



**КЛАРА ЕРМАКОВА**

## **В КИТАЕ ЦЕНЯТ РЕПУТАЦИЮ И СИЛУ СЛОВА**

*Клара Ермакова, директор по развитию компании «5 ЗВЕЗД», рассказала журналу РЕСТОРАНОВЕД, в чём особенности рынка поставок профессионального оборудования для гостиниц, как наладить отношения с Китаем и успешно работать с китайскими фабриками-производителями в течение почти 20-ти лет.*

*Какие ошибки совершают российские предприниматели, пытаясь выйти на рынок Поднебесной без подготовки, и каким образом отельер может посмотреть на свой бизнес свежим взглядом?*



## ФИЛОСОФИЯ ОТКРЫТОСТИ

*Клара, сегодня компания «5 ЗВЕЗД» — один из российских лидеров рынка поставок профессионального оборудования для гостиниц и загородных комплексов. В чём её главные преимущества и составляющие успеха?*

— Наша компания действительно насчитывает сегодня более 5 тыс. клиентов, которые работают с нами на постоянной основе. И выбрали они нас в первую очередь потому, что мы уже почти 20 лет сотрудничаем с лучшими фабриками, производящими продукцию для гостиничного бизнеса. И, конечно, за эти годы мы уже провели «качественную селекцию» продукции, поставляя клиентам товар лишь наилучшего уровня.

*Правильно ли я понимаю, что около 20 лет вы работаете именно с Китаем?*

— Да, и в те годы, когда мы начинали с ним работать, заявлять это было, прямо скажем, немодно (улыбается). И если другие компании-поставщики, также работавшие с Китаем, старались говорить о происхождении товаров завуалированно, то мы стали, пожалуй, первой компанией, открыто заявившей о работе именно с Китаем. Мы проводили большую работу, чтобы объяснить клиентам, что Китай бывает разным — не только дешёвым, но и дорогим, — демонстрировали разницу, заявляя, что мы работаем с качественными производителями.

*Вы вели фактически образовательную работу на нашем рынке, открывали для российских отельеров эту страну?*

— Можно сказать и так. Наша философия всегда была философией открытости: мы никогда ничего не скрывали. И это ценно и для наших китайских партнёров, и для клиентов! Ведь, начав нам доверять, никто не был разочарован, потому что мы не нарушаем партнёрских договорённостей и привозим товар со всеми нужными для отелей характеристиками — такими, как надёжность, антивандальность, - что обеспечивает долгий срок службы. Европейское качество комплектующих. Низкое энергопотребление электроприборов, что не только экономит деньги отеля, но и снимает нагрузку с электросети.

## ПОЖАЛУЙ, ЛУЧШЕЕ СООТНОШЕНИЕ ЦЕНЫ И КАЧЕСТВА

*Китайские фабрики выпускают продукцию европейского качества?*

— Мы работаем с лучшими китайскими фабриками, у которых очень большой процент производства ориентирован на работу с известными гостиничными европейскими брендами. Если это, к примеру, чайные станции, то это Bentley, Crown, Aliceo.



*Мы работаем с лучшими китайскими фабриками, у которых очень большой процент производства ориентирован на работу с известными гостиничными европейскими брендами*

**Наш товар  
отрабатывает  
каждый  
вложенный рубль.  
У нас в ходу такая  
поговорка:  
«купили и забыли».  
Это техника,  
которая не будет  
доставлять  
хлопот**



Если мини-бары, то Dometic, Indel b. То есть фабрики выпускают продукцию для европейских брендов по OEM контрактам. Все наши фабрики сертифицированы по ISO, что гарантирует неизменно высокое качество товара, независимо от изменяющихся внешних или внутренних условий. У них постоянно ведутся новые технологические разработки, они следят за инновациями, новыми дизайнерскими трендами и очень большое внимание уделяют контролю и качеству товара.

***Ваша компания привозит товар в Россию как европейский или китайский?***

— Мы возим европейский товар под маркой фабрики-производителя, и поэтому можем предложить рынку европейское качество по среднерыночной цене. Наш клиент пользуется европейскими разработками, но их стоимость оптимальна. Эта продукция служит долго. Иногда мне говорят: «Мы купим чайник за 1,5 тыс. рублей, и пусть он прослужит полгода, зато стоит дешево». Давайте посчитаем. За год он купит 2 чайника, и это будет равно стоимости нашего одного. Но наш проработает 7 лет, а он будет продолжать покупать чайники за 1,5 тысячи и в целом заплатит 21 тысячу. К закупкам нужно относиться как к инвестициям.

