№10(182) 2019

Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

automechanika
ASTANA

licensed by
Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ведущая выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобилей в Казахстане и Центральной Азии

15-17 апреля 2020

Выставочный центр «Корме»
г. Нур-Султан, Казахстан

- Более 130 компаний из 16 стран
- Национальные павильоны Германии и Китая
- Более 15 бизнес-мероприятий
- Площадь выставки более 6 250 кв. м.
- В одно время и на одной площадке с выставкой коммерческого транспорта Futuroad Expo Astana (www.futuroadexpo-astana.kz)

забронируйте стенд
WWW.AUTOMECHANIKA.KZ

Организатор: BUSINESS MEDIA CENTRAL ASIA
Со-организатор: AEXCS
При поддержке: messe frankfurt

futuroad expo
ASTANA

licensed by
Messe Frankfurt Exhibition GmbH

15–17 апреля 2020

Выставочный центр «Корме»,
г. Нур-Султан, Казахстан

Центрально-азиатская выставка коммерческого транспорта и дорожно-строительной техники

В одно время и на одной площадке с выставкой Automechanika Astana
www.automechanika.kz

ЗАБРОНИРУЙТЕ СТЕНД!
WWW.FUTUROADEXPO-ASTANA.KZ

Организатор: BUSINESS MEDIA CENTRAL ASIA
Со-организатор: AEXCS
При поддержке: messe frankfurt

VITEX ULTIMATE —
МАСЛО ЧЕМПИОНОВ
Vitex Ultimate 0W40
Полностью синтетическое моторное масло
Спецификации: API SN/CF, ACEA A3/B4-12
vitex.mobi
vitex.mobi
Олег Тактаров
Чемпион Ultimate Fighting Championship (UFC)

NACV Show 2019 вперед, в буд ущее!

С 28 по 31 октября в США, в Атланте (шт. Джорджия) проводилось второе North American Commercial Vehicle Show (впервые NACV проводилось в 2017 году). Мероприятие показало — производители больших и мощных траков готовы к тому, чтобы начать всерьёз экономить топливо. Поэтому на NACV Show было представлено много экологически чистых моделей коммерческого автотранспорта, — мощных и быстрых, — это и было главной особенностью шоу.

500 компаний из 40 стран

Nikola Motor Company

Nikola Motor Company

Nikola Motor Company — прогрессивный новичок консервативного трак-рынка США, на котором господствуют преимущественно несколько старых брендов. Nikola Motor Company продвигает полностью экологичные грузовики One, Two и Three. Появление автопроизводителя на NACV Show было связано в основном с тем, что компании Bosch и известная технологическая компания Hanwha инвестировали в грузовики Nikola 230 миллионов долларов, что должно вывести молодой автозавод на новый уровень развития.

Freightliner eCascadia

Freightliner eCascadia

Freightliner Cascadia — без «е» — популярный у американских дальнобойщиков тягач, eCascadia — полностью электрическая модификация. Появление электрогрузовика 8-й серии от Daimler Trucks North America LLC (DTNA) получилось громким, так как это серийная модель, которая практически с выставки отправляется сразу на работу, в Калифорнию. Freightliner с моделью eCascadia опережает в конкуренции компании TransPower, Thor и Tesla.

North American Commer cial Vehicle Show 2019

Volvo и Scania

Volvo и Scania

Шведское «вторжение» в Атланту выразилось, как обычно, в больших и всемирно уважаемых грузовиках Volvo и Scania. На этой выставке, в отличие от прошлогодней, больше внимания уделялось Scania. Scania представила несколько грузовиков, в том числе обновлённой серии XT. Новая серия нацелена на то, чтобы дать конкурентный бой Volvo FMX, Renault Range-K и Mercedes-Benz Arocs. Volvo Trucks показали Volvo VNR 660 с укороченным капотом и сверхкомфортной кабиной.

15 000

представителей индустрии

Hyundai HDC-6 Neptune

Hyundai HDC-6 Neptune

Корейский экологичный тягач однозначно был главной «звездой» NACV Show. Автомобильная общественность была заинтригована автомобилем, похожим на поезд с головой Чужого из культовых одноименных фильмов. До выставки в Атланте параметры концепта держались в абсолютной тайне. На выставке была представлена уже серийная версия грузовика, но мы знаем мы о ней по-прежнему мало: Hyundai Neptune работает на водороде, в качестве выхлопа — вода, это всё.

NACV Show 2019

300 журналистов

Mack Anthem

Mack Anthem

Производитель грузовых автомобилей Mack продолжил продвигать машины серии Anthem в Атланте. Точнее, это уже целая концепция #Mackonomics. Суть её в том, что компания в прямом эфире отслеживает работу Mack Anthem с высокоэффективной трансмиссией Mack HE и вносит необходимые улучшения в конструкцию по мере поступления критики от водителей. Большой интерес у посетителей вызвали чёрные «маки» Mack Black Anthem с продвинутыми системами безопасности.

АЛЯSKA®
www.tosol-info.ru

ОХЛАЖДАЮЩИЕ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЖИДКОСТИ

Тел.: +7 (495) 993-46-46

КОРОТКО

Подготовила Елена Лапина

8,8 %
доля АЗС, торгующих фальсификатом

Результат есть, результаты будут

По мнению Дениса Мантурова, ситуация с качеством автомобильного топлива становится лучше. В настоящий момент проблема стоит остро только в Крыму и Дагестане. Там качество реализуемого топлива зачастую не соответствует установленным нормам, либо под видом автомобильного топлива продаётся всякого рода суррогат. Минпромторг занимается решением этой проблемы, и оборот некачественного и фальсифицированного топлива на рынках данных регионов планируется значительно сократить к 2021 году.

19
пятидверных LADA 4x4 приобрела Монголия для нужд полиции

Оснащение по высшему разряду

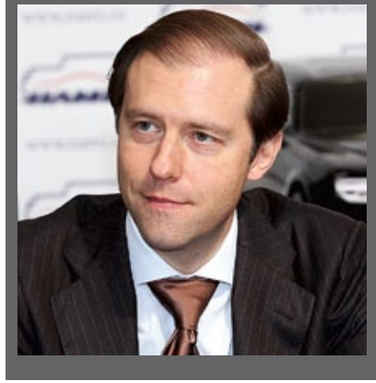
Для работы в монгольской полиции автомобили получили дополнительное оборудование: рации, светосигнальные устройства, видеомагнитофоны, системы доступа к базам данных полициии и т.д. Именно пятидверная LADA 4x4 ставила рекорд подъёма в горах — на Тибетском плато в Гималаях машина поднялась на высоту 5726 метров над уровнем моря. Продажи LADA в Монголии начались весной, когда в столичном Улан-Баторе был открыт первый дилерский центр.

4% может составить рост цен на шины

Не утилизировать, но — платить

Минприроды хочет на пять лет лишить крупных производителей и импортёров шин права самостоятельно утилизировать отслужившие покрышки. Вместо этого компаниям придётся платить расширенный экологический сбор, которым будет распоряжаться «Российский экологический оператор». Бизнес считает, что такие меры приведут к монополизму на рынке и росту цен на шины. Ассоциация производителей и импортёров шин «Экошинсоюз», куда входят Michelin, Bridgestone, Nokian Tyres, Continental, Yokohama и другие, просит правительство сохранить для шин действующие правила расширенной ответственности производителя, выделив шины в отдельную категорию отходов. Соответствующее письмо вице-премьеру Алексею Гордееву направил директор ассоциации Сергей Подойников.

цитата



Денис Мантуров
министр промышленности и торговли РФ

«Зачастую на автозаправочных станциях под видом жидкого автомобильного топлива реализуется всякого рода суррогат либо судовое маловязкое топливо, не предназначенное для автомобильной техники. Чтобы защитить потребительский рынок от суррогата, подготовлены изменения в правила продажи отдельных видов товаров — они предусматривают реализацию через топливные колонки только автомобильного бензина и дизельного топлива, которые полностью соответствуют установленным требованиям, а также запрет на реализацию иных видов топлива. Если потребитель заметит признаки недолива на АЗС, он вправе потребовать провести проверку точности измерения топливораздаточной колонки, а также обратиться в Росстандарт для организации и проведения внеплановой проверки автозаправочной станции».

188 дней в году
на использование шипованных шин

Сделать зиму короче

Госкомпания «Автодор» провела исследование о влиянии шипованной резины на дорожное покрытие. Исследование проводилось в течение двух лет и охватило около 16 000 автомобилей в различное время года. Данные подтвердили, что использование шипованной резины на скоростных трассах приводит к образованию колейности. В Германии и ряде штатов США шипы запрещены. В Финляндии и Швеции в зимний период ограничивают скоростной режим и оставляют дороги под снежным накатом (не чистят до асфальта). Что делать с региональными особенностями в России, пока непонятно. Одно из предложений — сократить срок разрешенного использования зимней шипованной резины для Центрального региона с 273 (сейчас) до 188 дней. То есть примерно с середины октября до середины апреля.

80 000 новых Connected Car
планируется выпустить на рынок России к концу 2020 года

Максимальный комфорт

На дорогах России появятся «подключенные» грузовики КАМАЗ, оснащённые бортовой информационной системой (БИС) с доступом к мультимедийным сервисам «Билайн» и интегрированные с интеллектуальной транспортно-информационной системой (ИТИС-КАМАЗ). Для автотехники К5 станет возможным удалённый запуск подогревателя, мониторинг состояния систем автомобиля и т.п. Бортовая информационная система позволит водителям следовать намеченному курсу, не скучать в дороге или в период отдыха, благодаря мультимедиа-возможностям (музыка, видео, радио) и контент-сервисам оператора, а также всегда оставаться на связи с коллегами и семьёй, как бы далеко они ни были от дома. По информации ПАО «ВымпелКом», к концу 2020 года при непосредственном участии «Билайн» на рынок России будет выпущено около 80 тысяч новых Connected Car.

92 деловые встречи в формате B2B

Итоги миссии подведены

В сентябре с торговой миссией Россию посетила делегация представителей 14 бразильских предприятий по производству автокомпонентов для легкового автотранспорта, коммерческого грузового транспорта, автобусов и спецтехники. В рамках Миссии члены делегации посетили «ИнтерАвто-2019» и COMTRANS, автозаводы Mercedes-Benz Московия и Renault Россия. В переговорах с бразильскими производителями автокомпонентов приняли участие представители 30 российских компаний, 5 компаний из Беларуси и компании из Казахстана. Всего в Бразилии насчитывается 31 сборочное предприятие по производству автотранспортных средств, сельскохозяйственной и дорожной техники. Крупнейшие мировые бренды и национальные компании представлены 65 производственными площадками в 52 городах, что обеспечивает стране 9 место по объёму производства автомобилей в мире.

