НИХАО, «АЛЕНКА»!

СУВЕНИРНЫЕ МАГАЗИНЫ В ПЕТЕРБУРГЕ НАХОДЯТСЯ НА ПИКЕ СВОЕГО РОСТА. ГЛАВНЫМ ДРАЙВЕРОМ ЭТОГО РЫНКА В 2017 ГОДУ СТАНУТ ТУРИСТЫ ИЗ КИТАЯ, КАЖДЫЙ ИЗ КОТОРЫХ ГОТОВ ПОТРАТИТЬ НА ПОКУПКИ ДО $300 В ДЕНЬ. ПОМИМО СТАНДАРТНЫХ ПАМЯТНЫХ ТОВАРОВ, ГОСТИ ИЗ ПОДНЕБЕСНОЙ ИНТЕРЕСУЮТСЯ УНИКАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ, УВАЖАЮТ МОЛОЧНЫЙ ШОКОЛАД С ГОЛУБОГЛАЗОЙ ДЕВОЧКОЙ НА ОБЕРТКЕ И ВЕЗУТ ИЗ РОССИИ МИРОВЫЕ ПРЕМИАЛЬНЫЕ БРЕНДЫ. ЛИДИЯ ГОРБОРУКОВА

По данным компании A2 Retail, в 2016-м и первом квартале 2017 года собственники сувенирных магазинов в Петербурге стали одними из наиболее активных игроков в сегменте street retail наряду с продуктовыми сетями и предприятиями сферы услуг. Посчитать точное количество таких точек продаж в городе просто невозможно, так как помимо крупных сетевых структур город наводнен сувенирными и антикварными лавками, лотками и стихийными развалами.

Основная целевая аудитория — это туристы, которые чаще всего совершают эмоциональную, спонтанную покупку, приобретая товар, который, по их мнению, ассоциируется с тем или иным местом. Туристический поток в Петербург растет из года в год, и при выборе помещений под сувенирные магазины их собственники в первую очередь ориентируются на его основные маршруты.

Дело это выгодное. «Чем больше туристов, тем больше оборот сувенирных магазинов. Средняя наценка на продукцию составляет 200–300%, и товар не имеет срока годности — магазинам остается только привлечь покупателей», — говорит бренд-менеджер Coffeeshop Company Никита Кан.

АЛЕКСАНДР ПЕТРОСЯН

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПРОГРАММА КИТАЙЦЕВ ВСЕГДА ПРЕДПОЛАГАЕТ ВРЕМЯ ДЛЯ ПОКУПОК. ШОПИНГ ДЛЯ НИХ ПОЧТИ НАЦИОНАЛЬНЫЙ СПОРТ

МАГНИТЫ ДЛЯ МАГНИТОВ Управляющий директор Property Management NAI Becar в Санкт-Петербурге Наталья Скаландис точки продаж сувениров дифференцирует в зависимости от локации: на Невском проспекте, в аэропорту Пулково и на вокзалах, а также лавки, присутствующие в 90% четырех- и пятизвездочных отелях.

«Большинство таких магазинов находится в центре города и на улицах, прилегающих к центру в радиусе километра от Невского проспекта. Все остальные локации связаны с расположением отелей, аэропорта и вокзалов. Небольшие киоски можно видеть в торговых комплексах, но это скорее исключение из правил. В крупных торговых центрах, таких как „Мега“, найти сувенирный магазин невозможно», — утверждает госпожа Скаландис.

Руководитель департамента street retail компании Colliers International в Санкт-Петербурге Александр Просенков рассказал, что еще в период снижения ставок аренды в конце 2014 — начале 2015 года распространители сувенирной продукции достаточно активно стали занимать пустующие помещения в наиболее привлекательных локациях, в том числе на Невском проспекте. Наиболее востребованными оказались зона от Дворцовой площади до площади Восстания, набережная канала Грибоедова до Спаса на Крови, территория возле арки Главного штаба, Большая Морская улица у станции метро «Адмиралтейская».

В данных локациях очень высокие арендные ставки — на помещения от 100 кв. м они могут варьироваться от 3–5 до 7–12,5 тыс. рублей за квадратный метр, поэтому арендаторами здесь становятся крупные сети.

«В последнее время на фоне растущего туристического потока наметилось обострение конкуренции среди сувенирных магазинов, которые сейчас находятся на пике своего роста. Уже в этом году к началу летнего сезона эти операторы будут искать возможности расширения своего присутствия в городе. В целом их доля на основных торговых коридорах города не превышает сейчас 2%», — оценил господин Просенков.

ПОСТАВЩИКИ КУСОЧКОВ РОССИИ Одной из самых крупных сувенирных сетей в Петербурге владеет группа Souvenir Boutique. У нее множество торговых точек под разными названиями. Корреспондент SR насчитал 18 таких магазинов, среди них арт-галереи «Онегин», Bazar, магазины «Матрешка», «Базар», Hermitage. Есть у Souvenir Boutique и интернет-магазин. Немалую долю на петербургском рынке памятных подарков занимают и сети «Сувенир», «Наследие», «Янтарь России», а также Императорский фарфоровый завод (ИФЗ).