***Не очень-то дешёвый чайник...***

— На самом деле он получается очень дорогим! И это я ещё не говорю о повышенном потреблении электричества и о рисках возгорания. А наш товар отрабатывает каждый вложенный рубль. У нас в ходу такая поговорка: «купили и забыли». Это техника, которая не будет доставлять хлопот. Поэтому мы можем говорить о том, что у нас, пожалуй, лучшее соотношение цены и качества. При этом мы располагаем собственными складами, что крайне удобно отельерам: когда есть необходимость в дозакупке какого-либо товара, они могут не ждать его поставки в течение 3–4 месяцев, а забрать прямо со склада.

## **ГАРАНТИЙНАЯ ПОДДЕРЖКА**

***Позволяют ли собственные склады осуществлять гарантию на товар? Сейчас гарантийное обслуживание предоставляется крайне редко.***

— У нас действует расширенная гарантия на все электротовары, причем она даже больше, чем заводская. Заводская гарантия действует 12 месяцев, мы даем 24. Мы уверены в нашем товаре. Более того: даже если после окончания гарантийного срока с этим товаром что-то произойдет — а такое, конечно, бывает, — мы не оставляем наших клиентов с проблемой один на один. Наша сила как поставщика в том, что мы работаем напрямую с

производством, находясь с ним в плотной связке, и всегда помогаем клиентам снизить их затраты, привезя не новый, к примеру, мини-бар, а всего лишь одну запчасть, вышедшую из строя. Или гость может отломать, например, крышку чайника, и мы даём запасную. При таком подходе затраты клиентов снижаются в 4–5 раз, что для них крайне важно.

## КОМПЛЕКСНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

***Вы поставляете мини-бары, уютги, чайники — что ещё?***

— Мы можем комплексно оснастить гостиницу на 80%, оборудовав её фактически всем необходимым, кроме мебели и технологического кухонного оборудования для ресторанов. Если клиент просит нас привезти именно это, мы предлагаем ему обратиться к российским компаниям, которые у нас вполне достойно производят эту продукцию и потом обслуживают её.

***Что ещё предлагаете, кроме гарантийной поддержки?***

— Наш клиент получает консультирование по всем крупным товарам, единого менеджера, единый документооборот, что также экономит много времени и средств. Он получает централизованные поставки и, наконец, выгодные цены, ведь одно дело, если мы разово привезли клиенту лишь одну категорию товара, и совсем другое — когда закупка комплексная, и мы привозим ему по 20 наименований. Если перед нами стоит задача комплектации крупных гостиниц, мы собираем для этого целые контейнеры. Конечно, гостиницам это максимально выгодно. Кроме того, у нас есть своё дизайн-проектное бюро, поэтому к нам можно обратиться не только на этапе подбора оснащения, но и гораздо раньше — ещё на этапе идеи. Тогда мы подключаем наших специалистов по дизайну и проектированию, и комплектация объекта по стоимости может быть ещё более оптимальной.

***То есть фактически с вами можно открыть отель?***

— Конечно! Можно и нужно открывать (улыбается). Идея от запросов рынка, мы постоянно расширяем ассортимент, и недавно, например, разработали 6 линеек гостиничной косметики — без синтетических отдушек, в эффективной упаковке, со сбалансированными составами и ароматами. Видя активное развитие такого формата, как апарт-отели, мы также добавили в линейку своей продукции новые позиции.

***А что особенного нужно апарт-отелям?***

— Им необходим более крупный холодильник, ведь гость живёт в номере достаточно долгий срок. Часто это семьи, поэтому им нужен более вместительный чайник. Мы добавляем себе в номенклатуру и эти позиции.

***У нас есть своё дизайн-проектное бюро, поэтому к нам можно обратиться не только на этапе подбора оснащения, но и гораздо раньше — ещё на этапе идеи***





**Для китайских предпринимателей крайне важно наладить именно личные связи. И с фабриками, с которыми мы работаем, у нас давно заключены договоры об эксклюзивности поставляемой продукции**



## С КИТАЕМ ВАЖНО НАЛАДИТЬ ЛИЧНЫЕ СВЯЗИ

*Сейчас, когда многие компании смотрят на китайский рынок в желаниии с ним работать, ваше многолетнее сотрудничество с китайскими фабриками является большим преимуществом, ведь в Китае очень ценится долгое партнерство, которое с годами перерастает в дружбу...*

— Совершенно верно! В Китае очень ценят репутацию и силу слова. Наши взаимоотношения уже, конечно, давно переросли во взаимовыгодное, очень тесное и плодотворное сотрудничество не просто двух или больше компаний, а людей с людьми: для китайских предпринимателей крайне важно наладить именно личные связи. И с фабриками, с которыми мы работаем, у нас давно заключены договоры об эксклюзивности поставляемой продукции.