цитата

Кирилл Верета
генеральный директор ООО «ЛЛК-Интернешнл»

«На рынке смазочных материалов продолжается сокращение объёмов минеральных масел, с явным преобладанием замещающих их синтетических и полусинтетических масел. Экологические требования призывают автопроизводителей создавать более экономичные и экологичные транспортные средства. В свою очередь, от нас требуется создание высокотехнологичных маловязких масел, которые снижают нагрузку на двигатель. Учитывая все экономические факторы, влияющие на рынок смазочных материалов, вероятнее всего, он останется на уровне 2019 года. Мы работаем над расширением продуктового портфеля, которое коснётся сегмента масел для коммерческого транспорта. Не останутся без внимания и другие направления, новинки появятся и в сегменте индустриальных масел».

Российский рынок ламп растёт вслед за динамикой авторынка, но экономическая ситуация замедляет качественные изменения на рынке. Брендовая структура рынка остаётся неизменной, замена галогенных источников на более современные происходит очень медленно

Рынок автомобильных ламп: стабильность и галоген

Текст: Евгений Новожилов

Российский рынок автомобильной светотехники развивается поступательно, этому способствует ситуация на авторынке — недавний рост продаж автомобилей, а также сложные условия эксплуатации, которые требуют относительно частой замены основных типов ламп. Динамика структурных изменений на рассматриваемом рынке медленная из-за слабой экономики в целом.

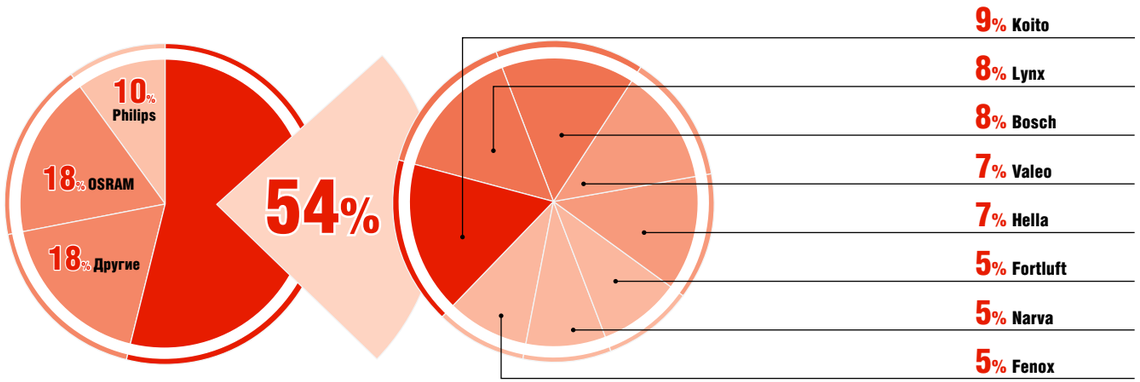
Следствием двух лет роста российского авторынка было то, что оживился и рынок автомобильных осветительных устройств. Этот рост продолжается до сих пор, и будет продолжаться, даже если на авторынке укрепится негативный тренд, сформировавшийся в последнее время. Рост рынка автомобильной светотехники к концу текущего года может составлять 10%.

Основная конкурентная борьба между поставщиками светотехники ведётся в бюджетном сегменте, где преобладающим фактором влияния остаётся цена, которая и обеспечивает предположительно большую долю внебрендовой продукции.

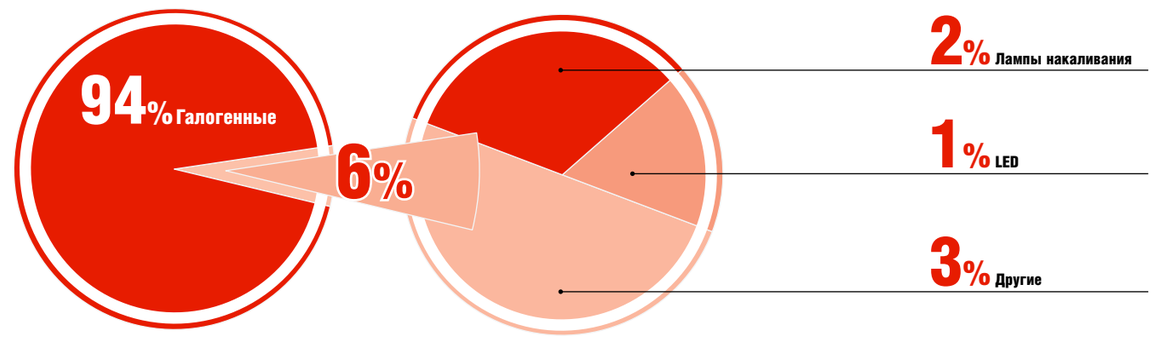
Импорт автоламп остаётся существенным, хотя в ряде сегментов он сокращается. Так, в прошлом году импорт ламп головного освещения уменьшился на 25% по сравнению с показателями годом ранее, до 25 млн ед.

При этом, несмотря на тенденции постепенного роста сегмента не галогенных ламп, в импорте доля галогенных ламп увеличивается, если по итогам 2017 года она не

Брендовая структура автомобильных ламп в розничном сегменте рынка, %



Структура импорта ламп головного света в 2019 г., %



достигала 90% от общего объёма импорта, то в прошлом году достигла 95%. Доля ксеноновых ламп при этом сократилась с 8% до 3%.

Галоген или не-галоген, вот в чем вопрос

На протяжении нескольких лет, участники рынка говорят о том, что будущее за светодиодными лампами, но всегда оговариваются, что пока на рынке сохраняется подавляющее преобладание галогенных ламп. При этом растёт спрос на лампы с увеличенным сроком службы и улучшенными характеристиками, появляются и матричные лампы с лазерным модулем, но это практически никак не влияет на галогенный характер рынка ламп. В 2017 году были предположения, что к 2020 году светодиоды будут преобладать на рынке, но это вряд ли случится.

Галогенные лампы остаются штатными во многих моделях автомобилей даже среднего ценового сегмента, и в абсолютном большинстве автомобилей бюджетных, что обеспечивает галогенным лампам превосходство.

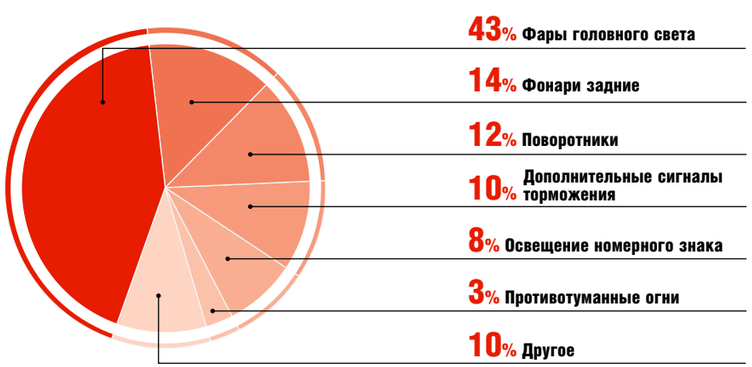
Галогенные лампы дешёвые, но выбирают их не только по этой причине, а и потому, что их можно заменять. В России, где у большинства водителей есть возможность ремонтировать автомобиль только своими руками, это существенный фактор выбора ламп. Кроме того, яркость галогенных ламп по мере эксплуатации снижается незначительно.

Определённые надежды на прогресс связывались с ксеноновым светом. Но он на порядок дороже галогенных ламп, и когда вернулись привычные кризисные времена, то ксенон стал мало востребован. Тем более, что газоразрядные лампы по мере работы существенно теряют яркость, при этом менять их рекомендуется у официального дилера. Ксенон в целом оказался неконкурентоспособен галогену по цене и функциональности и теперь редко ставится на новые модели, тем более, что появился новый перспективный бурно прогрессирующий вид — светодиоды.

LED использовались в электронике, но в период с 2000 до 2010 гг. стали полноценными конкурентами и в секторе головного света. Диоды превосходят ксенон и галогенные лампы по качеству освещения и имеют большие возможности для постоянного прогресса.

Но LED-фары меняются только в сборе, и стоят они слишком дорого для обычного автолюбителя. Кроме того, несмотря на заверения производителей, автовладельцы утверждают, что светодиоды всё же теряют яркость с годами.

Потребительская структура рынка автомобильной светотехники, %



К тому же в России есть законодательные ограничения для эксплуатации светодиодов. Существуют требования Технического регламента, согласно которым маркировка фар дальнего, ближнего света и классы установленных в них источников света должны соответствовать. Замена, например, галогена на светодиоды будет нарушать закон. В принципе, любое переоборудование внешних источников света автомобиля должно узакониваться, желающих по какому-либо поводу взаимодействовать с властями в России не очень велико.

Впрочем, и в Европе есть существенные юридические ограничения на установку светодиодов, поэтому автопроизводители продолжают ставить галогенные лампы на большинство моделей.

По всем этим причинам рынок автомобильных ламп прогрессирует очень медленно. Если рост продаж новых автомобилей восстановится и продолжится хорошими темпами, и это будет не благодаря вбросу денег в рамках госпрограмм поддержки автопроизводителей, а из-за восстановления экономики, то постепенно на рынке всё большую долю будут занимать LED-лампы, затем — матрицы и микромодули.

Но главное, что при любом развитии ситуации на авторынке, производителям и поставщикам автомобильной светотехники ничего не грозит — лампы всякие нужны, лампы всякие важны.

При любом развитии ситуации на авторынке, производителям и поставщикам автомобильной светотехники ничего не грозит — лампы всякие нужны, лампы всякие важны

Структура

Брендовая структура рынка ламп сложилась давно, в ней преобладает светотехника зарубежных производителей, участники рынка расходятся только в оценке этого преобладания — менее 95% или более.

На первичном рынке преобладают лампы брендов Philips, Hella, Narva, Osram и GE. На вторичном рынке ситуация намного сложнее, так как здесь активны поставщики из Китая и производители контрафакта, так что, кто является лидером, а кто аутсайдером — понять трудно.

Считается, что на этом рынке точно есть Philips, Hella, Narva, Bosch, GE, Valeo, Koito и крупные российские производители. Доля ламп на российском рынке, не относящихся к известным брендам, — дискуссионный вопрос, но чаще всего оценки колеблются около 30–40% рынка.

