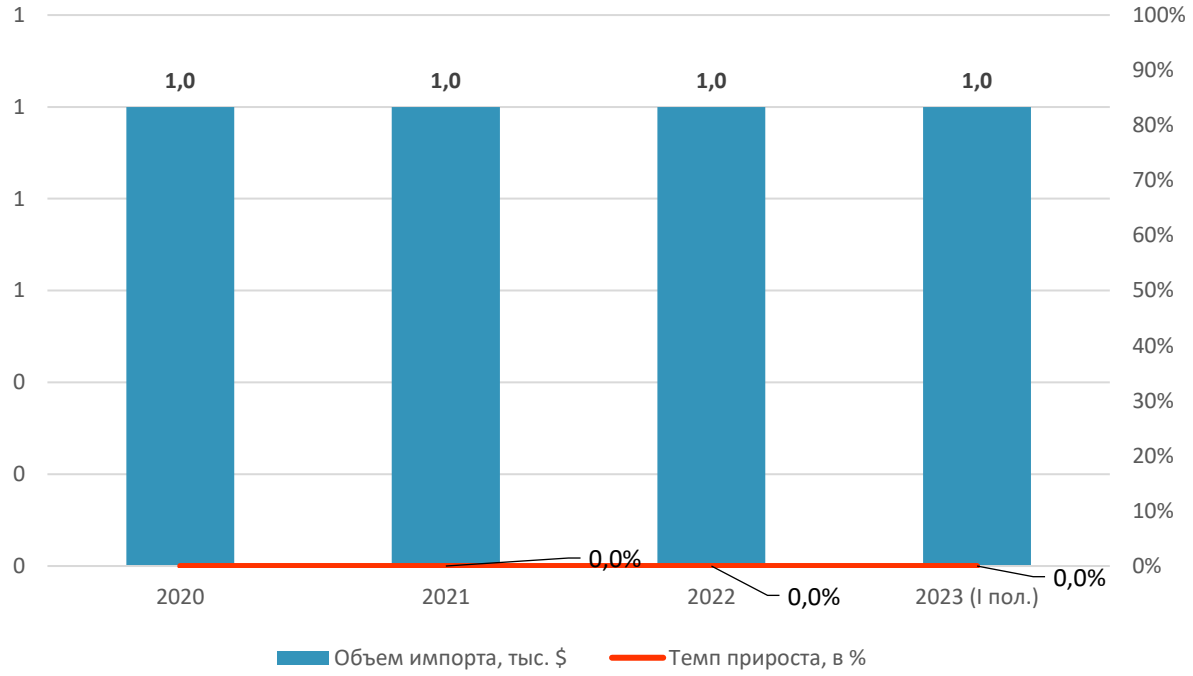
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем импорта проекторов в Россию в 2021 г. был равен $ …… тыс., что на …… % больше, чем годом ранее. В 2022 г. этот показатель …… и достиг значения $ …… тыс. Темп прироста в 2022 г. составил 2,0% от стоимостного объема импорта. В первом полугодии 2023 г. объем импорта проекторов был равен $ …… тыс.

**Таблица 6. Объем импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг., тыс. $.**

| 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|
| | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

**Диаграмма 8. Объем и темп прироста импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг., тыс. $. и %.**




**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

## *Импорт по брендам*

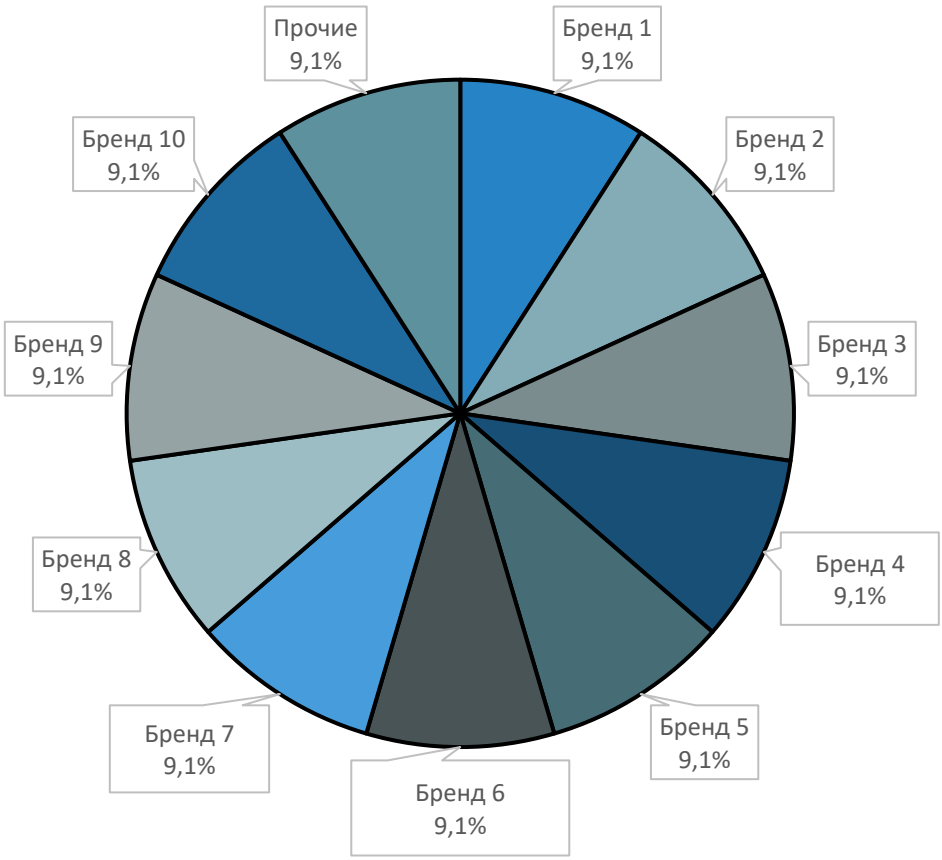
**Таблица 7. Объем импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг. по брендам, шт.**