*И если к ним поступают другие предложения от российских компаний?..*

— Они направляют их нам.

*Такую репутацию надо заслужить!*

— Конечно! Этому способствует не просто долгое сотрудничество, а прежде всего наше многолетнее выполнение обязательств по всем контрактам и, конечно, наши тёплые дружеские отношения.

Когда Китай открылся после пандемии и мы туда приехали, нас очень тепло встречали первые лица компаний, мы обсуждали большие перспективы по дальнейшему сотрудничеству. Нам было очень приятно: было видно, что это уже не просто деловые партнёры, а добрые друзья.

## ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ РЫНОК

*Как пандемия изменила рынок поставок для гостиниц?*

— Российский рынок скорректировался. Какие-то компании ушли с рынка, некоторые отели закрылись, но открылись новые, и заказов у нас стало больше. Произошло перераспределение. Всё же такая компания, как наша, контролирующая всю связь — производство, логистику и сбыт, — имеет гораздо большее конкурентное преимущество, чем другие компании, которые, возможно, переоценили свои силы. Потому что любой процесс — переговоры с китайскими партнёрами, производство, логистика, растаможивание, продажи, сервис — требует многого труда, большого опыта и проверенных партнёров.

*А что скажете о гостиничном рынке Китая?*

— Он напрямую связан с туризмом. Только в I полугодии 2023 года, по данным агентства «Синьхуа», в Китае было совершено

свыше 1 млрд 450 млн внутренних туристических поездок. А доходы от внутреннего туризма за этот период достигли \$173 млрд. Это очень развитый рынок! И крайне технологичный.

Например, совершенно нормально, когда в гостинице вместе с вами в лифте едет робот-официант: он везёт воду гостю в номер. И это никого не удивляет, для них это обыденность. Поэтому китайский турист очень требовательный. И когда в стране начал расти внутренний туризм, очень быстро начали количественно и качественно расти и китайские гостиничные сети.

Крупнейшими гостиничными сетями материкового Китая являются: Jin Jiang International 10695 отелей, Huazhu Hotels Group 6789 отелей, TG Hotels 4895 отелей.

В целом, по прогнозам аналитиков количество номеров в Китае к 2025 году достигнет американского уровня, а затем превысит его. Объёмы невероятные! Кому, как не им, понимать, что нужно гостиничному бизнесу?

**Согласна. При этом эти гостиничные сети закупают оборудование у тех же компаний, что и вы, правильно?**

— Да, за оборудованием они обращаются к тем же фабрикам-производителям, с которыми работаем и мы. Поэтому наши производители прокачиваются, с одной стороны, через запросы Европы, а с другой — подталкиваются технологиями, которые развиваются внутри.

## БОЛЬШИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ

**Есть ли место в Китае нашим предпринимателям?**

— Конечно, есть. Товарооборот между Россией и Китаем растёт, вектор на сближение наших стран уже однозначно определён не только экономическими факторами, но и политическими. Но для нашего бизнеса в этом есть как большие возможности, так и риски. Возможности в том, что в Китае можно не только приобрести большое количество товара по оптимальной цене, но и реализовать свои самые смелые дизайнерские замыслы, создать товар под собственным брендом.

**А что нужно знать относительно рисков?**

— Знать многое нужно не только предпринимателю, но и обычному туристу. Китай — очень интересная высокотехнологичная страна. И, к примеру, там невозможно заказать такси, если у тебя нет китайской сим-карты. А получить эту сим-карту и привязать к своей банковской ни один иностранец не сможет, если у него нет китайского проводника. Это то, что обязательно нужно иметь в виду любому въезжающему в Китай.

**В Китае можно не только приобрести большое количество товара по оптимальной цене, но и реализовать свои самые смелые дизайнерские замыслы, создать товар под собственным брендом**





## КЛАРА ЕРМАКОВА

директор по развитию  
компании «5 ЗВЕЗД»

**5STAR**  
HOTEL SOLUTIONS



[www.5star.pro](http://www.5star.pro)

+7 (495) 643-51-51  
[info@5star.pro](mailto:info@5star.pro)

## В КИТАЕ НУЖЕН ПРОВОДНИК

### Что нужно знать предпринимателям?

— Им нужно учитывать множество нюансов. Прежде всего то, что все расчеты будут производиться в валюте, а значит, могут быть подвержены курсовым колебаниям. Это первый явный риск. Далее, логистические вопросы, вопросы согласования с таможенной, подача деклараций — всё это является отдельными процессами, которые должны быть тщательно проработаны, чтобы товар был доставлен в целости и сохранности. И мелочей здесь не бывает. Максимально важно знать даже то, как правильно загрузить контейнер, ведь он идёт сначала по морю, потом по железной дороге.