Первичный рынок ламп немногим уступает вторичному, общий объём рынка ламп до 12 млн ед. различных типов ламп ежегодно. Российский рынок ламп растёт в основном за счёт вторичного сегмента, особенно в периоды падения продаж новых машин.

В структуре потребительского спроса наибольшую долю стабильно занимают фары головного света. Далее, по востребованности — фонари заднего вида, дополнительные сигналы торможения, указатели поворота. Но наиболее прогрессивным сегментом считается сегмент источников света, устанавливаемых в салоне, из-за того, что в новых автомобилях всё больше цифровых устройств. В современных моделях количество потребителей электроэнергии вообще очень велико и будет ещё больше.

Что касается прогнозов о развитии российского рынка автомобильной светотехники, то скорее всего все существующие тенденции продолжатся, изменений в динамике или в структуре рынка можно не ждать как минимум ближайший год. ai

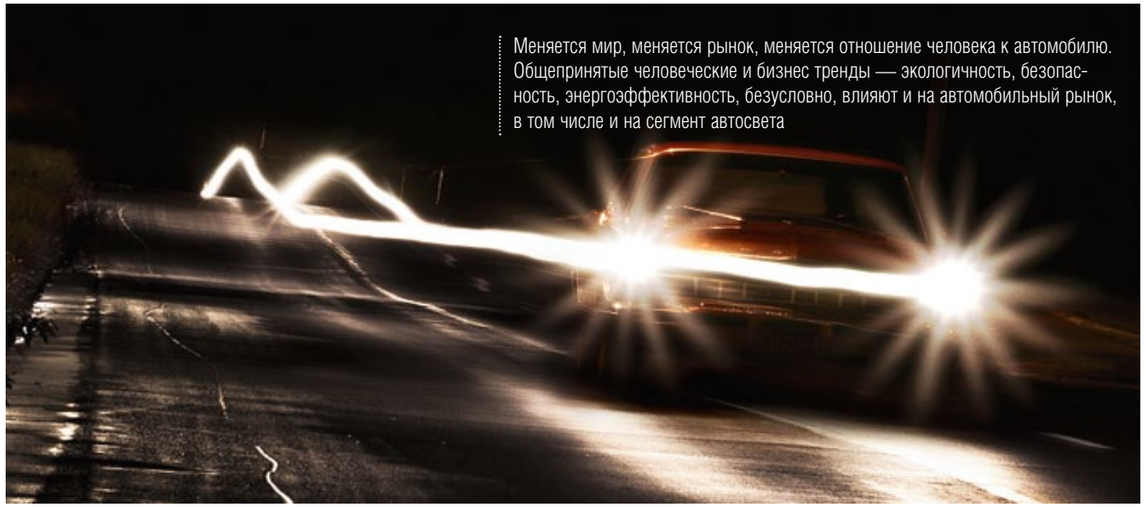
Автосвет: грядут перемены

Энергоменеджмент, матричные фары, невидимый свет… Состояние рынка автомобильных ламп и перспективы его развития стали предметом обсуждения темы номера, в котором приняли участие представители ведущих производителей светотехники в России.

На протяжении нескольких последних лет в сегменте рынка автомобильных ламп наблюдается прирост торговых марок в бюджетном ценовом диапазоне. Таково мнение Станислава Забелина, директора по развитию «МАЯК». Девальвация рубля, активность которой пришлась на осень 2014 года, вынудила участников рынка скорректировать цены в сторону увеличения. А это, как считает С. Забелин, болезненно сказалось на всём сегменте рынка, так как его «львиная доля» приходится на импортную продукцию. На фоне тяготения потребителей к старому, додевальвационному рублёвому уровню цен, рынок стал насыщаться бюджетной продукцией — как от известных торговых марок, так и «no name». С. Забелин видит в данной ситуации и положительные моменты, такие как усиление конкурентной борьбы среди лидирующих брендов рынка за лучшее соотношение цена/качество. «Некоторые бренды запустили новые виды ламп, чтобы в будущем сформировать для себя гарантированную долю рынка», — отмечает директор по развитию «МАЯК».

Александр Суходоля
руководитель отдела обучения и технической поддержки ООО «Хелла»

«Далеко не все бренды, предлагающие запасные части по привлекательным ценам, могут обеспечивать надлежащий уровень постоянного качества, который напрямую влияет на безопасность и комфорт управления автомобилем. Чтобы быть уверенным в качестве приобретаемой продукции рекомендуем обращаться только к официальным дистрибьюторам крупных брендов, которые являются поставщиками автокомпонентов на конвейер. Одним из таких является компания Hella».



Меняется мир, меняется рынок, меняется отношение человека к автомобилю. Общепринятые человеческие и бизнес тренды — экологичность, безопасность, энергоэффективность, безусловно, влияют и на автомобильный рынок, в том числе и на сегмент автосвета

По мнению Артёма Нуриахметова, технического специалиста ООО «ОСРАМ», на данный момент ситуация в России в целом мало чем отличается от предыдущих годов. Опасения, что экономические сложности во всём мире приведут к снижению производства автомобилей, и как следствие повлекут за собой снижение спроса на автомобильные лампы, не оправдались. Что касается ксеноновых ламп, то их продажи в России даже несколько выросли. Артём Нуриахметов связывает это с элементарным истечением срока службы ксенона, некогда установленного автовладельцами в новых автомобилях. Ситуация с галогенными лампами и лампами накаливания также мало отличается от прошлых лет, однако, считает А. Нуриахметов, не стоит забывать о том, что автомобильный рынок постепенно переходит на светодиодные технологии, так как год от года производительность светодиодных ламп растёт, а себестоимость их производства, наоборот, падает.

Александр Суходоля, руководитель отдела обучения и технической поддержки ООО «Хелла», отмечает, что рынок сегодня претерпевает серьёзные изменения в сфере автономного управления автомобилем. Выделяются отдельные направления, такие как энергоменеджмент (новые источники питания для автомобилей класса mild hybrid 48V), системы помощи водителю (радары, лидары, датчики). По мнению Александра Суходоли, наблюдаются и сильные изменения в сфере эргономики интерьера автомобиля. «В самом ближайшем будущем внутренний вид салона будет переходить на новый уровень, следуя современным тенденциям разработки и производства беспилотных автомобилей, — считает А. Суходоля. — Между тем, сохраняется тренд на бюджетные бренды. Увеличивается доля на рынке Private брендов, работающих в сегменте Low cost».

Что касается представленной на рынке продукции, то, по мнению С. Забелина, «последевальвационное» тяготение рынка к бюджетной продукции привело к снижению её качества, так как использование более дешёвых материалов неизменно влечёт за собой ухудшение светотехнических характеристик и уменьшение эксплуатационного периода. «Для большинства потребителей не секрет, что «дешёвое хорошим не бывает», — подчеркивает С. Забелин, и напоминает, что вопрос качества стоит очень серьёзно, поскольку нарушение геометрических показа-

Артем Нуриахметов
технический специалист ООО «ОСРАМ»

«В дальнейшем всё больше и больше новых автомобилей будут идти со светодиодным освещением. Но это не единственная тенденция, мы предвидим, что будет расти количество автомобилей с умной электроникой и различными ассистентами, которые будут помогать водителю при вождении либо полностью переходить на автономное вождение. Всё это будет реализовываться благодаря матричным фарам, которые избавят водителя от необходимости переключений между дальним и ближним светом, и различным световым приборам, излучающим невидимый человеческому глазу свет».

Станислав Забелин
директор по развитию «МАЯК»

«Девальвация рубля, активность которой пришлась на осень 2014 года, вынудила участников рынка скорректировать цены в сторону увеличения. А это болезненно сказалось на всём сегменте рынка, так как его «львиная доля» приходится на импортную продукцию. На фоне тяготения потребителей к старому, додевальвационному рублёвому уровню цен, рынок стал насыщаться бюджетной продукцией — как от известных торговых марок, так и «no name». Но в данной ситуации есть и положительные моменты, и это усиление конкурентной борьбы среди лидирующих брендов рынка за лучшее соотношение цена/качество. Некоторые бренды запустили новые виды ламп, чтобы в будущем сформировать для себя гарантированную долю рынка».

телей лампы при её изготовлении может привести к серьёзным последствиям на дороге. «Мы не ввязались в «марафон» за низкой ценой, — говорит С. Забелин, — и лампы «МАЯК» сохранили свой высокий уровень качества, который на протяжении 17 лет позволяет удерживать пьедестал «Лучшего соотношения цена/качество».

А. Нуриахметов, напротив, считает, что особых изменений в качестве автомобильных ламп не наблюдается, поскольку данный сегмент давно сформировался. «Если же говорить о производительности, то мы наблюдаем незначительное улучшение в яркости как ксеноновых, так и галогенных ламп, — в то же время отмечает эксперт. — Однако незначительный прирост производительности связан с тем, что эти технологии не новые, и уже давно приблизились к своему пику». Исключение, по мнению А. Нуриахметова, составляют светодиодные технологии, где на фоне растущей с каждым годом производительности снижается себестоимость производства.

«Изменения в качестве производимых большинством брендов запасных частей, относящихся к классу Private и Low cost, очевидны и являются следствием снижения покупательной способности конечных потребителей, — считает А. Суходоля. — В то же время на рынке IAM наблюдается определённый рост сегмента Premium брендов поставщиков комплектующих на первичную сборку. Данный рост обусловлен тем, что потребители, которые приобретали новый автомобиль каждые три года, делают выбор в пользу того, чтобы продолжить его эксплуатацию с использованием комплектующих с качеством оригинального поставщика, которые предоставляют дилерские центры в течение гарантийного обслуживания автомобиля. Данный факт влечёт за собой рост продаж премиального сегмента запасных частей на рынке постгарантийного обслуживания».

