



В ЗЕРКАЛЕ МИФФ

Комментируя открытие первой за всю историю Малайзии мебельной выставки МИФФ, тогдашний премьер-министр страны Махатир бин Мохаммад заметил в 1995 году, что «Любая выставка – зеркало индустрии. Как национальной, так и мировой. Продавцы демонстрируют там образцы готовых к поставкам новинок, а покупатели фактом своего выбора подтверждают отсутствие таких новинок на их собственных рынках. Мне бы очень хотелось, чтобы в зеркале МИФФ отражался постоянный прогресс нашей мебельной отрасли. И чтобы это зеркало всегда оставалось ясным, давая миру неискажённое представление о действительных возможностях малазийских мебельщиков».

Пожелание премьера сбылось: высокое качество малазийского мебельного зеркала подтверждено всеми годами его активности на глобальном рынке. Текущий 2008 год принёс очередные рекорды в серии последовательного наращивания деловых итогов МИФФ, которая прочно вошла в десятку крупнейших мебельных бизнес-платформ мира, без искажений отразив соответствующее присутствие малайских мебельщиков в десятке крупнейших мебельных экспортёров.

О спросе, которым пользуется малазийская мебель, говорит соотношение объёма продукции, продаваемой за рубежом, с общим объёмом мебельного производства: 87 %. По этому индексу Малайзия уступает только Дании, далеко обходя и Польшу, и Вьетнам, и Китай, и ФРГ с Италией. Оставшихся 13 % вполне хватает, чтобы сохранять за собой солидную (свыше четверти) долю внутреннего рынка. Экспортный же сектор всё более уверенно осваивает как привычные плацдармы в Северной Америке, Австралии и Японии, так и новые регионы: Западную Европу, Саудовскую Аравию, Эмираты, Индию, Китай. Говоря о России, директор МИФФ дато Тан Чин Хуат назвал нашу страну в качестве одного из трёх

самых перспективных экспортных направлений на предстоящие годы. Русская речь слышна сегодня практически во всех разделах выставки, от спален до офисной мебели, причём малазийцы отмечают, что в этом году как никогда многочисленным было присутствие оптовых покупателей из крупных городов Сибири и Дальнего Востока.

Что же более всего способствует растущей популярности МИФФ и отражаемых в её зеркале мебели и комплектующих? Вслушаемся в голоса гостей и хозяев выставки:

ГОЛОСА ИЗ ЗАЗЕРКАЛЯ

Райан Лампрехт, Южная Африка: «К моему удивлению, мебель здесь оказалась даже лучшего качества, чем в Сингапуре, куда я постоянно ездил для закупок. Впечатляет и оригинальность дизайна. Обязательно вернусь сюда в будущем году!».

Любица Ключова, Словакия: «Приезжаем сюда в третий раз, и каждый год оказывается лучше предыдущего. 80 % всей закупаемой моей фирмой азиатской мебели – из Малайзии, её дизайн и материал нравятся клиентам, а нам нравится готовность поставщиков мгновенно реагировать на наши рекомендации».

Дато Тан Чин Хуат, директор МИФФ: «Помню, как негодовали местные мебельщики, когда лет пять назад я организовал стенды с продукцией китайских экспортёров. А я им говорю: вы не возмущайтесь, вы поучитесь у китайцев! Смотрите, как здорово они умудряются продавать по 700 долларов свои модели из ДСП, пока вы предлагаете гораздо лучшую мебель из отделанной МДФ по 600! Присмотрелись. Поняли меня. Сегодня такого уже нет. Глупо возмущаться конкурентами. У них надо учиться!».

Фейсал Аззаби, Ливия: «Выставка безупречна. Отличная организация, редкостное гостеприимство, изобретательный дизайн. Боюсь, однако, что



дальнейшее укрепление ринггита может заметно снизить привлекательность здешней мебели для импортёров. От МИФФ этот фактор, разумеется, не зависит, но думать над будущим надо всем!».

Джон Остин, Австралия: «Вот уже 9 лет мы закупаем мебель только здесь, и нигде более. Находим, всё что нужно, да и вообще иметь дело с малазийцами – одно удовольствие: они честны и лояльны».

