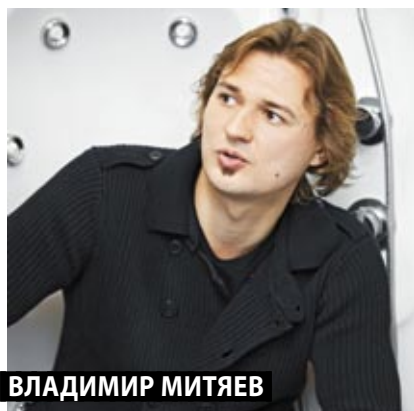


# APPOLLO ломает стереотипы.

## Репортаж из душевой

Китайские товары эволюционируют с ошеломляющей быстротой. Стереотипное представление о китайских товарах как о дешевых подделках, уступающих в качестве и дизайне серьезным европейским брендам, давно устарело. В Китае с его огромным технологическим потенциалом и недорогой рабочей силой используют в качестве производственной базы большинство тех самых уважаемых серьезных брендов — европейских, американских, японских. Но амбиции Поднебесной идут гораздо дальше, чем быть образцовыми исполнителями.

В последние годы в самых разных областях индустрии стали появляться оригинальные китайские бренды, которые активно теснят конкурентов в своем сегменте. Бренд APOLLO появился на российском рынке около 10 лет назад. Это высококачественные и относительно недорогие душевые кабины, гидромассажные ванны, мебель и аксессуары для ванных комнат. Глава московского представительства Митяев Владимир и его заместитель Воронцов Сергей рассказали о заводах-производителях и перспективах развития бренда.



**ВЛАДИМИР МИТЯЕВ**

**Скажите, насколько успешно идет продвижение продукции APOLLO в России и других странах СНГ?**

Можно сказать, что кризис прошлого года был нам только на руку. Если раньше покупатель из среднего класса мог себе позволить купить душевую кабину за 10 000 \$, то теперь — нет. Но он готов купить товар с честным соотношением цена-качество. Если говорить об автомобилях, там есть принципиальная разница в качестве, скажем, между CHERRY и VOLKSWAGEN.



**A-8022**



**AT-9019**



**AT-932**



**A-8035**



Но если снять шильдики с гидромассажных ванн или душевых кабин среднего сегмента — в материальной оболочке разницы практически никакой. При этом за престижный европейский бренд вы бы заплатили около 8 000 €, а за аналогичный продукт APOLLO 2 000–2 500 €. У дорогого «люксового» товара, конечно, всегда будут свои клиенты, но и они все чаще склоняются в сторону нашего товара.

**А где вы его продаете, где ремонтируете?**

Представительство создано специально для поддержки дилеров, и у всех наших дилеров есть сервис-центры, но хочу особо отметить, что рекламаций по качеству почти не поступает. Дилерская сеть охватывает две трети страны, наша продукция представлена во всех крупных магазинах сантехники, в гипермаркетах формата DIY, и уже появились два первых монобрендовых магазина в Москве и один в Новосибирске. Еще семь таких магазинов сейчас в разработке. В самом Китае в дистрибуции ставка делается именно на уютные монобрендовые магазины, формата 250–300 м<sup>2</sup>: их там уже более 150. Для наших магазинов интерьеры тоже проектируют в Китае. По плану помещения в 3D и оборудуют всеми необходимыми материалами, включая люстры и декоративные аксессуары. Всем дилерам мы рассылает каталоги на русском языке, стенды с фото новых моделей, проводим тренинги, а наиболее успешных регулярно возим в Китай в поощрительные поездки: там и с производством можно познакомиться, и хорошо отдохнуть.

**Интересно, на что похоже современное китайское производство? Сильно отличается от европейских заводов?**

Я был на многих европейских заводах. Как правило, это небольшие, технологично оборудованные роботами предприятия. А завод APOLLO в высокотехнологичной зоне Гуангжоу — это целый город. Площадь производственных цехов составляет 130 000 м<sup>2</sup>, на предприятии работает более 2 500 человек. На территории завода находится общежитие, над основным цехом расположены головной офис, технический, экспортный и маркетинговый отделы. Идеальная чистота. Конечно, такого масштаба предприятий вы в Европе не встретите. По соседству с нами расположены заводы BRIDGESTONE, ряд японских и американских предприятий. До создания сантехнического бренда компания производила электрические приборы для отелей и ресторанов. С 1996 года мы делаем душевые кабины с паром или без и гидромассажные ванны — это технически сложный продукт, и весь предыдущий опыт завода в электронике пришелся очень кстати. На нашем заводе свое производство акрилового листа, то есть это производство полного цикла. 25 линий конвейеров. Напомню, что на наших конвейерах также производят свою продукцию для экспорта несколько ведущих европей-



B-827



UV-09



B-817

ских и американских брендов. Завод имеет соответствующие сертификаты ЕС и США, подтверждающие качество и безопасность продукции. Абсолютно все изделия проходят полную проверку. Ванны, например, наполняют водой, проверяются в работе все функции. На экспорт ежемесячно отгружается около 200 контейнеров. Из них в Россию идет в среднем 30–40 контейнеров. Каждый год наши объемы прирастают: не менее 50% в Китае и не менее 30% в экспорте. При этом потенциал завода позволяет производить в 3 раза больше продукции, что нацеливает нас на безусловное лидерство на рынке.

