



От «нижних» — до «верхних»

(Некоторые мысли по выбору спиннинговых удилищ)

Если посмотреть на разных рыболовных форумах наиболее популярные ветки обсуждений, то практически на всех на первом месте окажется тема выбора удилищ. Например, на моем персональном сайте kkuzman.ru она, если судить по количеству сообщений, минимум на четверть опережает следующую по активности ветку. Почему так? Ведь «палки» — это отнюдь не расходники, которые мы по-купаем раз в неделю или раз в месяц, мы ловим каждой из них в среднем по несколько лет. Вроде, все должно быть просто: купил — и на пару-тройку сезонов для себя вопрос закрыл. На деле все оказывается иначе.

Во-первых, уже на стадии выбора мы действуем по принципу «семь раз отмерь — один раз отрежь», все-таки удилище — изделие не дешевое, и ошибиться было бы очень некстати. Во-вторых, мы готовим задел на будущее: уясняем для себя, в чем нас не устраивают уже имеющиеся спиннинги и обозначаем предварительные требования к тем, что хотелось бы приобрести в перспективе. Все это является полем для обмена мнениями на соответствующих сетевых площадках. Отсюда — и их высокая степень активности. Давайте и мы сегодня коснемся вопроса выбора спиннинговых (и кастинговых) удилищ, а именно — в том его аспекте, какую из разных по ценовому уровню серию стоит предпочесть?

Несколько серий — в чем смысл?

Если бегло просмотреть каталог какой-либо «палочной» фирмы, то едва ли не первое, на что обращаешь внимание, это несколько принципиально различных серий удилищ. Обычно в каталоге они идут последовательно от «верхних», то есть самых совершенных, — к «нижним». Серии эти могут весьма значительно различаться и по параметрам и предназначениям представленных в них моделей, но часто бывает так, что основные параметры (тест и длина) совпадают, различия же касаются марок использованного графита, а также — фурнитуры. Как следствие, одни и те же модели из разных серий различаются по цене. Некоторые — всего процентов на 15–20, другие — раза в полтора-два.

Понятно, что в основе такой широты лежит желание производителя удовлетворить максимально широкий диапазон спроса и заработать в итоге больше денег. Плюс еще то, что называется «не класть яйца в одну корзину». Если какой-то брэнд представляет, скажем, пять серий спиннингов сильно разного ценового уровня, то «верхние» и «нижние» — они как бы живут отдельной друг от друга жизнью. Первые — конкурируют с «чисто японскими» или американскими спиннинговыми марками, вторые — «бодаются» с «радикальными китайцами». Помню, когда разразился дефолт 1998 года, или случился кризис десятью годами позже, относительно благополучно все это пережили те фирмы, в ассортименте которых имелись бюджетные серии. А вот в периоды общего подъема значительный объем продаж делался уже на сериях более дорогих.

Но это все — оценка положения дел с позиции продавца. А абсолютное большинство читателей этих строк находится по другую сторону баррикады. И вопросы их интересуют другие. Давайте попробуем их последовательно обозначить и дать ответы.

Из чего же все-таки складывается цена?

Есть брэнды «дорогие» и «дешевые». Ну, примерно как в «тряпочном» мире есть Gucci и «Большевичка». И в итоговой цене изделия так или иначе содержится плата за брэнд. Мы почти все это прекрасно понимаем. Если уж я затронул одежду тему, то приведу свежий пример. Будучи в гостях у своего приятеля в городе Ковров, я заехал на расположенную там фабрику, где производятся товары известной российской марки «Сударь» — и прикупил там себе строгий костюм. Не буду называть сумму, в какую мне он обошелся. Скажу лишь, что под той же маркой, но в московском магазине костюм стоил примерно вдвое дороже, а он же самый, но в Европе (с лейблом уровня того же Gucci) — во все четверо и больше. Это не домыслы, фабрика действительно шьет одежду, которую у нее заказывают за границей под брэндами «от кутюр», благо оборудование и сырье позволяют.