| Бренд | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|---|
| ACER | | | | |
| APPOTRONICS | | | | |
| ASUS | | | | |
| BARCO | | | | |
| BENQ | | | | |
| CACTUS | | | | |
| CANON | | | | |
| CASIO | | | | |
| CHRISTIE | | | | |
| CINEMOOD STORYTELLER | | | | |
| DEXP | | | | |
| DIELLO | | | | |
| DIGITAL PROJECTION | | | | |
| DIGMA | | | | |
| EPSON | | | | |
| EXELLTECH | | | | |
| FAW | | | | |
| FUJIFILM | | | | |
| HIPER | | | | |
| HISENSE | | | | |
| HITACHI | | | | |
| HP | | | | |
| INFOCUS | | | | |
| JIN TU | | | | |
| JVC | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| **Итого:** | | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

Наибольшую долю импорта проекторов в натуральном выражении в 2022 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % от натурального объема. На втором месте …… с …… %. В тройку лидеров входит бренд ……. Его доля в 2022 г. составила …… % в натуральном выражении.

**Диаграмма 9. Доли брендов проекторов в объеме импорта в 2022 г., % от натурального объема.**




**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.**

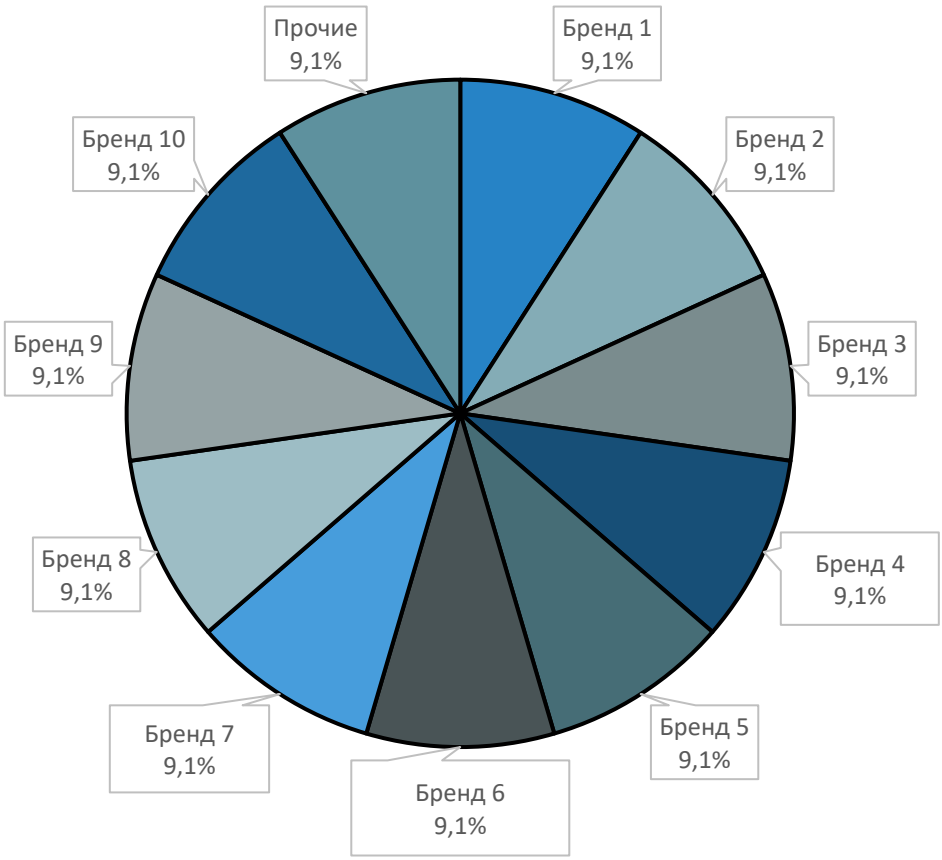
**Таблица 8. Объем импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг. по брендам, тыс. $.**