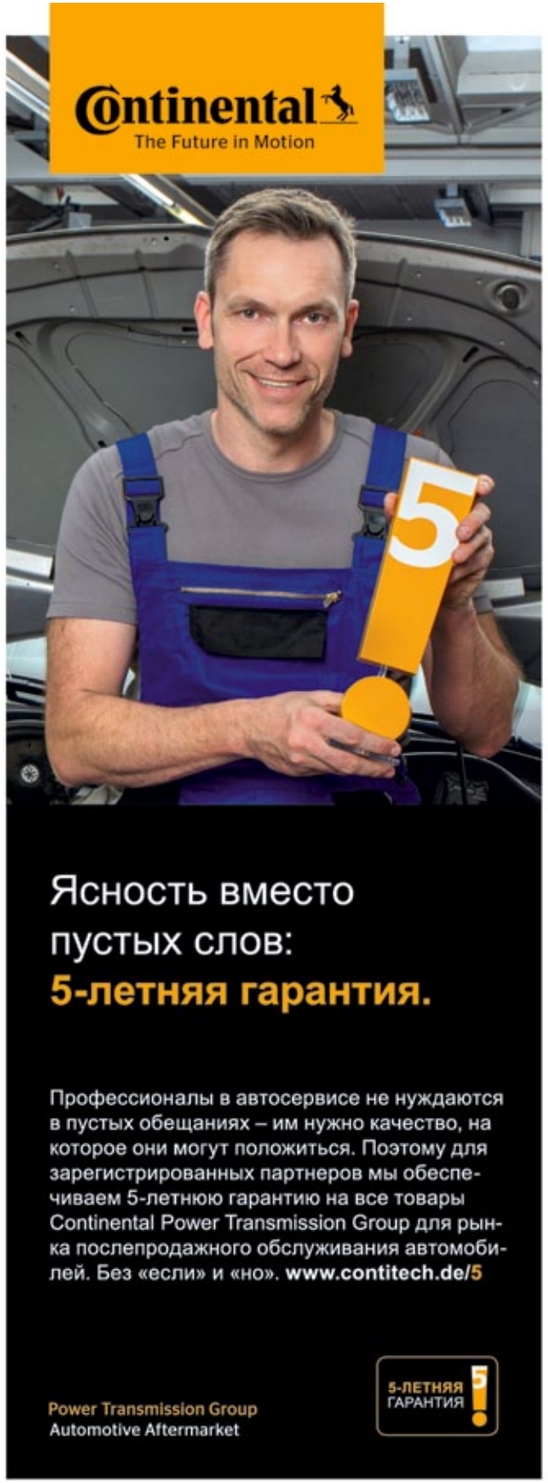
По мнению А. Суходоли, чем выше стоимость и громче имя на рынке, тем больше вероятность того, что вокруг этого бренда будет собираться большое количество неизвестных марок. Однако, считает С. Забелин, ответить на вопрос, какова доля продукции неизвестных производителей и контрафакта в сегменте автоламп, вряд ли представляется возможным. «Рынок делится на первичный и вторичный, в который входят сетевые торговые компании и индивидуальные розничные продавцы, и последние всегда будут «темными лошадками» для любого аналитического агентства». Между тем, А. Нуриахметов предполагает, что доля контрафакта на рынке автоламп может составлять от 2 до 5%.

«Далеко не все бренды, предлагающие запасные части по привлекательным ценам, могут обеспечивать надлежащий уровень постоянного качества, который напрямую влияет на безопасность и комфорт управления автомобилем, — подчеркивает А. Суходоля. — Чтобы быть уверенным в качестве приобретаемой продукции рекомендуем обращаться только к официальным дистрибьюторам крупных брендов, которые являются поставщиками автокомпонентов на конвейер. Одним из таких является компания Hella».

Перспективы рынка автомобильных источников света, по мнению С. Забелина, обширны и многогранны. «Мы все понимаем, что свет на дороге — гарантия безопасности движения и вслепую мы никуда не уедем. На протяжении последних лет идет активное развитие и совершенствование светоизлучающих диодов. Данная технология на ближайшие годы останется приоритетной, — убеждён директор по развитию «МАЯК».

«В дальнейшем все больше и больше новых автомобилей будут идти со светодиодным освещением, — считает А. Нуриахметов. — Но это не единственная тенденция, мы предвидим, что будет расти количество автомобилей с умной электроникой и различными ассистентами, которые будут помогать водителю при вождении либо полностью переходить на автономное вождение. Всё это будет реализовываться благодаря матричным фарам, которые избавят водителя от необходимости переключений между дальним и ближним светом, и различных световых приборов, излучающих невидимый человеческому глазу свет».

«Мир меняется, — констатирует в свою очередь А. Суходоля. — Вместе с ним изменяется и рынок, и отношение человека к автомобилю. Многие отказываются от автомобиля в пользу более экологичных видов транспорта, альтернативных источников энергии. Общепринятые человеческие и бизнес тренды — экологичность, безопасность, энергоэффективность, безусловно, влияют и на автомобильный рынок». Соответственно, считает руководитель отдела обучения и технической поддержки ООО «Хелла», перспективы развития отрасли также будут следовать основным мировым тенденциям.



Гиганты света:

крупнейшие производители автомобильной светотехники

Автомобили становятся все более технологичными, растёт количество цифровых систем управления, навигации, безопасности, автономного движения, коммуникаций. Все это ведёт к высоким темпам роста на рынке осветительных устройств для машин. Здесь господствуют гигантские компании, которые становятся ещё больше, так как идёт активный процесс консолидации и поглощения большими компаниями компаний поменьше, — технологическая конкуренция находится на таком уровне, что она по силам только обладателям фантастических бюджетов. Характер сделок на рынке показывает, что автосвет сейчас — основное направление прогресса световых технологий.

KOITO

20% автомобильных ламп и оптики
54% мирового рынка ламп головного света
14 предприятий в мире

KOITO MANUFACTURING CO., LTD — мировой лидер в производстве систем автомобильного освещения.
Компания входит в состав Группы Toyota, является официальным поставщиком осветительных приборов, как, впрочем, и для всех других японских автоконцернов и для многих автопроизводителей вне Японии.
KOITO уделяет много внимания инновационным разработкам. Одно из последних достижений компании — матричные фары BladeScan, которые установлены, в частности, на Lexus RX. В лампе световой поток от диодов попадает на вращающийся со скоростью 6000 об/мин зеркальный элемент. Рассеивание беспрецедентно плавно меняет пучок дальнего света.
Среди брендов KOITO можно упомянуть высокотемпературные фары VWHITE и WHITEBEAM, противотуманные ULTIMATE и многие другие.

Magneti Marelli SpA

более **22 млн ед.** годовой объём выпуска ламп всех типов
более **3 млн** в год объём выпуска ксеноновых ламп.
более **5 млн ед.** в год. объём выпуска LED

Magneti Marelli S.p.A. — дочерняя компания FIAT Group, один из крупнейших мировых производителей автокомпонентов, в частности, светотехники.
Финансовый оборот компании около 8 млрд евро, в структуре компании 85 производственных подразделений и 15 научно-исследовательских центров.
Около 75% автокомпонентов поставляются Magneti Marelli на Fiat, GM, Volvo, Audi, Saab, Alfa Romeo, Citroën.
В производстве автомобильной светотехники компания считается одной из самых передовых. К её достижениям относятся выпуск первых ламп с активным инфракрасным модулем, первых серийных светодиодных ламп, первых светодиодных фар с адаптивным освещением, и ряд других.
Magneti Marelli представляет автомобильные лампы практически любых типов и назначения.

Valeo

около **20 млрд евро** годовой объём продаж
5 млрд евро объём продаж в 3 кв. 2019 г.
1/3 объёма продаж — светотехника.

Французский автокомпонентный гигант, который поставляет системы освещения для крупнейших автоконцернов мира, в частности, для BMW, Ford, General Motors.
Valeo располагает огромной производственной и научно-исследовательской базой: около 200 заводов, порядка 20 исследовательских объектов, около 40 центров разработки, больше десятка дистрибуционных компаний в более чем 30 странах мира.
Valeo является лидером по снижению вредных выбросов при производстве.
В светотехнике это выражается в разработке все более компактных и более точных устройств.
Одна из последних разработок компании система Picture Beam, которая генерирует световой луч высокой чёткости на дороге, не ослепляя других участников дорожного движения.
На рынке светотехники Valeo представляет огромное количество ламп практически всех типов и видов.

Hella

более **1,5 млрд евро** объём продаж в первом квартале 2019 года
более **7 млрд евро** финансовый оборот
7 тыс. инженеров-разработчиков инноваций

Hella KGaA Hueck & Co. топовый немецкий производитель автомобильных комплектующих, в том числе светотехники. Входит в сотню наиболее могущественных предприятий Германии и имеет репутацию одного из лучших поставщиков автокомпонентов в мире. Располагает структурой в составе примерно 100 заводов более чем в 30 странах.
Среди последних новшеств, уже поступившие в серийное производство фары, адаптирующиеся к сложным погодным условиям и сниженной видимости. Этими фарами оснащены обновлённые Cadillac Escalade Platinum.
Также Hella разрабатывает адаптивную систему переднего освещения с интеллектуальным распределением светового потока, так, что фары как бы самостоятельно сканируют пространство впереди автомобиля и без участия водителя выбирают оптимальный режим освещения.

Stanley

Входит в **топ-100** мировых поставщиков автозапчастей
1,7 млрд долл. объём продаж
Заводы в **8 странах** мира

Stanley Electric крупная японская компания, один из ведущих игроков на мировом рынке систем освещения для автомобилей. Основные потребители светотехники бренда — Honda и Nissan, однако в той или иной мере применяют продукцию Stanley также Toyota, Mazda, Suzuki, Mitsubishi, Ford и Chrysler.
Компания производит все виды автомобильной светотехники, но с 2013 года особое внимание уделяет светодиодным фарам.
Одним из последних, отмеченных на профильных выставках достижений компании, были новые IRED (светоизлучающие устройства пиковой длиной волны более 780 нм). Их применяют в системах ИК-связи, пультах дистанционного управления и т.д., и эти устройства чрезвычайно перспективны в автомобильной индустрии, так как они будут применяться в системах мониторинга вождения (DMS), в частности, в качестве датчиков в системах автономного вождения.

Ichikoh

20% рынка отражателей
1,2 млрд долларов годовой объём продаж
3 тыс. сотрудников

Компания Ichikoh Industries Ltd. является одним из лидеров в индустрии разработки и производства автомобильных световых приборов.
Ichikoh — компания, которая на собственном примере демонстрирует бурную динамику событий, которые развиваются на рынке автомобильной светотехники.
В связи с развитием технологий и появлением всё новых осветительных приборов в автомобилях, на рынке происходит консолидация и укрупнение. Так Ichikoh Industries Ltd. в 2016 году была взята под контроль французской группой Valeo и теперь развивается в рамках этой структуры.
Но ещё до этого, именно Ichikoh Industries в сотрудничестве с Valeo произвела революцию в индустрии дальнего света, создав фары, которые не слепят водителей встречных автомобилей.
Ichikoh предлагает на рынке большое количество автомобильной светотехники, в основном востребованной для японских автомобилей.