К нам обращались отельеры, которые рассказывали, как они самостоятельно поехали в Китай, закупили товар, а потом он приехал, во-первых, непонятно какого качества, а во-вторых, в непонятно каком состоянии. «И как теперь открывать отель?» — с горечью задавали они риторический вопрос. Да, это очень большие риски.

### То есть даже качество не соответствовало их ожиданиям?

— Да, потому что проверка производителя, наличие сертификатов товаров, наличие деклараций и таможенных разрешений, а также оплата таможенных пошлин — это отдельный блок работы: большая, дорогая и очень трудозатратная история. Одно дело — поехать в Китай и привезти себе что-то в качестве сувенира, и совсем другое — оснастить целый отель. Поэтому в работе с Китаем крайне важно иметь проводника, который понимает специфику работы с Поднебесной.

## ПОСМОТРЕТЬ НА БИЗНЕС СВЕЖИМ ВЗГЛЯДОМ

### Компания «5 ЗВЕЗД» может быть таким проводником?

— Конечно! Отталкиваясь от потребностей наших клиентов, в 2018 году мы впервые запустили туры в Китай. Они называются «ГОСТChina» — «Гостиничный Китай». Мы собирали небольшие группы отельеров, по 5–6 человек, привозили их в эту страну и демонстрировали возможности производства, показывая, как выстраиваются все процессы.

### То есть как производится товар, который они потом будут покупать или уже купили?

— Да. И это очень интересно — увидеть, как производится тот же чайник, тот же мини-бар. Ты начинаешь совершенно по-другому смотреть на эту продукцию, понимать, в чём её отличие от дешёвых аналогов. И уже знаешь, как не ошибиться в



выборе, на что обратить внимание при покупке и почему один и тот же европейский чайник стоит 3 тысячи рублей, а не в 3-5 раз дороже. А потому что исключается цена за бренд.

### **Понятно. А сам Китай вы им показывали?**

— Конечно! Первая часть тура у нас, как правило, проходит в Гуанчжоу, провинция Гуандун — это основная производственная провинция Китая. А потом мы с нашими отельерами летали и в Шанхай, и в Гонконг.

Пандемия приостановила проведение таких туров, а в 2024 году мы их возобновляем. При этом к уже опробованным маршрутам добавляется посещение гостиниц разных форматов, посещение крупных китайских выставок, которые позволят отельерам по-новому увидеть, как можно оснастить свой отель, как можно его упаковать ещё лучше, ещё интереснее.

### **Даты уже определены?**

— Да, и желающие вполне могут присоединиться. Наиболее актуально это, на мой взгляд, для объектов, которые находятся в строительстве и в реновации. Это всегда требует больших инвестиций, новых дизайнерских задумок, а мы работаем с китайскими фабриками, которые сотрудничают с мировыми брендами, привлекая к разработкам дизайнеров международного класса — итальянских, немецких, американских.

И когда ты попадаешь на такие фабрики, то понимаешь: нет границ дизайнерским возможностям. Приглашаю в тур отельеров: у них расширятся горизонты восприятия, и они смогут свежим взглядом посмотреть на свой объект, возможно, дополнив его новыми яркими деталями, которые оценят гости.

## РОССИЯ ИДЁТ ВПЕРЁД

***Вы работаете на рынке гостеприимства почти 20 лет, с 2004 года. Как он менялся?***

— Стремительно! Мне кажется, мы совершили колоссальный рывок. Я могу сказать массу комплиментов нашим предпринимателям и нашим управленцам, которые смогли настолько быстро перестроиться сначала с советского застоя, а потом перестроечного хаоса на активные европейские рельсы. И сегодня мы на уровне, а в чём-то даже и опережаем мировые туристические державы. В России во многом вкуснее, разнообразнее, приветливее, чем в Европе. Я считаю, что мы совершили очень быстрый рывок, и сейчас, в новых условиях, на глазах у всего мира совершаем ещё один!

*Беседовала Светлана Куликова*



**Поздравляем уважаемых Коллег, Рестораторов и Отельеров с Новым Годом! С Годом Дракона!**  
*Это могущественный символ Китая, олицетворяющий власть, силу и удачу. Он благоволит предприимчивым и активным людям! Значит, это наш Год!*

*Желаем вам в Новом Году успехов и процветания, достижения всех поставленных целей, ярких, амбициозных проектов!*

*И пусть 2024 год будет щедр и благополучен, наполнен приятными и радостными моментами! Всех Блаз Вам и Вашим близким!*

**5STAR**  
HOTEL SOLUTIONS