Так вот, в мире рыболовных снастей тоже имеет место что-то подобное — ну, может, выраженное не до такой степени. Разница в ценнике на одну и ту же модель спиннинга (с «косметическими» отличиями) может достигать 25–30% в зависимости от «тяжеловесности» торговой марки. Но все же это — не основное. Более или менее серьезные рыболовные брэнды в «палочной» части своего ассортимента все же предпочитают что-то оригинальное, разработанное и производимое строго под себя. Вот страна изготовления спиннинга — от нее ценник зависит очень сильно. От простого рыболова место рождения удилица часто не то чтобы тщательно скрывают, но, как минимум, не афишируют. На этом фоне очень показательны примеры тех фирм, которые предпочитают совершенно открытый подход. Так, например, у Graphiteleader есть очень дорогие серии, и есть их аналоги, которые вдвое дешевле. По материалам и технологиям — почти то же самое, но первые — изготовлены в Японии, вторые — в Китае. Или вот марка Norstream. Есть серии корейские, есть китайские — о том отдельно прописано на сайте торговой марки. Разница в цене, конечно, поменьше, чем в предыдущем случае, но она есть. Фото 1.



С учетом того, что уровень «подконтрольного» китайского производства в последние годы очень заметно вырос, я бы рекомендовал этот путь к экономии на приобретении спиннинга как один из приоритетных.

Наконец, материалы и комплектующие. Помнится, лет семь-восемь назад много шума наделала одна из моделей серии Flamingo Prince: оснащенная кольцами Fuji SiC, она стоила около сотни долларов в розницу. Народ сразу стал прикидывать, сколько же остается на бланк, пробку и сборку. Выходило — копейки. Правда, мало кто понимал, что комплект колец обходился производителю совсем не по той цене, по которой он продавался в наших магазинах. Но это уже детали. То был первый звоночек. Потом стало понятно, что подход, при котором на палке уровня «народный+» стоит не самая дешевая фурнитура — очень даже себя оправдывает: за счет объемов и небольших ценовых

накруток, удастся не экономить тотально на бланке. Ситуация устраивает и производителя, и продавца, и собственно рыболова. Нынешние «китайцы» наделены очень приличными рабочими качествами — в том числе и благодаря недоступным для них прежде графитам и фурнитуре. Достаточно привести в качестве примеров те же китайские серии Norstream, а также Aiko и Tail&Scale.

Что до последнего из упомянутых брэндов, то у него, что тоже характерно для нашего момента времени, есть «младшая» торговая марка — DreamFish, где материалы уже используются попроще, и серии спиннингов — перекликаются. Например, как аналог популярной серии T&S Athlete у DreamFish проходит Red River, но ценник уже — совсем щадящий. Фото 2. И примеры такого рода можно найти у самых разных рыболовных фирм, реализующих спиннинги на российском рынке.



Когда нижняя планка очень высока

Для начала скажем несколько слов о самых дорогих спиннингах, исполненных чаще всего целиком в Японии — таких, как UFM, ZenaQ, Iviline и т.п. Их «нижние» серии, назвать таковыми с трудом поворачивается язык — ценник там около 20000 руб. или даже еще выше, что само по себе ставит спиннинги таких марок вне доступности как минимум для 95% наших рыболовов. Но вопросы-то по ним все равно возникают. Ну, примерно такие: «Может, стоит ужаться — накопить на „японца“, вдруг он и в самом деле даст что-то такое, что не способны дать другие палки?»

Я вот за всю свою практику ловил примерно дюжиной удилищ этой «антинародной» ниши, причем только где-то половина из них были у меня в личном пользовании, остальные — брал на время у знакомых. Вроде бы это немного, но кое-какие заключения я могу сделать.

Так, в последнюю свою поездку на Кипр я несколько дней подряд ловил спиннингом ZenaQ GensuiXX. Да, классная, вылизанная «палка», но что в ней такого особенного? Фото 3.



Ответить на вопрос словами очень трудно, зато я помню свои ощущения, когда после «Зенака» я взял схожего по характеристикам «корейца» (и не сказать ведь, что бюджетного) — на фоне элитного «японца» регресс от такого перехода ощущался достаточно остро. Хотя ловил бы только этим «корейцем» — и мысли не возникло, что палка чем-то не устраивает. Теперь я могу понять людей, которые утверждают, что после Гелендвагена очень сложно заставить себя сесть за руль какого-нибудь Гольфа... Резюме такое. Нельзя сказать, что дорогие «японцы» переигрывают более доступные для нас спиннинги по тем позициям, которые можно в той или иной мере оценить

количественно (дальность заброса, сенсорика и т. д.), да и по живучести они, может, и получше, но не радикально (всякие случаи были). Но вот такое несколько субъективное понятие, как «комфортность ловли», тут антибюджетность можно только приветствовать. Иными словами, рыбы вы больше от того, что у вас в руках «палка» с ценником сильно за 500 \$, скорее всего не поймаете, но удовольствие от процесса — определенно получите.