ZKW Group

более **1,3 млрд евро** в год финансовый оборот
более **20%** годовой рост

Австрийская компания ZKW Group производит светодиодные фары и другие виды светотехники, которые поставляются на предприятия General Motors, BMW, Mercedes-Benz и Audi.
В 2018 году ZKW Group была приобретена LG Electroncis за 1,4 трлн вон, — это остаётся самой крупной покупкой для мегакорпорации LG.
После сделки компании акцентируются на развитии интеллектуальных систем освещения, в частности на технологии проецирования информации прямо на дорогу.
ZKW Group — мощный инноватор, обладатель множества премий и наград. В частности, получила премию BMW за инновации для BMW 6-й серии. Также компания первой в истории запустила в серию лазерные фары, для BMW i8.
Особым спросом на рынке пользуются фары ZKW Group для автомобилей немецкого производства.

SL Corporation

1,8 млрд долларов годовой оборот
Имеет предприятия в **7 странах**

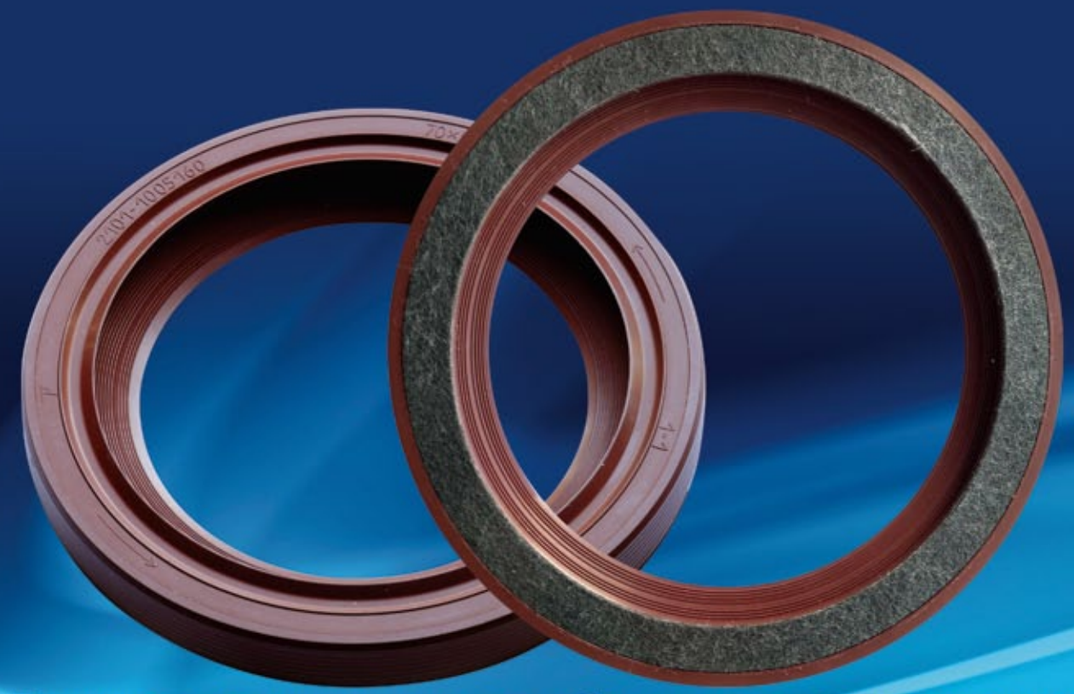
SL CORPORATION — корейская компания, специализирующаяся на производстве головных, задних, противотуманных фар и центральных стоп-сигналов.
Корпорация имеет 17 дочерних компаний, в том числе в Корее, Китае, Северной Америке, Индии и ЕС с общим количеством сотрудников около 12 тысяч.
Среди достижений компании разработка модуля привода автомобильных светодиодных ламп, который совместим с различными светодиодными источниками света и стабилизирует их работу. Технология применяется на многих моделях автомобилей.
Продукция компании поставляется на предприятия General Motors, Hyundai, Kia Motors, SsangYong Motor Company, GM Daewoo, Chrysler, Subaru, Honda, Ford India. Но в основном обеспечивает светотехникой корейских автопроизводителей.
Отмечена титулом «Поставщик года-2018» Hyundai-Kia Motors.

Varroc

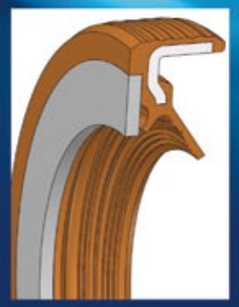
6-й в мире по объёмам производства наружной светотехники
35 предприятий в мире

Varroc Lighting System (VLS) индийский производитель наружного освещения мирового уровня, входящий в состав огромного индийского холдинга Varroc, который является вторым по величине производителем автокомпонентов в Индии.
Одним из интересных нововведений, которое VLS представила в прошлом году, была технология Surface-LED в системах наружного освещения автомобилей. Компания позиционирует её как более дешёвый аналог светодиодов OLED, которые применяются, например, в дисплеях цифровых устройств.
Особенностью OLED является то, что он даёт однородный свет, но эта технология довольно дорогая, Surface-LED дешевле, в частности, за счёт ультратонкого профиля.
Кстати, VLS поставляет комплексные решения наружного освещения для Tesla Model S и Tesla Model X.

АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО
РЕЗИНОТЕХНИКА



Лучше наших могут быть только наши!



Манжета коническая с двумя встречно направленными винтовыми насечками и фетром (МК2ВФ)

СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ РАБОТЫ В ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ УСЛОВИЯХ!

- Конструкция манжеты имеет высочайшую степень надежности при работе в экстремальных условиях на любом типе силового агрегата, при температурах от –55 до +175°С и пригодная для внедорожников, грузовой карьерной техники, армейских вездеходов и экстремалов.
- Используется для установки в узлах с однонаправленным вращением вала до 1000 об. в мин. и уплотнения узлов компрессоров, насосов, станков
- Расположение насечек и их взаимодействие защищено международным патентом.
- Винтовые насечки расположены таким образом, что первая насечка работает с маслом, защищая от протекания последнего, а вторая с воздушной средой. Загрязнения, попадающие из воздушной среды на сальник, задерживаются фетровым кольцом и пыльником, а мельчайшие частицы, проникшие внутрь уплотнения, касаясь второй винтовой насечки, за счёт аэродинамики выбрасываются наружу.
- Ресурс работы в три раза больше, чем у сальника классической конструкции.

ISO 9001
ISO 14001
IATF 16949

товар запатентован

Разработаем любой сальник для вас

тел.: 8 (8453) 232-272, +7 927 059 06 65
e-mail: kynu@salnik.ru, office@salnik.ru

www.salnik.ru

ОАО «Руденск»: флагман белорусской светотехники

На сегодняшний день ОАО «Руденск» обладает всеми возможностями для выпуска продукции с использованием светодиодных источников света, обеспечивающими энергоэффективность, надёжность, долговечность, соответствие современным требованиям безопасности в соответствии с мировыми тенденциями развития автомобильной светотехники

Текст: Елена Лапина

Опыт ОАО «Руденск» по производству светотехнических изделий для автотракторной промышленности, наличие высокопрофессионального коллектива и самого современного оборудования, опыт взаимодействия с крупными производителями автомобилей и тракторов свидетельствуют о высоком потенциале предприятия и его возможностях в расширении своей доли на рынке. Предприятие открыто для нового партнёрства, ведь установление долговременного и взаимовыгодного сотрудничества — одна из стратегических целей флагмана белорусской светотехники.

Всё началось в 1928 году с небольшого промкомбината, основными видами деятельности которого были производство стройматериалов, швейной галантереи, металлообработка. В 60-е годы Руденский завод перерос в спецпредприятие по выпуску товаров народного потребления. После реконструкции в середине 90-х годов на заводе был налажен выпуск светотехнических изделий для автотракторной промышленности, и в 1995 году Руденский завод пластмассовых изделий был преобразован в открытое акционерное общество — ОАО «Руденск».

Производство автотракторной светотехники было на тот момент совершенно новым направлением не только для предприятия, но и для Беларуси. В то время минские автомобильный и тракторный заводы работали на полную

мощность, а вот светотехника для их нужд завозилась из-за пределов страны. Именно МАЗ и МТЗ стали первыми потребителями продукции ОАО «Руденск». Вскоре белорусская светотехника заняла лидирующие позиции в Республике, а со временем стала востребованной и на конвейерных предприятиях российского автопрома. В 2003 году предприятие стало лауреатом конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации», в 2005 году — победителем конкурса «Лучшие товары Республики Беларусь». Сегодня экспорт ОАО «Руденск» составляет порядка 70%.

Немало руководителей сменилось за время поиска предприятием своего пути. Новую эру пришлось начинать Александру Лагуну, возглавлявшему ОАО «Руденск» в 1996–2009 гг. На время его руководства пришлись поиски средств на переоснащение завода, кризис, повлекший отток квалифицированных кадров, и много других испытаний. Однако Александру Лагуну, впоследствии заслуженно награждённому медалью «За трудовые заслуги», удалось вывести предприятие на нужный уровень и создать узнаваемый и уважаемый бренд. Укрепляло свои позиции ОАО «Руденск» и под руководством других директоров — В. Татарицкого (2009–2015 гг.) и С. Климовича (2015–2018 гг.). Именно в этот период завод успешно наращивал свой экспортный потенциал и завоёвывал лидирующие позиции на российском рынке. В Руденске с благодарностью вспоминают руководителей, чей талант, работоспособность и интуиция в разное время способствовали превращению предприятия местной промышленности в современного экспортоориентированного производителя инновационной продукции. Сегодня ОАО «Руденск» возглавляет молодой и амбициозный руководитель — Андрей Солонович, не один год трудившийся на заводе в качестве главного инженера.

Гордостью ОАО «Руденск» являются последние новинки, которые были освоены для ведущих конвейерных предприятий, — блок-фара для автобуса ПАЗ Вектор Next, задний фонарь для автомобиля Газель Next, фонарь задний светодиодный для грузовых автомобилей КАМАЗ. Освоена и уже успешно поставляется на конвейер противотуманная фара для автомобиля УАЗ Патриот. В ближайших планах — решение других амбициозных задач

ОАО «Руденск» обладает уникальным, высокотехнологичным производством, не имеющим аналогов в Республике Беларусь. В собственной лаборатории проводятся все необходимые испытания, в том числе для подтверждения соответствия качества продукции стандартам и нормам государств-участников Таможенного Союза. В ассортименте — более 300 наименований светотехнической продукции, вся она сертифицирована на соответствие требованиям ТР ТС 018/2011 и ТР ТС 031/2012. В январе 2019 года на предприятии был введён в эксплуатацию новый участок по изготовлению электронных модулей на печатных платах. Это позволило ОАО «Руденск» успешно перейти на собственное изготовление несменных источников света, применяемых в комплектации светодиодных фонарей и фар. Сегодня завод идёт в ногу с современными тенденциями развития светотехнического оборудования для транспортных средств, где всё шире применяются светодиоды, обладающие высокой надёжностью, долговечностью и низким энергопотреблением.

