

■ текст: Георгий Аплевич



Оу Хао: «Даже на нестабильном рынке есть возможности для роста»

ИСТОРИЯ БРЕНДА SOUEAST УХОДИТ КОРНЯМИ В 1995 ГОД ПОД ЭТУЙ ТОРГОВОЙ МАРКОЙ РАБОТАЕТ КОНЦЕРН SOUTH EAST (FUJIAN) MOTOR CO. В 2004 ГОДУ SOUEAST ПРИСТУПИЛ К ЭКСПАНСИИ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ. В РОССИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ МАРКИ ВЫСТУПАЕТ «ДЖЕТУР МОТОР РУС». В ИНТЕРВЬЮ «АВТОБИЗНЕСРЕВЮ» ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОМПАНИИ ОУ ХАО РАССКАЗАЛ О ПЕРВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ БРЕНДА И ПЛАНАХ ПО ЕГО РАЗВИТИЮ

— Что сегодня происходит с маркой на глобальном уровне?

— За прошедший год компания не просто анонсировала стратегию развития, а представила миру карту своего международного масштабирования. Мы наблюдаем активный рост наших позиций на мировом рынке, много новых контрактов с ключевыми дистрибуторами и налаживание экспортных потоков в стратегически важные регионы, включая Россию, Центральную Азию и Ближний Восток.

— Сколько стран бренд намерен охватить своим присутствием?

— В 2025 году компания Soueast перешла в активную фазу работы на мировом рынке. Наша ключевая задача — превратить локальное присутствие во всемирное, расширив географию до более чем 60 стран, а дилерскую сеть — до 300 точек, а также построив около 18 сборочных предприятий за рубежом. Эти шаги уверенно выводят нас в число значимых игроков на мировой автомобильной арене. При этом у нас есть прочная база для реализации этих задач. С момента своего основания в 1995 году компания Soueast накопила 30-летний опыт работы. Одним из важнейших аспектов на этом пути стало глубокое знание и понимание потребностей автовладельцев и соотнесение их с локальными особенностями каждого рынка.

— В числе последних новостей — старт продаж Soueast в Северной Африке

с выходом на рынки Марокко и Ливии. Что будет дальше?

— В прошлом году бренд Soueast расширил свое присутствие на Ближнем Востоке, в конце июня компания вышла на рынок Саудовской Аравии. До конца года список стран будет расширен за счет Бахрейна, Омана и Ливана. Быстрый экономический рост Ближнего Востока и диверсифицированный рыночный потенциал делают его одним из приоритетных направлений для мировых автомобильных брендов.

К 2030 году бренд Soueast планирует выйти на более чем 80 рынков по всему миру. Для достижения этих целей компания опирается на мощную производственную и научную базу: три собственных производственных предприятия в Китае, 10 сборочных заводов по всему миру и шесть научно-исследовательских центров.

«БРЕНДЫ SOUEAST И JETOUR ИМЕЮТ РАЗНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ, НЕСУТ РАЗНЫЕ СМЫСЛЫ И ИСПОЛЬЗУЮТ РАЗНЫЕ ПОДХОДЫ К ПРОДВИЖЕНИЮ. SOUEAST СОЗДАН ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ МЕГАПОЛИСА, А JETOUR РАЗВИВАЕТСЯ В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ TRAVEL+»

— Каким на этом фоне выглядит для бренда российский авторынок?

— Россия и страны СНГ — один из ключевых рынков, на который делается большая ставка и где мы планируем активно развиваться долгие годы. Российский

рынок занимает стратегически важное место в глобальной политике бренда Soueast. У нас серьезные и долгосрочные намерения. Мы ставим перед собой ключевую задачу — укрепить позиции на российском авторынке.

— Чем подкреплены эти намерения?

— Наша уверенность основана на силе бренда, качестве продукта и четком плане развития. Для его реализации мы создаем комплексную инфраструктуру в России: расширяем дилерскую сеть, организуем централизованный склад запасных частей и налаживаем бесперебойные поставки автомобилей и комплектующих. Это позволяет гарантировать клиентам легкость владения на всех этапах взаимодействия с брендом.