Ниша осознанного выбора

Давайте вернемся с небес на землю и поговорим о спиннингах того ценового уровня, что доступен многим из нас. Точнее, этот диапазон цен, о котором пойдет речь, может показаться запредельным для «конюха Федорова», но конюхи — они аналитических статей не читают. А читают — те из нашей рыбацкой братии, кто стремится сделать вывод осознанно и готов потратить достаточно серьезные деньги.

В качестве примера, который понятен многим, рассмотрим иерархию серий Talon — не совсем ту, что имеет место быть сейчас, а скорее ту, что была несколько лет назад — просто потому, что по ней было больше статистики. Итак, от «низа» до «верха» шло так: Explorer, VI-Plus, ITM, Professional. Я вот успел половить «палками» всех этих серий и во многом благодаря этому опыту сформулировал следующий принцип: для активно практикующего, грамотного по части эксплуатации рыболова наиболее интересной из последовательности серий спиннингов брэнда высокого уровня представляется та, что идет второй сверху. В данном случае — ITM. Просто самая «верхняя» серия зачастую бывает в большей степени завышенной по цене, чем это было бы оправдано, плюс — требует, как правило, подчеркнуто деликатного обращения. Серия же номер два обладает почти теми же рабочими свойствами, но более доступна и покладиста. В итоге мы имеем то, что имеем: «Проф» уже достаточно давно снят с производства, а ITM — пользуется стабильным и вполне заслуженным спросом. Или вот нынешние («русские») серии от Major Craft — верхняя Terrier и следующая за ней Rizer. Хоть они и не очень перекликаются по модельному ряду, иногда все же возникают вопросы выбора, и я от себя чаще рекомендую решать их в пользу относительно бюджетной серии. Не потому, конечно, что Terrier плох, просто Rizer — очень хорош.

Если же брать более низкие серии брэндов этого примерно уровня, то их я бы стал иметь в виду больше не как основные рабочие инструменты, а на те случаи, когда от «палки» требуется подчеркнутая надежность. Например, отправляетесь вы куда-то на отдых или в командировку и не можете с собою взять охапку спиннингов, берете — один, и важно, чтобы он не подвел. Тогда, пусть и с некоторым ущербом для «эстетики ловли» берете что-либо из Talon VI-Plus, Lamiglas 1000й серии или CD Sunrise. Последнюю серию уже вроде как прекратили выпускать — на мой взгляд, зря.

«Засады» бюджетных серий

Теперь спустимся еще на одну-две ступени пониже — на уровень «нижних корейцев» или «средних ки-тайцев». Сразу вспоминается эволюция «палочной» программы польской марки Jaxon. Несколько лет подряд свои «старшие» серии фирма заказывала на корейском заводе NS. Названия их были на слуху, палки пользовались большим спросом у продвинутых спиннингистов. Но потом — фирма решила поменять стратегию и уйти в Китай.

... Уже не помню и названия той серии спиннингов от Jaxon, но первое впечатление — как берешь в руку — было очень приятственным: «палки» — легкие, сухие, звонкие. Но настал сезон — и посыпался вал рекламаций. Спиннинги стали ломаться один за другим. Как итог — производство не стали возвращать в Корею. Просто поменяли концепцию в сторону упрощения, в результате чего появилась знакомая многим серия Astral — бюджетная, без особых претензий, но надежная.

Эта история, с одной стороны, отражает опасность попыток прыгнуть выше головы, с другой — она все же больше характерна для периода 8-10-летней давности. Сейчас китайцы реально «подросли» во всех сферах, и в «палкостроении» тоже, поэтому от нынешних «легких, сухих и звонких» китайских спиннингов шараться не стоит. Но вот поинтересоваться отзывами — все равно лишним не будет.

Вот что у китайских спиннингов проскакивает до сих пор, это нестабильность качества в зависимости от партии. Замечу, что такие вещи случаются не только у китайцев, были такого рода истории и у аме-риканцев и европейцев (с характерными ценниками более 10000 руб.) — но я их лучше называть не буду, иначе на меня в очередной раз обидятся и обвинят в антирекламе... Итак, приходит первая поставка спиннингов. Сначала она продается туго, потом кто-то взял, попробовал, понравилось, пошли отзывы — и процесс пошел. Вторая поставка — разлетается как пирожки. Но вот приходит, скажем, третья... И палки начинают ломаться аки спички! Накосячили где-то друзья-китайцы. Историй та-кого рода — не одна и не две. Но и сказать, что они носят массовый характер, тоже нельзя. Нужно просто иметь все это в виду. И бывает такое, что сломалась у вас палка — вы относите ее в магазин, расценивая шансы на возврат денег как минимальные. Но вам их возвращают без вопросов. Это если речь идет о спиннинге из проблемной партии, и поставщик принимает разумное решение переложить ответственность с потребителя на производителя.