Сделаны первые шаги в направлении легкового автопрома — освоена и уже успешно поставляется на конвейер противотуманная фара для автомобиля УАЗ Патриот, выигран тендер на поставку новой противотуманной фары для другого российского производителя легковых автомобилей. Кипит работа и над созданием совершенно новых по уровню изделий для ведущих автопроизводителей как Беларуси, так и России, тендеры на поставку которых ОАО «Руденск» выиграло в этом году.

ОАО «Руденск» — официальный поставщик светотехники для ведущих автосборочных предприятий Беларуси и СНГ, таких как ОАО «МТЗ», ОАО «БЕЛАЗ», ОАО «МАЗ», ОАО «Гомсельмаш», «Группа ГАЗ», ПАО «КАМАЗ», ООО «КЗ «Ростсельмаш», ООО «УАЗ» и других. Продукция предприятия поставляется в Российскую Федерацию, Казахстан, Украину, Туркменистан, Азербайджан, Вьетнам, Литву, Турцию, Венгрию, Египет. В планах предприятия расширение географии поставок, открытие собственного Торгового дома, развитие сотрудничества с западными конвейерными предприятиями. В ближайшие годы планируется освоить рынки Пакистана, Польши, Румынии, Чехии, Сербии, Болгарии, Таджикистана, Афганистана, Никарагуа. И для этого у ОАО «Руденск» есть все возможности. ai

цитата

Андрей Солонович
директор ОАО «Руденск»

«Мировые тенденции развития автомобилестроения сегодня таковы, что каждые 3–5 лет происходит выпуск новых моделей автомобилей и рестайлинг выпускаемых, что конечно, затрагивает большинство комплектующих и в первую очередь светотехнику. Поэтому главная задача на сегодняшний день — это разработка и освоение производства современных светотехнических изделий на светодиодах. Даже производители автотракторной и сельскохозяйственной техники стремительно развиваются в этом направлении. Условия рынка и высокая конкуренция требуют от нас постоянной работы по сохранению своих позиций: работать над улучшением качества продукции, усовершенствовать конструкции уже освоенных изделий, снижать издержки, осваивать новые изделия. Только так мы сможем соответствовать требованиям и ожиданиям потребителей, сохранить уже налаженные долговременные партнёрские отношения и доверие к бренду».

Готовы стать партнёром ведущего белорусского производителя светотехники?
Звоните, пишите:
Бюро продаж РБ: +375 1713 53197
Бюро продаж ВЭД: +375 1713 53082
E-mail: office@rudensk.by
Отдел маркетинга: info.rudensk@mail.ru

Постоянным партнёрам скидки, дилерам — дополнительные бонусы

Новый восход Tungsram

Мы привыкли к тому, что практически все компании, входящие в первый эшелон поставщиков мирового автопрома, ворвались в историю отрасли на заре её становления. И это закономерно — даже имея неограниченный финансовый ресурс, сложно создать с нуля «Фирму» с большой буквы. Можно нанять лучших выпускников технических университетов, приобрести самое современное оборудование и даже патенты. Но нельзя с чистого листа создать школу. Её можно только купить — вместе с предприятием, имеющим богатую историю. Собственно, так глобальные корпорации и поступают. Практика поглощения мировыми гигантами привлекательных предприятий с серьёзной собственной школой порой порождает эффект, обратный по отношению к привычной корреляции известности с возрастом марки. И на рынке появляется бренд с вековой историей, о котором мало кто слышал. О том, как такое возможно, повествует история бренда Tungsram.

Когда глобальная корпорация поглощает производителя компонентов, чтобы заполнить определенную нишу в своём продуктовом портфеле, она зачастую присваивает товарам свой бренд. Ведь он уже известен и не нуждается в раскрутке на мировых рынках. Однако, пути сил, направляющих решения менеджеров, распоряжающихся корпоративными правами, неисповедимы. Подразделения переходят из рук в руки, от одних корпораций, к другим. А иногда, хотя и редко, случается, что предприятие снова обретает независимость. И тогда возрождается собственный бренд компании. Хотя, по сути — он не исчезал, а лишь некоторое время не был виден.

В 2018 году горизонте европейского рынка запчастей и компонентов для первичной комплектации автомобилей буквально зажегся бренд Tungsram. Вернее сказать, поднялся на мировой небосвод с уровня своего локального существования в качестве подразделения GE Hungary KFT, входившего в американскую корпорацию General Electric. Ведь история венгерской марки Tungsram столь же давняя, что и у General Electric, а также других компаний, стоявших у истоков мирового автомобилестроения.

Ровесница электрификации

Компания Tungsram была основана в конце позапрошлого века — в 1896 году. Это был период так называемой «второй промышленной революции». Если первая ознаменовалась повсеместным внедрением паровых машин, то вторая заключалась в тотальной электрификации индустриально-развитых стран. А Венгрия в то время относилась именно к таким — Будапешт тогда был вторым наиболее динамично развивающимся городом мира после Чикаго.

Патент на использование металлической нити из вольфрама, осмия, иридия и палладия был получен всего шестью годами ранее — в 1890 году. В 1892 году компания Edison Electric Light для успешного противостояния основному конкуренту, компании Westinghouse Electric and Manufacturing Company, объединилась с Thomson-Houston Electric Company. Новая компания получила название General Electric. В следующем году Никола Тесла в ходе Всемирной Чикагской выставки показывал шоу — пропускал через себя ток напряжением в два миллиона вольт, и в его руках загорались лампочки.

В такое фантастическое время появилась компания Tungsram, основание которой пришлось на год, когда Венгрия праздновала свое тысячелетие. В Венгрии в то время также работали великие учёные. Конечно, Томас Эдисон или Джордж Вестингауз обрели большую известность благодаря книгам и фильмам, посвящённым их работе и знаменитой «войне токов», когда гиганты индустрии решали, какой ток лучше использовать для передачи электричества по проводам — постоянный или переменный. Однако венгерские ученые Золтан Бей, Имре Броди, Тивадар Миллнер и Гиорги Шигети, работавшие в первой в Европе промыш-

Компания Tungsram была основана еще в конце позапрошлого века — в 1896 году. Будапешт тогда был вторым наиболее динамично развивающимся городом мира после Чикаго.

ленной исследовательской лаборатории, открытой в 1923 году по примеру Томаса Эдисона, также внесли большой вклад дело тотальной электрификации.

Имре Броди довёл до серийного производства криптоновую лампу накаливания, заполненную азотом с примесью криптона. Золтан Лайош разрабатывал СВЧ-технологии, вольфрамовые лампы, радиолокационные системы. А Тивадар Милнер разработал технологию получения крупных кристаллов вольфрама для производства более надёжных и долговечных ламп накаливания. Причём сделал он это, уже работая в Tungsram.

В первой половине 20-го века Tungsram являлась одним из безусловных европейских лидеров в области разработки и производства осветительных приборов. В межвоенный период Tungsram контролировала более 5% мирового рынка ламп накаливания и 12% рынка радиоламп континентальной Европы. После Второй Мировой войны, несмотря на то, что Венгрия попала в сферу влияния СССР, компания продолжала активно развиваться. В частности, в конце 50-х годов было запущено производство автомобильных ламп — в странах соцлагеря было не так много предприятий, способных выпускать эту высокотехнологичную продукцию.

В 1968 в Венгрии прошла экономическая реформа, и компания получила право осуществлять прямую внешнеэкономическую деятельность. Tungsram начала заново осваивать западные рынки, и скоро её доля на западноевропейском рынке электроламп составляла от 6 до 8%. Это сделало компанию крупнейшим источником поступлений конвертируемой валюты в бюджет Венгрии. В плановой экономике Венгерской Народной Республики Tungsram развилась в многопрофильную компанию: на её заводах, построенных или реконструированных в 1970-е годы, выпускались кинескопы, галогенные и натриевые лампы, транзисторы и интегральные схемы. К 1975 году численность персонала достигла исторического пика в 35 тысяч человек.

1896
Основана компания United Electric Ltd.

1909
Зарегистрирован бренд Tungsram

1921
Липот Ашнер основал всемирно известную исследовательскую лабораторию и сделал бренд значимым на мировом рынке

1931
Имре Броде, исследователь Tungsram, разрабатывает криптоновые лампы

1946
Золтан Бей, технический специалист компании, становится основателем радиолокационной астрономии в результате известного эксперимента

1989
GE приобретает большую часть акций Tungsram, впоследствии выкупая все 100%

2018
Основана Tungsram Group

В объятиях нового старшего брата

А потом, ещё недавно казавшийся нерушимым, Союз начал трещать по швам. Страны Восточной Европы получили возможность реализовать свои устремления в сторону западного пути развития. И когда Венгрия открыла двери перед европейскими и американскими инвесторами, General Electric не преминула воспользоваться такой возможностью, и выкупила компанию Tungsram в 1989 г. Вложив $1,3 млрд в модернизацию производства, уже к концу 1990-х американцы благодаря мощностям своего нового подразделения заняли уверенные позиции в Западной Европе.

Отделение с заводами в трёх городах, выпускающее 250 миллионов ламп в год, не только вошло в топ-10 крупнейших венгерских компаний, но и стало третьим по величине европейским производителем источников света. И тут, как это периодически случается у американцев, General Electric решает продать некоторые направления своего бизнеса. В список попадает и бизнес автомобильного освещения.

Понимая, как никто другой, всю ценность этого бизнеса, его выкупает Йорг Бауэр, бывший исполнительный директор GE, управленец с более чем 20-летним опытом работы в многонациональных компаниях. К контролируемой им компании переходят права собственности на компанию Tungsram Operations KFT., в которую входят находящиеся в Венгрии предприятия GE Lighting, включая их сотрудников, активы и договорные права.

В ноябре 2018 года завершилась передача международных организаций GE Lighting в собственность Tungsram Group, которую в качестве президента и главного исполнительного директора возглавил сам Йорг Бауэр. 23 юридических лица в 22 странах были объединены со штаб-квартирой в Венгрии, а персонал численностью в 5000 человек пополнился 106 бывшими сотрудниками GE Lighting.