Более того, в условиях большой конкуренции на рынке автомобили Soueast выделя-

ются наличием сегментного салона в базовой комплектации, двигателя с полным приводом, разнообразным интерьером обеих

моделей, автоматической коробки передач, заводской гарантии в России на пять лет или 150 тысяч километров пробега.

— Каков прогноз компании относительно российского авторынка на 2025 год?



— Здесь мы вместе с другими участниками рынка видим и учитываем все факторы первой половины года. Введение утильбюро внесло существенные изменения. Кроме того, снижение ключевой ставки влияет на условия кредитования, а для покупки автомобиля в кредит всегда была достаточно высокой.

Однако, несмотря на общую сложную рыночную ситуацию, наша компания чувствует себя уверенно и демонстрирует отличные результаты. В июле наблюдалась рекордные совокупные продажи компании. Это говорит о том, что даже на нестабильном рынке есть возможности для роста.

— Вопрос снижения ключевой ставки актуален для всех участников рынка. Какая доля автомобилей Soueast продается с использованием заемных средств?

— Около 80% покупателей Soueast выбирают кредит при покупке. Такой высокий показатель объясняется несколькими факторами. Во-первых, целевая аудитория Soueast — это молодые люди и семьи, для которых доступность ежемесячного платежа важнее единовременной оплаты. Это позволяет покупателям распределить финансовую нагрузку. Во-вторых, компа-

ния активно сотрудничает с банками, предлагая льготные программы кредитования, включая низкие ставки и минимальные первоначальные взносы. Так, кредитные программы являются ключевым инструментом продаж для Soueast.

Мы понимаем, что цена имеет колосальное значение для покупателей. Поэтому предлагаем сразу несколько вариантов: выгодный кредит по ставке от 0,01%, trade-in, а также в мае мы ввели специальные скидки для семей с детьми и представителей социальных профессий. Мы стремимся сделать покупку автомобиля проще и доступнее.

«В БЛИЖАЙШЕЙ ПЕРСПЕКТИВЕ БРЕНД SOUEAST ПЛАНИРУЕТ РАСШИРЕНИЕ ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ ЗА СЧЕТ ЗАПУСКА НОВЫХ МОДЕЛЕЙ В СЕГМЕНТАХ SUV-B И SUV-C, А ТАКЖЕ ВЫХОДИТ НА РЫНОК СЕДАНОВ С ПРЕДЛОЖЕНИЯМИ В СЕГМЕНТАХ В И С»

— Сколько всего автомобилей Soueast планируете реализовать в 2025 году?

— За I полугодие 2025 года отмечена стабильная положительная динамика продаж бренда. По итогам этого периода Soueast продал около двух тысяч автомо-

билей в России и нацелен активно увеличивать продажи.

— Какой ориентир для марки ставите на 2026 год?

— С расширением модельного ряда мы ожидаем, что 2026 год будет для нас годом роста на российском рынке. Запуск Soueast S06 позволит нам занять новую, важную нишу на рынке в сегменте компактных кроссоверов и охватить большее количество потенциальных клиентов.

Это касается не только развития продукта, но и дилерской сети, услуг для покупателей, инициатив по маркетинговому

продвижению, и, конечно, объема продаж. У нас есть планы по развитию бренда и, главное, уверенность в том, что мы сможем их реализовать.

— Кроссовер Soueast S06 компания планировала вывести на рынок до конца года. Так и будет?

— Выход модели запланирован в ближайшее время. Покупателю будет предложен



широкий выбор комплектаций в соответствии с потребностями и предпочтениями. Мы ожидаем большой интерес к этой модели. S06 уже прошел успешную презентацию в Китае и представлен на ряде новых рынков. Это стильный городской кроссовер — яркий, спортивный и модный автомобиль.