| Бренд | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|---|
| ACER | | | | |
| APPOTRONICS | | | | |
| ASUS | | | | |
| BARCO | | | | |
| BENQ | | | | |
| CACTUS | | | | |
| CANON | | | | |
| CASIO | | | | |
| CHRISTIE | | | | |
| CINEMOOD STORYTELLER | | | | |
| DEXP | | | | |
| DIELLO | | | | |
| DIGITAL PROJECTION | | | | |
| DIGMA | | | | |
| EPSON | | | | |
| EXELLTECH | | | | |
| FAW | | | | |
| FUJIFILM | | | | |
| HIPER | | | | |
| HISENSE | | | | |
| HITACHI | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| **Итого:** | | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

Наибольшую долю импорта проекторов в стоимостном выражении в 2022 г. занял бренд ……. Его доля составила …… % от стоимостного объема. На втором месте …… с …… %. Также в тройку лидеров входит бренд ……. Его доля в 2022 г. составила …… % в стоимостном выражении.

**Диаграмма 10. Доли брендов проекторов в объеме импорта в 2022 г., % от стоимостного объема.**




**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.**

### *Импорт по странам*

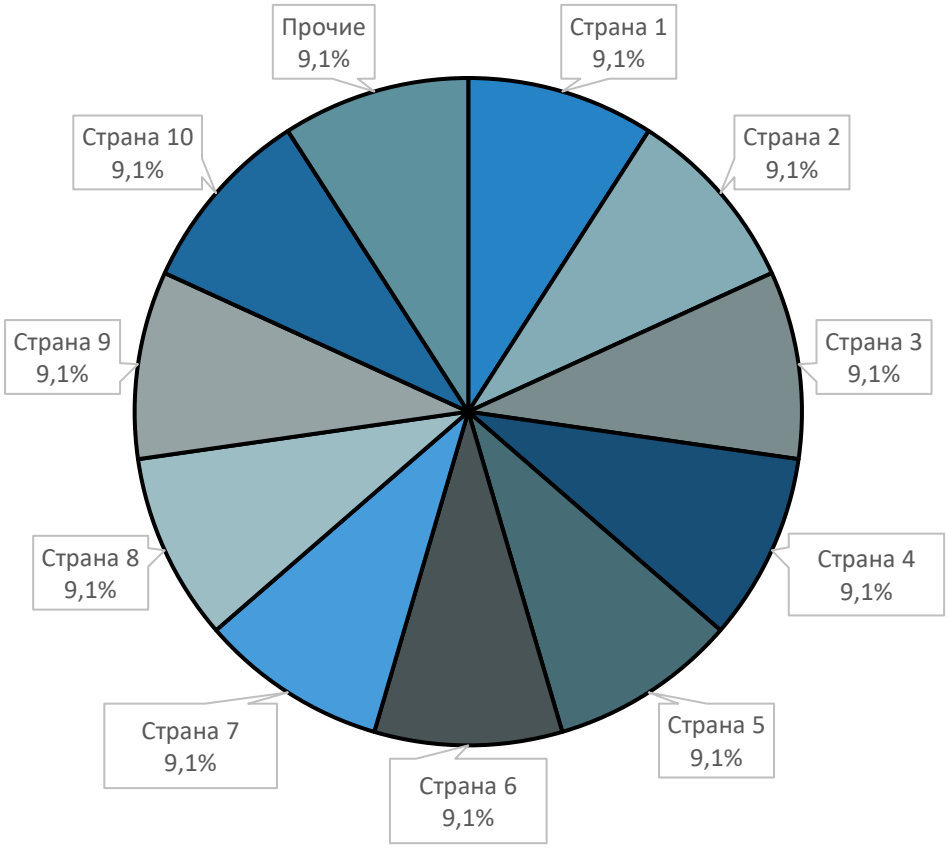
**Таблица 9. Объем импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг. по странам происхождения, шт.**

| Страна | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|---|
| АРМЕНИЯ | | | | |
| БЕЛАРУСЬ | | | | |
| БЕЛЬГИЯ | | | | |
| ВЕЛИКОБРИТАНИЯ | | | | |
| ГЕРМАНИЯ | | | | |
| ГОНКОНГ | | | | |
| ИЗРАИЛЬ | | | | |
| ИНДИЯ | | | | |
| ИРЛАНДИЯ | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| **Итого:** | | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

Наибольшую долю импорта проекторов в натуральном выражении в 2022 г. занял …….. Его доля составила ……. % от натурального объема.