Под брендом «Янтарь России» работают магазины на Петровской набережной, Невском проспекте, набережной реки Мойки. В прошлом году компания открыла бутик Amber of Russia на Конюшенной площади. Здесь продаются ювелирные украшения и аксессуары с янтарем, резные изделия и панно из этого камня. Кроме этого, ассортимент включает традиционные русские сувениры, есть также живопись и даже изделия из меха.

У сети русских подарков и сувениров «Наследие» в Петербурге пять магазинов. Все они расположены на Невском проспекте. Здесь можно купить русскую народную одежду, балалайки, сувенирное оружие, украшения из янтаря, предметы быта, ювелирную продукцию.

Торговая сеть Императорского фарфорового завода в Петербурге состоит из 11 фирменных и 18 партнерских магазинов. «В 2016 году мы увеличили сеть продаж, открыв „Императорский фарфор“ в лобби официальной гостиницы музея Эрмитаж, в аэропорту Пулково и ТРК „Мега Дыбенко“. Изделия с маркой ИФЗ представлены в 70 городах России и в 21 стране мира», — рассказали SR в пресс-службе предприятия.

Кроме этого, в Петербурге есть небольшие сувенирные лавки, такие как «Музей шоколада», сувенирные лотки и киоски в ДК имени Крупской около станции метро «Елизаровская» и развалы вдоль канала Грибоедова и у Спаса на Крови.

Продажа сувениров становится дополнительным заработком к основному бизнесу для многих магазинов и кафе, замечает Никита Кан. В центре Петербурга наиболее развита торговля сувенирами в книжных магазинах.

ВЫГОДНАЯ ДРУЖБА В высокий сезон 2017 года специально для туристов ИФЗ собирается расширить свой ассортимент, сейчас в его магазинах можно купить фарфоровые вазы, декоративные блюда и тарелки, колокольчики, чашки с блюдцами, чайные и кофейные сервизы с символикой и видами Петербурга и Москвы.

«Большой популярностью пользуется костяной тонкостенный фарфор, созданный на заводе в 60-х годах XX века. Любители и знатоки ценят фарфоровые скульптуры, в том числе анималистические, которые отливаются по эскизам знаменитых мастеров прошлого, „агитационный фарфор“, чайные и кофейные пары, декоративные тарелки. Основные покупатели — испаноговорящие, американцы и гости из Китая, — отмечают в пресс-службе Императорского фарфорового завода. — Средний чек в наших магазинах составляет 3–4 тыс. рублей».

Туристы из Китая, по словам участников рынка, стали наиболее активными покупателями памятной продукции в нашем городе. Их группы обычно путешествуют по заранее спланированной насыщенной программе, которая всегда предполагает время для покупок. «Китайские туристы отличаются от многих путешественников тем, что шопинг для них почти национальный спорт: любознательные и открытые новому гости с удовольствием изучают витрины и крупных магазинов, и музейных лавок», — делится руководитель программы China Friendly Анна Сибиркина.

В среднем, по данным туристической ассоциации «Мир без границ», китайские туристы тратят в день поездки по России около $530. Правда, эта сумма включает и расходы на перелет, и проживание, и культурную программу, и шопинг. Тем не менее на покупки, по подсчетам ассоциации, приходится около 60% этой суммы.

Анна Сибиркина условно делит покупки гостей из Поднебесной на три группы: «Во-первых, это товары — символы страны: матрешки, шапки-ушанки и обязательно шоколад „Аленка“. Такие сувениры популярны у любых туристов, но любовь китайцев к молочному шоколаду в обертке, на которой изображена девочка с большими голубыми глазами, чрезвычайно велика. Во-вторых, пользуются стабильным спросом уникальные, производимые только у нас вещи, причем различных ценовых категорий. Особенно китайские туристы ценят русское золото, янтарь, иногда интересуются мехом. Третья популярная группа покупок — товары всемирно известных брендов. Несмотря на то, что многие из них производятся в КНР, жители Поднебесной предпочитают покупать такие вещи за рубежом, опасаясь подделок и руководствуясь соображениями экономии. Дело даже не в низком курсе рубля, а скорее в высоких налоговых ставках в самой КНР, поэтому купить сумку Valentino в России получается выгоднее».

Пока среди участников программы China Friendly в Санкт-Петербурге представлены два объекта ритейла: торговый дом ДЛТ и ювелирный салон «Янтарь России» (Невский проспект, 54). «Мы ведем переговоры с другими представителями торговли. Опыт первых участников, адаптировавших сервис для китайских гостей в Петербурге, показывает эффективность этого решения — с 2015 по 2016 год доля китайских покупателей в ДЛТ выросла с 7 до 22%», — приводит статистику Анна Сибиркина. ■