



## СОСРЕДОТАЧИВАЮТСЯ НА РОССИИ

Князь Горчаков, вероятно, был бы немало удивлён китайским вариантом его исторической формулировки «Россия сосредотачивается». Накануне февральской выставки станков WoodMac China 2009 генеральный секретарь Национальной ассоциации деревообрабатывающего машиностроения (CNFMA) Ма Цишень определил смысл нового сосредоточения так: *«В этом году вся мощь нашей индустрии сосредотачивается на выставке WoodMac, а вся выставка сосредотачивается на*



*России».* Цель верна: хотя русский язык слышен у китайских стендов этой выставки с прошлого века, но никогда ещё выигрыш каждого контракта не значил для хозяев WoodMac так много, как сейчас. На декабрьской встрече станкостроительных гильдий Пекина, Шанхая, Циндао и Харбина была подтверждена общая решимость «отбить» у зарубежных выставочных конкурентов как можно больше заказов и прежде всего заказов из соседней России. *«Сегодня наши традиционные клиенты остро нуждаются в технологиях, которые, не требуя чрезмерных затрат, были бы эффективными, бережливыми, простыми в эксплуатации. Мы вполне способны дать им качественное оборудование для создания лучшей продукции при меньшей её себестоимости,* – сказал тогда Ма Цишень. Пустой саморекламой его слова не назовёшь: используя поддержку государства, машиностроители КНР сумели быстро перейти от копирования станков чужих марок к собственным оригинальным технологиям, покупаемым уже не только Ираном или Лаосом, но и такими странами, как Тайвань, Япония, США. Понятно, на чём в отсутствие князя Горчакова сосредотачивается Китай. Осталось посмотреть, на чём сосредоточится Россия.

## О ПОЛЬЗЕ КРИЗИСА

Все проблемы взаимодействия между выставками и экспонентами обычно решались без особого труда: ведь их интересы пересекались на общей территории. Иной характер носило разрешение конфликтов между выставками и отелями. Территория у них была разная, и принцип «Мой дом – моя крепость» использовался владельцами гостиниц, чтобы подчеркнуть независимость своей ценовой политики от выставок. Независимость выражалась в том, что на период проведения выставок цены номеров резко взвинчивались, заставляя многих постояльцев отказываться от следующих визитов. Нынешней зимой ситуация в корне поменялась: от Австралии до Северной Америки выставки одна за другой предлагают гостевые пакеты, в которых ощутимо, на 15 – 60%, подешевело всё: авиабилеты, местный транспорт, ресторанное питание и... гостиничные номера. В удешевлении билетов и транспорта, естественно, «повинны» наконец-то спустившиеся с заоблачных высот энергоносители. Они же, в сочетании с противодействием дискаунтеров обычному январскому падению оборота, обусловили снижение цен на продукты питания (в ФРГ, например, до 20%). Решающий толчок к выставочному «альтруизму» дал кризис: приток туристов сократился до жалкого ручейка, вынудив отели идти на поклон к выставкам. Даже в таком бастионе запредельных расценок, каким всегда

считался Хай-Пойнт, цены номеров снизились в среднем на 15%, на январской дортмундской «Иннове» комфортабельный номер, ранее стоивший 180 евро, сдавался за 95, и даже президентские апартаменты обойдутся в феврале гостям мексиканской «Экспо-Муэбле» в скромные \$150. Ничего не поделаешь, – кризис!