— Глобальная гамма Soueast сейчас также состоит из трех актуальных моделей. Как будет развиваться линейка бренда?

— В ближайшей перспективе бренд Soueast планирует расширение продуктого портфеля за счет запуска новых моделей в сегментах SUV-B и SUV-C, а также выходят на рынок седанов с предложениями в сегментах В и С. Расширение модельного ряда позволит обеспечить покрытие наиболее востребованных категорий автомобилей, что укрепит конкурентные позиции бренда.

— Как единому дистрибутору Soueast и Jetour удается разделить позиционирование двух брендов?

— Бренды Soueast и Jetour на российском рынке имеют разное позиционирование, несут разные смыслы и используют раз-

ные подходы к продвижению. Soueast создан для активных жителей мегаполиса, которые ценят свое время, используют интеллектуальные и цифровые сервисы для решения и упрощения ежедневных задач, предпочитают комфорт и безопасность при передвижении. Автомобиль — часть их имиджа, жизни и самовыражения. Поэтому современный дизайн кроссоверов Soueast — отражение их индивидуальности и стиля.

Бренд Jetour с момента создания развиваются в рамках концепции Travel+, нацеленной на создание максимально комфортных автомобилей для путешествий и популяризацию сферы автомобильного туризма.

— Корпоративный сегмент проявляет интерес к бренду?

— Да, корпоративный сегмент проявляет интерес к Soueast. Мы внимательно отслеживаем растущий спрос, предлагаем условия лизингового финансирования, разрабатываем специальные программы, учитывающие потребности бизнеса. вся модельная линейка Soueast адаптирована к российским условиям эксплуатации и сочетает современные технологии, что делает ее подходящим выбором для корпоративных автопарков.

— Сколько сейчас в России дилеров Soueast?

— Наша обширная дилерская сеть состоит из более чем 60 центров в 38 городах.

— Какие именно города она охватывает?

— Дилерская сеть Soueast охватывает ключевые регионы России. Дилерские центры работают в Москве и Санкт-Петербурге, несколько салонов открыты в крупных городах: Новосибирске, Екатеринбурге, Краснодаре и других. Бренд Jetour с момента создания развивается в рамках концепции Travel+, нацеленной на создание максимально комфортных автомобилей для путешествий и популяризацию сферы автомобильного туризма.

— Как будет происходить расширение сети?

— В настоящее время Soueast ведет планомерный поиск новых партнеров для расширения дилерской сети в ключевых городах России с высокой концентрацией целевой аудитории. Приоритет отдается городам-миллионникам и крупным региональным центрам, включая Москву, Санкт-Петербург, Новосибирск, Тюмень, Ярославль, Екатеринбург, Нижний Новгород, Краснодар и Набережные Челны.



Выбор городов определяется комплексным анализом рыночной емкости, уровнем конкуренции, логистической доступностью и стратегическими задачами бренда по охвату всех значимых регионов страны.

— В числе предпочтений по оформлению салона — исключительно монобрендовый шоу-рум?

— Да, монобрендовый формат идеально подходит для реализации персонализированного подхода. Наши консультанты могут детально изучить потребности каждого гостя и предложить решение, идеально соответствующее его образу жизни.

Важным преимуществом монобрендового шоу-рума также является возможность получать качественную обратную связь. В монобрендовом пространстве мы общаемся с целевой аудиторией, которая целиком направлена интересуется нашими автомобилями. Это позволяет собирать ценную информацию: мнения о дизайне, технологиях, сервисе и новых предложениях.

Такой подход позволяет создать сфокусированное пространство, где все внимание уделено ценностям нашего бренда. Клиенты полностью погружаются в атмосферу Soueast, что помогает нам формировать устойчивую эмоциональную связь и четкое позиционирование.

— Какие кандидаты могут стать дилерами Soueast?

— Мы ценим опыт работы в сфере продаж и обслуживания автомобилей, деловую репутацию, квалификацию и финансовые показатели наших дилеров — это основные факторы нашего дальнейшего сотрудничества. Также нам важно, чтобы дилеры поддерживали ценности и философию бренда.