**Какие модели APOLLO вам кажутся наиболее удачными? Есть ли среди них настоящие хиты?**

Конечно, есть! Мы производим всю линейку продукции: от простых душевых кабин-шторок (розничная цена которых не более 8 000–9 000 рублей) до паровых кабин (40 000–50 000 рублей) и гидросаун (от 70 000 рублей). Все модели разрабатывались, исходя из потребностей рынка. Паровые кабины (гидросауны) — это около 40% от всего производства; душевые кабины и ограждения — 30%; ванны — 23%; душевые панели — 3%; мебель — 4%. В каждом типе продукции свои хиты. Линию мебели для ванных комнат в классическом стиле мы совсем недавно запустили, очень эффектные модели. Мы участвуем во всех основных международных строительных выставках, ближайшей весной будем представлять наш стенд во Франкфурте. Естественно, каждый год участвуем на MosBuild в Москве. На последней выставке посетителям больше всего по-

нравились последние модели гидромассажных ванн: например, в стандартную комплектацию AT-9019 входят гидромассаж, телевизор, холодильник на 5–6 банок прохладительных напитков. Дополнительная комплектация — аэромассаж, подсветка. В модели AT-9021 подсвечивающаяся вода наполняет ванну по спирали, это завораживающее зрелище. Из гидромассажных паровых кабин можно выделить модель A-8020/21/22/23 в стиле модерн. Они отражают тенденцию обновления модельного ряда APOLLO, переход к более современному дизайну. Технические характеристики: закаленное стекло толщиной от 6 мм; выпуск пара по периметру кабины; верхняя душевая лейка выполнена в комплексе (4 в 1) с вытяжкой, динамиком, подсветкой; пульт управления интеллектуальный, сенсорный (Touch Screen) находится за стеклом кабины и работает от прикосновения. Данные модели кабин имеют функции защиты от порчи сложного оборудования, а в случае поломки на пульте управления высвечивается код неисправности.

**О каких конкурентных преимуществах продукции APOLLO вы бы хотели рассказать?**

APOLLO однозначно законодатель моды и первый в своем сегменте среди китайских производителей. Более дешевые фабрики пытаются нам подражать, выпускают подделки, но это легко отследить: у каждой нашей модели есть свой идентификационный номер на стикере. Дизайн, качество, технические параметры — на европейском уровне. При этом цена гораздо ниже, и это не единственное наше преимущество. Оптимальное соотношение цены и качества продукции достигается за счет оптимального логистического цикла, так как модели разборные. Наше представительство занимается организацией европейского сервиса в России и странах СНГ, контролирует ценообразование. Несколько моделей простых ванн, без гидромассажа, представлены в OBI, LEROY MERLIN. APOLLO разрабатывает модели с учетом реальных размеров ванных комнат, есть очень компактные модели. Можем и по индивидуальному заказу клиентов произвести продукцию, у нас для этого имеются и гибкое производство, и креативное дизайн-бюро.

**Скажите, Владимир, а для своей квартиры вы какую сантехнику выбрали?**

Я живу в доме, где 4 санузла, 3 из которых оборудованы APOLLO. Там есть и двухместная гидромассажная ванна, и паровая кабина, и простые шторки APOLLO. Причем все это монтировалось более 8 лет назад. Многие друзья, приходя ко мне в гости, удивляются отличному состоянию сантехники, хотя за все время я ни разу не пользовался услугами нашего сервис-центра. Что может быть лучше такой рекламы? Так что приходите в гости на тест-драйв и смело приобретайте нашу продукцию!

KVK

реклама

# СТЕРЕОТИПЫ ЛОМАЕМ

Модель: GUCI-859  
размер 950x950x2230 мм

Безопасное 6 мм закаленное стекло  
Турецкая баня мощностью 3 кВт  
Встроенный верхний душ  
Многофункциональный ручной душ  
Внутреннее освещение кабины  
Контейнер для ароматерапии  
Функции озонации  
Новый компьютерный пульт управления  
Настраиваемые AM- и FM-радиостанции  
Возможность подключения телефона и CD  
Вытяжка и регулируемый вентилятор

Специальная  
осенняя цена

57 900  
рублей

**APOLLO**  
SANITARY WARE  
IDEAL LIFE STYLE

Спрашивайте в магазинах страны

Адреса дистрибьюторов

РОССИЯ:  
Москва: «Торговый дом С7», 5-й Донской проезд, д. 25, тел. +7 (495) 730-22-22; «ЭДЕЛЬВЕЙС», ул. Б. Академическая, д. 45, корп. 3, тел.: +7 (495) 708-95-95, 708-97-97; «Rosstyle», 3-й Хорошевский проезд, д. 5, тел. +7 (495) 940-61-62  
Московская обл., «НИАГАРА», Бизнес-парк «Румянцево», стр. 1, 4 этаж, блок А, тел.: +7 (495) 502-95-08, 502-95-31  
Краснодар, «ООО Центр Сантехники», ул. Круговая, д. 26, тел. +7 (928) 660-16-39  
Санкт-Петербург, «Метрика» — сеть строительных гипермаркетов, тел. +7 (812) 777-77-33

УКРАИНА:  
Киев, «АГРОМАТ», проспект Победы, д. 89А, тел. +38 (044) 490-22-90  
Одесса, «АНТЕЙ» — сеть магазинов, тел. +38 (0482) 42-81-01