**Диаграмма 11. Доли по странам происхождения проекторов в объеме импорта в 2022 г., % от натурального объема.**




**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.**

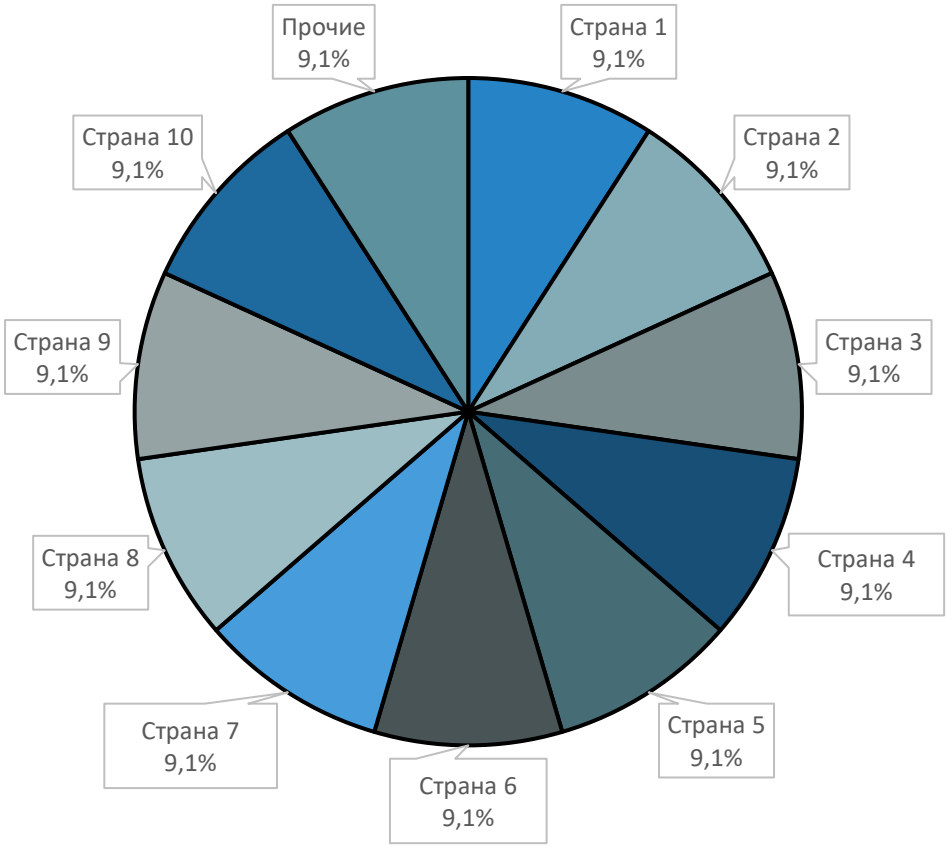
**Таблица 10. Объем импорта проекторов в Россию в 2020-2023 (I пол.) гг. по странам происхождения, тыс.$.**

| Страна | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) |
|---|---|---|---|---|
| АРМЕНИЯ | | | | |
| БЕЛАРУСЬ | | | | |
| БЕЛЬГИЯ | | | | |
| ВЕЛИКОБРИТАНИЯ | | | | |
| ГЕРМАНИЯ | | | | |
| ГОНКОНГ | | | | |
| ИЗРАИЛЬ | | | | |
| ИНДИЯ | | | | |
| ИРЛАНДИЯ | | | | |
| ИТАЛИЯ | | | | |
| КАЗАХСТАН | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| **Итого:** | | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

Наибольшую долю импорта проекторов в стоимостном выражении в 2022 г. занял …….. Его доля составила …….% от стоимостного объема.

**Диаграмма 12. Доли по странам происхождения проекторов в объеме импорта в 2022 г., % от стоимостного объема.**




**Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.**

## Экспорт

…….

### *Экспорт по брендам*

…….

### *Экспорт по странам*

…….

## Глава 6. Тенденции и перспективы развития рынка проекторов

Российский рынок проекторов формируется за счет импортных поставок в Россию. На территории РФ отсутствует производство проекторов, а экспорт представлен поставками ранее ввезенной в страну продукции.

…….

**Таблица 11. Лидеры рынка проекторов в России в 2020-2023 (I пол.) гг., %.**

| Бренд | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (I пол.) | Позиция в 2020 г. | Позиция в 2021 г. | Позиция в 2022 г. | Позиция в 2023 (I пол.) г. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| INFOCUS | | | | | | | | |
| OPTOMA | | | | | | | | |
| CACTUS | | | | | | | | |
| ROMBICA | | | | | | | | |
| ACER | | | | | | | | |
| HIPER | | | | | | | | |
| EPSON | | | | | | | | |
| VIEWSON IC | | | | | | | | |
| BENQ | | | | | | | | |
| WANBO | | | | | | | | |

**Источник: расчеты Discovery Research Group.**

……

**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