Дизайнерские «аттрактанты»



Вот что радикально за последние лет десять в спин-нингах поменялось, это внешняя атрибутика их исполнения. Фото 4. Ну, примерно как с теми же автомоби-лями — разве что за больший по времени период: есть современная стилистика, а есть — характерная, скажем, для 70-х годов. Спутать трудно. Вот так и со спиннинга-ми: попади к кому-то из нас с вами в руки году так в 97-м (не таком уж ведь и далеко) палка из нынешней программы Aiko или Kosadaka, мы бы увидели в ней нечто космическо-футуристическое, хотя по сути, кроме небольших эволюционных изменений, о которых мы говорили, ничего не поменялось. Поменялись дизайн и общая подача.



Насчет эргономики — вопрос спорный. В 90-е-то и словечка такого не знали. Но определенно в плюс идет сама работа в этом направлении. Тут есть две явные тенденции — постепенный отказ от пробки в пользу EVA и все большее «оголение» рукоятки. Фото 5. Года три назад я опубликовал в «РСН» результаты опроса специалистов по этим двум темам. Тогда сколько-нибудь явного приоритета во мнениях не было. Теперь же — тенденции переросли в закономерности: спиннинг с разнесенной рукояткой из «резины» воспринимается как «отвечающий духу времени», тогда как со сплошной пробковой — уже немного с оттенком «ретро». Я вот сам для себя не готов ответить на вопрос, насколько все это обусловлено объективными причинами, а насколько — непредсказуемой и проходящей со временем модой. Иными словами, для меня не

очевидно, что здесь продиктовано вопросами улучшения эргономики, а что — чисто дизайнерские штучки. Но вот уменьшение количества «мягкой субстанции» рукоятки я, пожалуй, склонен приветствовать. Ибо сама идея — что пробка или, на худой конец, EVA — это более комфортный захват — спорна. А вот сенсорика прямой контакт с бланком — пусть немного, но прибавляет. Фото 6.



Отдельный вопрос — цветовое решение бланка. Помню, как я на финальной стадии работы над спиннингами своей фамильной серии Team Kuzmin утверждал их окраску. Мне показали альбом с примерно тремя десятками вариантов на выбор и попросили ткнуть пальцем. Я поинтересовался, можно ли придумать какой-то отдельный от «стандартных» цветовой дизайн. Сказали, что можно, но это потребует некоторого времени. Я не стал настаивать и выбрал один из предложенных на картинках... Это происходило лет шесть назад. Если бы работа над спиннингами ТК пришлось на чуть более позднее время, очень может быть, что вместо сдержанных коричневатых оттенков я выбрал бы что-то гораздо более броское. Просто однажды кто-то решил, возможно, без какой-то особой мысли одну из серий спиннингов исполнить не в традиционной черно-серо-коричневой гамме, а в бьющей по глазу красно-оранжевой. Фото 7. Подобные попытки предпринимались и прежде, но как-то они не цепляли. А тут — «сигнальная» расцветка взяла — да «стрельнула»! Только за счет нее спиннинги стали продаваться минимум в полтора раза лучше. Дальше — пошла лавина. Через год-другой спиннинговые ряды на выставках и в больших магазинах заиграли всеми возможными цветами. При этом даже последний «чайник» умом понимал, что расцветка спиннинга никак не сопряжена с его рабочими качествами. Но на чисто эмоциональном уровне это свежую струю определенно внесло. Другое дело, что коммерческий эффект, после того как цветовой дизайн стал массовым явлением, сильно уменьшился.



Впрочем, нет, — бывает от ярких спиннингов и практическая польза. Недавно знакомый историю рассказал. Приехали они на речку, половили какое-то время, а потом, по не самой лучшей русской традиции, «отметили» выезд на природу. Пришло время домой собираться, и спиннинги — найти не могут. Где-то они в траве, но с залитыми глазами найти — проблема. В итоге таки нашли. Только потому, что один из спиннингов был не сереньким, а ярко-фиолетовым. Стало быть, не так все плохо у китайских дизайнеров с пониманием русской души!

Константин Кузьмин
Expert Fishing №7