— Открывая в конце прошлого года склад запчастей Soueast в ТЛК «Томилино», бренд озвучил намерения по запуску еще как минимум трех складов — в Санкт-Петербурге, Новосибирске и ЮФО. Вы придерживаетесь этих планов?

— Да, мы продолжаем реализацию нашей стратегии по расширению логистической инфраструктуры и придерживаемся заявленных ранее планов. В настоящее время уже функционирует современный складской комплекс в Новосибирске, который обеспечивает оперативные поставки запчастей дилерам и клиентам в Сибири.

Следующим важным шагом станет открытие нового склада в Казани, запланированное в этом году. Также на 2026 год намечен запуск складов в Санкт-Петербурге и Краснодаре.

Эта расширенная сеть складов позволит нам обеспечить максимально быструю доступность оригинальных запчастей по всей территории России, что является ключевым элементом нашей стратегии по повышению качества сервисного обслуживания клиентов Soueast.

«SOUEAST ИЩЕТ ПАРТНЕРОВ В ГОРОДАХ С ВЫСОКОЙ КОНЦЕНТРАЦИЕЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ. ЭТО МОСКВА, САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, НОВОСИБИРСК, ТЮМЕНЬ, ЯРОСЛАВЛЬ, ЕКАТЕРИНБУРГ, НИЖНИЙ НОВГОРОД, КРАСНОДАР И НАБЕРЕЖНЫЕ ЧЕЛНЫ»

— Изучаете ли возможность создания специализированных программ для работы на вторичном рынке?

— В настоящее время мы сосредоточены на развитии продаж новых автомобилей и построении комплексной экосистемы обслуживания клиентов.

— Весной компания представила комплекс Soueast Connect. Какие возможности он предлагает для автовладельцев?

— Этот комплекс предлагает владельцам автомобилей современные цифровые решения для повышения удобства и безопасности. Система обеспечивает удаленный мониторинг состояния транспортного средства через мобильное приложение, включая контроль уровня топлива, удаленное открытие/закрытие замков и багажника и другие полезные функции.

Важной особенностью является система безопасности с GPS-трекингом, позволяющая определять местоположение автомобиля в реальном времени и устанавливать виртуальные геозоны. Пользователи могут дистанционно управлять климат-контролем и запускать двигатель для предварительного прогрева салона.

Система также предоставляет сервисные напоминания о необходимости технического обслуживания, страховке и других регулярных процедурах. Интуитивный интерфейс мобильного приложения позволяет настраивать персональные оповещения и параметры контроля под индивидуальные потребности каждого владельца.

— В имиджевых проектах планируете принимать участие? Например, колаборации в сегменте HoReCa, спортивное спонсорство или вовлечение в культурные мероприятия.

— Недавно бренд Soueast выступил официальным автомобильным партнером «Вельвет Феста 2025» — мероприятие для тех, кто ценит легкость, свободу и динамику современного города, выбирает яркую жизнь: ценности, которые

полностью созвучны философии бренда Soueast.

На фестивале мы представили свою яркую и стильную бренд-зону, в которой посетители могли познакомиться с кроссоверами Soueast и принять участие в активностях и конкурсах бренда.

Мы создаем автомобили для современных гедонистов — людей, следящих за трендами, открытых к новым впечатлениям и живущих в ритме мегаполиса. Именно поэтому поддержка «Вельвет Феста» для нас оказалась не просто партнерством, а возможностью стать частью сообщества, которое разделяет наши взгляды.

В дальнейшем бренд также намерен поддерживать проекты, которые отражают наши ценности. Мы видим большое преимущество в том, чтобы быть не просто автомобильным брендом, а частью лайф-стайл-сообщества, которое также стремится к свободе, комфорту и технологичности.

**не согласны?
есть что добавить?
напишите нам на chiefeditor@abreview.ru
заинтересовало?
подпишитесь subscribe@abreview.ru**