Рафида Азиз, министр внешней торговли Малайзии: «Мне приятно видеть, что наш дизайн пользуется глобальным спросом, обеспечивая отрасли постоянный рост продаж в США, Японии, Австралии, Великобритании, Сингапуре, а также на новых направлениях. Не сомневаюсь, что цель довести к 2010 году объём мебельного экспорта до 10 миллиардов ринггит будет нами достигнута».

Йосихара Омура, Япония: «Очень нравится работа местных дизайнеров с малайзийским серым мрамором. Он великолепен!».

Тан Аинг Кхенг, Малайзия: «Мы с нетерпением ждали возможности снова здесь выставиться. Чрезвычайно высокое качество клиентуры. Из-за кредитной нестабильности покупатели стали внимательнее присматриваться к сертификации, к гарантиям, к дизайну, но нас это даже радует: мы уверены в своей мебели! Хочу подать организаторам идею проводить выставку не раз в год, а каждые 6 месяцев».

Можно без труда заметить, что для подавляющего большинства отзывов о МИФФ-2008 весьма показательны частые упоминания о дизайне, причём в самом благоприятном контексте. Между тем, ещё какие-то несколько лет назад правительство и выставочный комитет, не жалея резких слов, упрекали своих мебельщиков в подражательстве, отсутствии самостоятельности и страхе перед приглашением собственных дизайнеров, которые использовались почти исключительно для моделей, продаваемых на внутреннем рынке. Сегодня оценки оригинальности национального дизайна, как видим, полностью изменились. Что способствовало возникновению столь кардинальных перемен за столь короткий срок?

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОДХОД

Первой ласточкой грядущих перемен стали массовые «гастарбайтерные» контракты с филиппинскими дизайнерами, завоевавшими себе добрую славу на выставках в Себу и Маниле. Уже в первые месяцы своего сотрудничества с малазийскими мебельщиками гости преподали хозяевам, в общем-то, нехитрый, но очень существенный урок: той печкой, от которой начинают танцевать при работе над дизайном, неизменно является материал. Материалом же в Малайзии почти всегда была гевея, вызывавшая у местных мебельщиков едва ли не краску стыда: мол, ничего другого у нас, к сожалению, под рукой нет. Подобное стеснение было порождено презрительными отзывами конкурентов из ЕС, для которых рост популярности «малайского дуба» у европейцев стал причиной потери многих покупателей. Дизайнеры из бедных на древесину Филиппин такой стеснительности только поражались – для них гевея

была благородной принцессой, покровительницей творческого дизайна и технологического поиска, позволявшей создавать истинные чудеса мебельного искусства.

Малазийцам пришлось по душе не только почтительность, проявленная «гастарбайтерами» к самой распространённой плантационной культуре страны, но и та настырность, с которой приезжие требовали объяснять им все сугубо производственные детали задания – от типов станков, действующих на предприятии, до предполагаемой конечной цены изделия. А поскольку многие филиппинцы в свободные часы охотно откликались на университетские предложения почитать лекции о практических принципах мебельного дизайна, то очень скоро у «производственного подхода» появилась масса приверженцев из числа студентов местных вузов и профессиональных колледжей.

После чего началось отраслевое «хождение в народ» – спрос на мебель из гевеи рос, как на дрожжах, приезжих дизайнеров на всех явно не хватало, и производители повалили к старшекурсникам с приглашениями поработать на родной мебельный экспорт. Профессура такие приглашения только приветствовала – нередко они превращались в настоящие практикумы по дизайну, где мебельщики, студенты и учёные совместно «отполировывали до блеска» все аспекты полученного задания, включая даже этнические, религиозные и культурные особенности намечаемого для экспорта региона.

Последней соломинкой, сломавшей спину страхи перед использованием национального дизайна, стали дизайнерские конкурсы, начиная с 2007 года организуемые на МИФФ компанией МЕСО – крупнейшим малазийским производителем древесных плит. Конкурсы открыты для любых участников МИФФ, будь они хоть сингапурцами, хоть индусами, но так случилось, что ближе всех к сердцу эти конкурсы сразу же восприняли именно малазийцы. Их патриотизм был вознаграждён по достоинству: на МИФФ-2008 львиная доля призов

Ставка на «производственный подход» к дизайну себя оправдала – малайзийские лауреаты дизайнерских конкурсов полны оптимизма





МИЕСО за инновационный дизайн впервые досталась молодым энтузиастам «производственного подхода», обеспечившим производителям отличные продажи и цитировавшиеся выше отзывы.