Йорг Бауэр, президент и генеральный директор Tungsram Group, бывший исполнительный директор GE, обладающий более чем 20-летним опытом работы в многонациональных компаниях

«Мы очень гордимся выпавшей нам честью возродить долгую историю Tungsram — бренда, пользующегося успехом во всем мире и основанного на инновациях. Мы стремимся продолжить традиции легендарных работников нашей отрасли, таких как Ашнер Липот, который посвятил Tungsram всю свою жизнь, и исследователей мирового уровня — Золтана Бея, Имре Броди, Тивадара Миллнера и Гиорги Шигети, работавших в первой в Европе промышленной исследовательской лаборатории, открытой в 1923 году».

Новый восход Tungsram

Смена собственника и торговой марки никак не затронули превосходное качество продукции венгерских заводов, успевшей завоевать своих поклонников под маркой GE. Tungsram полностью сохранил традиции, компетенцию и технологии выпуска источников света. Йорг Бауэр уверен, что богатая история марки поможет донести до потребителя, что с продукцией под этим названием компания не только сохранит существующие рынки, но и завоюет новые.

«Как настоящая многонациональная компания со штаб-квартирой в Венгрии, мы используем нашу сеть продаж на 100 рынках, и у нас есть возможность стать глобальным игроком в сфере освещения и за её пределами» — говорит Йорг Бауэр. И для такой уверенности есть основания, ведь теперь Tungsram может продавать осветительную продукцию по всему миру, за исключением Северной Америки, а автолампы — без исключений по географии. Автомобильный бизнес компании дебютировал на североамериканском рынке, приняв участие в Aftermarket выставке AAPEX в Лас-Вегасе. «Мы очень гордимся выпавшей нам честью возродить долгую историю Tungsram — бренда, пользующегося успехом во всем мире и основанного на инновациях», — отмечает Йорг Бауэр.

Что же представляет собой Tungsram на данный момент? Прежде всего, это 5 заводов в Венгрии, отличающихся высоким уровнем автоматизации производства и систем контроля качества.

Также Tungsram имеет сеть поставщиков с полной вертикальной интеграцией. Широкие возможности в области производства стекла, керамики, металла и пластика в сочетании с передовыми системами контроля качества, автоматизации и умными заводами позволяют выпускать передовую продукцию.

Как и другие лидеры рынка источников света, Tungsram развивает светодиодное направление. «Мы хотим укрепить наше текущее положение и планируем уделить серьёзное внимание решениям в области светодиодов, поскольку доля данной технологии в отрасли с каждым годом увеличивается», — отмечает Габриэлла Мозеш, генеральный директор подразделения товаров для автомобильной промышленности, которая отработала в отрасли 40 лет, включая то время, когда GE приобрела Tungsram, после чего она занимала руководящий пост в GE Lighting.

Что же касается традиционной продукции — галогеновых ламп, то предложение Tungsram, как и положено компании такого масштаба, поражает своим разнообразием. Стоит отметить, что во всех лампах используется кварцевое стекло. Оно более прочное, поэтому позволяет повысить давление в колбе для улучшения обратного осаждения вольфрама на нить накала, не прибегая к нежелательному утолщению стенок. Кроме того кварцевое стекло лучше фильтрует ультрафиолетовое излучение, что замедляет появление желтизны на пластиковых фарах.

На любой вкус и свет

Линейка Megalight Ultra. Премиум-класс автоламп представлен линейкой Tungsram Megalight Ultra. Она состоит из широкого диапазона ламп с различными значениями прибавочного света: +50%, +90%, +120% и +150%. Конкретные уровни освещённости варьируются в зависимости от типа лампы и конструкции фар, и подтверждены установленными методами измерений. Все категории есть в цоколях H1, H4 и H7, и только самая мощная Tungsram Megalight Ultra +150% в H4 и H7.

Лампы Tungsram Megalight Ultra эффективно обеспечивают больше света на дороге благодаря исключительной яркости спирали и уникальному синему покрытию. Наполнение колбы чистым ксеноном делает их свечение искристо-белым, близким к дневному спектру. Улучшенная цветопередача повышает видимость дорожных знаков и препятствий на дороге.

Megalight Ultra +150 Tungsram при потребляемой мощности 60/55 Вт демонстрирует высочайшую производительность среди всех одобренных стандартами галогенных автомобильных ламп. Наличие же серий Megalight Ultra +120%, +90% и +50% позволяет подобрать предложение под любой кошелёк. Каждая из этих серий даёт заметное улучшение безопасности и комфорта по сравнению с любыми лампами сегмента «эконом».

Лампы серии Megalight Ultra отмечены рядом наград и рекомендаций авторитетных европейских автомобильных изданий. Так, Auto Express, британский автомобильный журнал с самым большим тиражом, назвал Megalight Ultra +130 от GE лучшей сменной лампой для передних фар в 2018 году. Из девяти протестированных ламп накаливания она единственная получила все пять звёзд. Auto Express провёл три различных теста, и Megalight Ultra +130 стала лидером в каждом из них. Испытания включили замеры освещённости на расстоянии 50 и 75 метров Затем был измерен световой поток, превышающий 20 люмен, чтобы получить оценку, не зависящую от положения лампы, а также было определена наиболее яркая зона освещённости.

Чешский автомобильный журнал и веб-сайт AutoBible отметил лампу Megalight Ultra +90 высокими оценками по результатам тестов See And Be Seen («Увидь и будь увиденным»), проведённых с целью определить лучшую по характеристикам сменную лампу из десяти вариантов. Megalight сравнивалась в пяти категориях и получила впечатляющие оценки, став первой в категориях светового потока и яркости и второй в категории дальности. Её охарактеризовали как «очень яркую» с чистым и равномерно распределённым лучом, простирающимся «очень далеко». Был сделан вывод, что лампа является «разумным выбором с отличным соотношением цены и эффективности». Тесты AutoBible проводились в соответствии с Регламентом ЕС ECE R 112, который определяет распределение интенсивности свечения передних фар с целью обеспечения надлежащей освещённости дороги и придорожной зоны без ослепления водителей встречных транспортных средств.

Линейка Sportlight. Вторая специальная линейка — Tungsram Sportlight, включающая лампы Sportlight Extreme, Sportlight Ultra и Sportlight. Лампа Tungsram Sportlight излучает интенсивный голубовато-белый свет, обеспечивая до 50% больше света на дороге. Спектр свечения лампы (цветовая температура 3700K) заметно белее, чем у стандартных ламп, и обеспечивает наилучшую видимость в зоне периферии. И, к тому же, смотрится более эффектно.

Tungsram Sportlight Ultra 4200K даёт до 30% больше света на дороге, при этом излучая молочно-белый свет, имитирующий спектр ксеноновых ламп (температура 4200K). Свет ламп также даёт улучшение видимости периферийной зоны, в том числе при плохих погодных условиях, что позволяет «видеть и быть увиденным» — таков девиз линейки Sportlight. При этом они полностью легальны и имеют сертификаты омологации автопроизводителей.

Лампы Sportlight Extreme 5000K — третье поколение популярной серии Sportlight, флагманская линейка со светоотдачей +40% и самой высокой цветовой температурой. Лампа выдаёт интенсивный холодный белый свет до 5000K, сравнимый со светом ксеноновых ламп. Лампа представлена, помимо типов H1, H4, H7 обязательных для всей линейки Sportlight, также в цоколе H11. Лампы рассчитаны на потребление 55 Вт при напряжении 12 В. Для цоколя H4 также выпускается 60-ваттная лампа.

Лампы с особыми свойствами. Естественно, в ассортименте Tungsram есть и стандартные автолампы, а также категории ламп со специфическими характеристиками. Как мы уже упоминали, есть серия Sportlight Extreem 5000K и Sportlight Ultra 4200K для любителей белого света. Серия Long Life предназначена для экономных водителей, передвигающихся в основном по улицам городов и освещенным трассам. Будучи примерно на 40% дороже стандартной, лампа отличается повышенной виброустойчивостью и прослужит втрое дольше.

Не забыли в Tungsram и о поклонниках истинного ксенона. Лампы Tungsram Xensation Megalight +100 обеспечивают удвоение освещённости дороги по сравнению со стандартными лампами. Данные лампы рассчитаны на потребляемую мощность 35 Вт и обеспечивают яркий белый свет в цветовой температуре до 5500 K. Лампы Xensation Megalight +100 доступны в цоколях D1S и D2S.

Производитель первой величины

Как и положено производителю первой величины и поставщику на первую комплектацию автомобилей, Tungsram выпускает лампы и для мотоциклов, и для грузовых автомобилей (полная информация на сайте www.automotive.tungsram.com). В каждой категории представлены как стандартные, так и улучшенные лампы. И во всех случаях производитель гарантирует, что покупатель получает продукт, созданный с применением самых передовых технологий в области автомобильного освещения. Ведь в лампах Tungsram соединились две более чем вековые традиции лидеров Старого и Нового Света.

MEYLE: комплект датчика ABS для осуществления точечной замены

Компания MEYLE представляет очередное эффективное и экономичное решение, соответствующее текущим потребностям рынка. Комплект датчика ABS, обладающий традиционно высоким качеством, характерным для продуктов линейки MEYLE-ORIGINAL, позволяет произвести точечную замену неисправного датчика ABS и импульсного кольца.

В настоящее время подобное решение предлагается исключительно компанией MEYLE. До недавнего времени при повреждении датчика ABS неисправным импульсным кольцом приходилось производить замену ступицы колеса в сборе. Подобный ремонт крайне затратен, причём как для автовладельца, так и для СТО. Комплект MEYLE, включающий датчик ABS, импульсное кольцо и монтажные материалы, решает эту проблему. В большинстве случаев ступица колеса остаётся полностью исправной, и её можно эксплуатировать дальше. Сейчас такое решение доступно для автомобилей Audi A3, VW Golf, VW Jetta, SEAT Altea и SEAT Leon. Импульсные кольца этих автомобилей, установленные на колёсных ступицах, можно заменить отдельно, используя ремонтный комплект MEYLE. Два новых наименования комплектов обеспечивают покрытие около 4 миллионов автомобилей в Европе.