Конкурсами одного лишь мебельного дизайна на МИФФ уже не ограничиваются, но всё большее значения придается дизайну самих стендов, подчёркивая, что вопрос «Как подать мебель?» должен занимать в сознании экспонентов такое же важное место, как вопросы качества, дизайна и цены их экспонатов. К конкурсам на лучшее оформление стендов регулярно привлекаются специалисты с мировым именем (включая видных малазийских и зарубежных дизайнеров, журналистов, психологов), и обстоятельные «приговоры» этого компетентного жюри неизменно обсуждаются потом на отраслевых семинарах, как прямые руководства к действию на последующих выставках.

Призы за лучший дизайн стенда вручались и в этом году, но общий «успокоенный» подход мебельщиков к проблеме презентации своих изделий получил прямо-таки разгромную оценку жюри. Его главный судья, прославленный архитектор Азман Нор (автор проекта символизирующих Куала-Лумпур «Двойных башен») отметил, что в оформлении малых и средних стендов МИФФ-2008 оказалось слишком много тем, повторяющихся с прошлого, а то и с позапрошлого года. У крупных же по площади фирменных экспозиций, напротив, возникли сразу две новые, но очень опасные тенденции: одна – к кричащей роскоши, подавляющей впечатления от самих экспонатов, другая – к превращению замкнутых глухими стенами стендов в некое подобие элитного частного клуба, где для полноты ощущения недостаёт только фейс-контроля и таблички «Посторонним вход воспрещён». *«Хотите убить свои продажи – продолжайте в том же духе!»* – без обиняков заявил профессор Нор.

Днём позже он прочёл для участников выставки восторженно принятую ими двухчасовую лекцию «Кумулятивный эффект дизайна мебели и дизайна

стенда», тем самым подтвердив верность МИФФ принципам, о которых говорил при её создании легендарный «отец малазийского мебельного экспорта», министр плантационного хозяйства страны Лим: *«Как и всякий хороший деловой партнёр, хорошая выставка не может ограничивать свои отношения с мебельщиками квадратными метрами и ринггитами. Она обязана стать их помощником, другом, советником, а если понадобится, то и нелицеприятным кри-*



В этом году покупатели были как никогда разборчивы, а продавцы – как никогда предупредительны

тиком». МИФФ стала именно таким по-настоящему хорошим деловым партнёром отрасли. Причём не только в вопросах дизайна.

ГЛАВНЫЙ ТРЕНД? СЕРТИФИКАЦИЯ!

Рассказывая о главных трендах мебельных выставок, обозреватели чаще всего информируют публику о технологических или дизайнерских новинках, привлекавших на данной выставке всеобщее внимание. Об этих аспектах на МИФФ-2008, естественно, тоже было сказано немало, но всё же наиболее часто упоминавшейся тенденцией там стала сертификация мебельной продукции. О ней говорили оптовики, мебельщики, министры, организаторы выставки, она стала главной темой целого стенда Национального мебельного совета MFIC. Наконец, ей был посвящён целый ряд семинаров и дискуссий, проводившихся в аудиториях МИФФ.

С докладами об ужесточении международных требований к проверке использования в мебели только легально заготовленной древесины и только полностью безопасных отделочных материалов перед мебельщиками выступили директор Центра деревообрабатывающих технологий доктор Танг Ю Енг и глава лаборатории по контролю за качеством мебели при НИИ Дерева (FRIM) Аршад Сару. Вывод обоих выступлений был категоричен: *«Без постоянного внимания к сертификации всех компонентов экспортируемых изделий выход на глобальный рынок становится практически невозможным. Отсутствие такого внимания грозит колоссальными убытками в результате штрафов и потери престижа»*.

Директор МИФФ и главный судья конкурсного жюри довольны: им более не приходится краснеть за подражательный дизайн





До предела заполненной была и аудитория семинара «Значение стандартизации для глобальной торговли мебелью», который вёл директор правительственного комитета по промышленному развитию Энсик С. Раджан. Его доклад представлял собой комплексную «привязку» к практике мебельного производства сразу двух обязательных для любого производителя ингредиентов: следования непрерывно расширяющемуся спектру технических регламентов и соблюдения непрерывно расширяющегося спектра технических стандартов. Слова «непрерывно расширяющийся» не были случайной тавтологией: в докладе подчёркивалось, что стремительные темпы развития современных технологий (особенно цифровых) требуют постоянного создания всё новых и новых стандартов, технических регламентов и сертификационных систем, с последующей их гармонизацией в рамках региональных и глобальных организаций. Как отметил доктор Раджан, «Создание отделов по контролю за соответствием продукции существующему на данный момент комплексу техрегламентов и стандартов становится актуальной задачей не только для крупных, но и для средних предприятий, работающих с глобальным потребителем». Не раз прозвучала в его выступлении и мысль о том, что роль производителей в качестве простых «потребителей техрегламентов» уходит в прошлое –



Нет такого сорта плит, таких покрытий и такого качества, которые не смогла бы предоставить мебельщикам быстро развивающаяся плитная индустрия Малайзии.

«сегодня ваша отрасль призвана самостоятельно выдвигать и предлагать профильным комитетам новые регламенты и новые стандарты собственной работы: кому как не мебельщикам знать, что успеху этой работы способствует, а что препятствует».

МИФФ НА ЭКСПОРТ?

В свете всего уже сказанного о «зеркале малайзийской мебельной отрасли» представляется вполне логичным вопрос, заданный директору МИФФ корреспондентом журнала Timber Malaysia: «Учитывая популярность вашей выставки во всём мире, не намерены ли вы расширяться, “экспортируя” её в другие страны, подобно тому, как это делают INTERZUM и DOMOTEX? Не следует ли нам ожидать появления новой выставки МИФФ-Вьетнам? Или МИФФ-Таиланд?»

Перспективы дальнейшего развития МИФФ дано Тан Чин Хуат определил следующим образом:



«Да, правительство Вьетнама уже выступило с инициативой нашего туда приглашения. Но будем рассуждать практически: что нам делать во Вьетнаме с его 8.000 метров экспозиционных площадей? Строить выставку заново, как это рекомендуют вьетнамцы? Но в финансовом плане это неразумно – потребовались бы огромные капиталовложения. У нас есть и другие предложения, а также собственные идеи, но мы не спешим. Лучше быть разборчивым, чем потом испытывать проблемы с плохой управляемостью поспешных проектов.»

Мы предпочитаем сосредоточиться на последовательном улучшении качества нашей основной работы. Мы знакомимся с отзывами клиентуры МИФФ и тех малайзийских и зарубежных журналов, которые о нас пишут, переводим их, и издаём на их основе своеобразный дайджест рекомендаций. Перед началом каждой новой выставки мы обязательно снабжаем местных производителей экземплярами этого дайджеста, естественно, с собственными комментариями и предложениями. Это – очень надёжный путь к постоянному совершенствованию качества выставки. А количественное расширение должно происходить постепенно, и только в ногу с индустриальными возможностями. Какой толк приглашать сегодня 50 или 100 крупнейших импортёров Европы и США, если отрасль пока ещё не в состоянии произвести нужный им объём заказов?»

Зато на внутреннем рынке у МИФФ уже в 2008 году появится младшая сестра – посвящённая модным интерьерам и мебелировке выставка Malaysia Home Fashion (MHF). Экспорт экспортом, но мы не должны забывать и о соотечественниках, чей вкус и растущее благосостояние вполне заслуживают гораздо большего внимания».

В общем, можно без колебаний сказать, что зеркало МИФФ полностью оправдало надежды, возлагавшиеся на него его создателями. К нему нет смысла обращаться с требованиями признать, что «я на свете всех милее, всех прекрасней и белее», но зато тех, кто хочет увидеть в нём правдивое отражение тенденций глобального рынка, с каждым годом становится всё больше.

Р. Горчаков

Для оптовиков из исламских стран понятие «изнанка» как бы вообще не существует – они привыкли придавать огромное значение всем мельчайшим деталям отделки