Благодаря этому обновлению ассортимент электронных компонентов MEYLE пополнился высококачественными запасными частями, на которые могут положиться автовладельцы по всему миру. При расширении собственного продуктового портфолио компания MEYLE обращает внимание прежде всего на качество изделий и точность монтажа. «Мы как производитель автомобильных запасных частей хотим предлагать клиентам электронные компоненты, соответствующие нашим собственным высочайшим стандартам качества. Благодаря наличию всестороннего опыта в области создания компонентов для рынка послепродажного обслуживания автомобилей мы хорошо подготовлены к его грядущим изменениям и движению в сторону, например, электрической мобильности и автономного вождения — во многом поэтому мы уже сегодня расширяем и развиваем наш ассортимент в самых разных направлениях», — говорит Доминик Оверманн (Dominik Overmann), руководитель подразделения электронных компонентов и датчиков компании MEYLE. Все электронные компоненты MEYLE полностью соответствуют спецификациям автопроизводителей и пополняют ассортимент только после комплексной функциональной проверки, в рамках которой особое внимание уделяется качеству данных. Благодаря подробному изучению условий эксплуатации и параметров автомобиля, MEYLE гарантирует высокую точность монтажа — это ключевой фактор, обеспечивающий быструю и правильную идентификацию деталей на станции техобслуживания и минимизацию затрат, вызванных повторными обращениями. «Что касается непосредственно электроники, корректно собранная и должным образом обработанная информация является основой для правильного подбора деталей, подходящих для той или иной модели автомобиля, а также беспроблемного и органичного взаимодействия компонентов», — объясняет г-н Оверманн.

Подробнее: www.MEYLE.com

«Аляска» не подведет!

Каждый автовладелец старается найти для своей машины современный и качественный продукт по приемлемой цене. О таких продуктах сегодня и пойдет речь — охлаждающие жидкости «Аляска» за многолетнюю историю своего существования стали поистине народным товаром. Высокое качество и приемлемая цена сделали бренд «Аляска» популярным не только в России, но и в странах ближнего зарубежья.

Охлаждающая жидкость — незаменимая жидкость в современном автомобиле. Если раньше, в автомобиле прошлых поколений достаточно было охлаждать двигатель водопроводной водой, то требования, предъявляемые к рабочим жидкостям современных автомобилям намного строже: необходимо стабильное поддержание рабочей температуры двигателя. В жару тосол или антифриз защищает двигатель от перегрева, а в мороз препятствует замерзанию жидкости в двигателе и тем самым обеспечивает работоспособность даже при критически низких температурах. Вообще, температура замерзания является одним из основных показателей для охлаждающих жидкостей, вместе с тем немаловажную роль играет и пакет присадок, от которого зависит уровень антикоррозийной защиты и другие защитные свойства.

Тосол не хуже антифриза

На современном российском рынке представлены десятки брендов охлаждающих жидкостей отечественного и импортного производства. В этих условиях выбрать качественный и недорогой продукт непростая задача. Однако, российские автомобилисты научились выбирать продукты в лучшем соотношении «цена-качества». С каждым годом всё больше и больше автомобилистов отдают предпочтение тосолам «Аляска». Недаром эти охлаждающие жидкости стали почётными дипломантами конкурса «Сто лучших товаров России».

Линейка продуктов «Аляска» довольно широкая и тосол занимает значительную её часть. Среди основных продуктов выделяются три тосола по температурным диапазонам: «Аляска –30°С», «Аляска –40°С» и «Аляска –65°С». Каждый из продуктов рассчитан на определённую климатическую зону. Тосол «Аляска –30°С» — на южные районы, далее идёт средняя полоса, где критическая минусовая отметка достигает –40°С и третий продукт рассчитан на северные регионы, где температура может опускаться до –65°С.

Антифризы «Аляска» от «А до Я»

Все охлаждающие жидкости Аляска производятся на основе моноэтиленгликоля (кроме G13) и различаются пакетами присадок.

Антифризы принято подразделять на:

• **Неорганические** (это антифризы с обозначением G11). Ингибиторы коррозии образуют защитную плёнку на всей поверхности системы охлаждения, срок службы данных антифризов 3 года или 60 000 километров пробега автомобиля.

• **Антифризы органического типа** (идут под обозначением G12). Производятся на карбоксилатном пакете присадок и обладают улучшенными антикоррозионными свойствами, благодаря чему увеличен срок службы до 5 лет или 250 000 километров пробега.

• **Гибридные** (обозначаются G12+). Содержат кроме органических (карбоксилатных) присадок, также и неорганические.

• **Лобридные антифризы** (обычно они носят название G12++). Данная технология является продолжением гибридной технологии и отличается более совершенным пакетом присадок.

• **Охлаждающие жидкости класса G13**. Отличаются от G12++ тем, что произведены на экологически чистой полипропиленгликолевой основе.

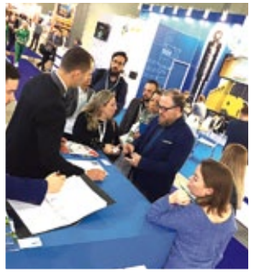
В линейке антифризов «Аляска», они представлены продуктами:

Antifreeze -40 G11 longlife;
Antifreeze G12+ longlife;
Antifreeze G13 longlife.

Производитель продукции «Аляска», особое внимание уделяет совершенствованию своих продуктов, поэтому качество охлаждающих жидкостей «Аляска» соответствует международным стандартам. Продукты востребованы не только в России, но и за рубежом. «Аляска» это современный продукт, по многим параметрам ничуть не уступающий импортным антифризам, а по ряду показателей даже превосходящий их.

Удачи на дорогах!

www.tosol-info.ru



Бразильские авто компоненты: знакомство со стоялось

Текст: Иван Зацепин

В сентябре с торговой миссией Россию посетила делегация представителей 14 бразильских предприятий по производству автокомпонентов для легкового автотранспорта, коммерческого грузового транспорта, автобусов и спецтехники. Бразильские производители автокомпонентов приезжали в нашу страну, чтобы установить деловые контакты с потенциальными российскими партнёрами, организовать деловое сотрудничество и продвижение продукции в России.

Миссия открылась 2 сентября семинаром, посвященным российскому автомобилестроению и развитию рынка автокомпонентов. Перед участниками торговой миссии выступил Макс Гутброд, старший партнёр компании Baker&McKenzie — одной из крупнейших и наиболее инновационных юридических фирм в регионе EMEA. Макс Гутброд представил бразильским участникам ключевые бизнес-возможности и вызовы в России. С комплексным отчётом о состоянии российского рынка автокомпонентов и перспективах его развития выступила Елена Лапина, руководитель специ-

В Бразилии насчитывается 31 сборочное предприятие по производству автотранспортных средств, сельскохозяйственной и дорожной техники. Крупнейшие мировые бренды, а также национальные компании представлены 65 производственными площадками в 52 городах, что обеспечивает стране 9 место по объёму производства автомобилей в мире

В состав Торговой миссии в Россию вошли бразильские компании: BRASLUX (светодиодные фонари), DTS PARACHOQUES / DPF AUTO PECAS LTDA (бамперы, молдинги), FREIOS FARJ INDUSTRIA E COMERCIO LTDA (ремкомплекты тормозной системы, ремкомплекты сцепления), MARINGA CYLINDER HEADS TECHNOLOGY (головки цилиндров для дизельных двигателей), METALMATRIX INDUSTRIA METALURGICA LTDA (хомуты для шлангов), METALURGICA RIOSULENSE S.A (направляющие, седла и толкатели клапанов, гильзы цилиндров), PROGERAL INDUSTRIA DE ARTEFATOS PLASTICOS LTDA (металлические хомуты, клещи), (SUSPENSYS) RANDON S/A IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES (системы подвески, оси), SCHADEK LTDA (водяные насосы, масляные насосы, топливные насосы), SAMPEL INDUSTRIA E COMERCIO DE PECAS AUTOMOTIVAS LTDA (втулки подвески, стабилизатора, опоры двигателя, коробки передач, опоры стойки, штоки стабилизатора), SBU - SOCIEDADE BRASILEIRA DE USINAGENS LTDA (фитинги для пневматических тормозных систем, быстроразъёмные соединения, переходники), TECNOMOTOR ELETRONICA DO BRASIL S/A (сканеры, оборудование для диагностики автомобиля), THOR AUTOMOTIVE COMPONENTS (компоненты системы подвески, компоненты тормозной системы), ZEN S/A INDUSTRIA METALURGICA (приводы стартера, шкивы генератора, втулки, шкивы обгонной муфты, планетарные механизмы)

альных проектов «АвтоИндустрия.рф» — отраслевого бизнес-издания, которое, по мнению организаторов миссии, является одним из самых важных источников информации в российской автомобильной промышленности. В рамках семинара состоялись выступления других специалистов, имеющих большой опыт работы в отрасли.

В тот же день участники миссии посетили Международную выставку автомобильной индустрии «ИнтерАвто-2019», где в рамках Международной конференции поставщиков приняли участие в работе круглого стола по развитию российско-бразильского сотрудничества. Участникам круглого стола с российской стороны были представлены цели торговой миссии и профили членов делегации.

3 сентября бразильские бизнесмены встретились со своими российскими коллегами в формате B2B. В переговорах приняли участие представители 30 российских компаний, а также 5 компаний из Беларуси и компании из Казахстана.

Бразилия входит в десятку крупнейших в мире стран производителей автомобилей и автозапчастей. Конкурентная позиция автомобильной промышленности Бразилии на мировом рынке обусловлена потенциалом страны в области исследований и разработок. Многие решения, разработанные бразильским инжинирингом, получили широкое распространение во всем мире, как, например, технология производства этанола

В этот день в рамках Торговой миссии было проведено 92 деловые встречи. Продукция, представленная бразильскими производителями, вызвала большой интерес со стороны потенциальных компаний-покупателей, а также российских бизнес-ассоциаций и государственных учреждений. Среди приглашенных компаний были и такие крупнейшие машиностроительные предприятия, как КАМАЗ и МАЗ, а также Хартунг, Шнейдер-ТЕХОМС, СЕВЗАПСПЕЦМАШ.

Также на мероприятии присутствовали представители таких компаний, как AD RUSSIA, TRUCK SERVICE KAZAKHSTAN, DUNFAN и многих других. Кроме того, представители бразильских компаний получили возможность встретиться и обсудить перспективы сотрудничества с Агентством регионального развития Калужской области и Правительством Калининградской области, в частности, по вопросу локализации бразильских производств на региональных площадках.

На следующий день бразильская делегация посетила с техническими визитами автомобильные заводы Mercedes-Benz Московия и Renault Россия. Последний день работы миссии был посвящён посещению крупнейшей торговой ярмарки COMTRANS, где российские и международные компании демонстрировали широкий спектр коммерческих автомобилей, сопутствующего оборудования и инструментов. Для бразильских гостей была организована экскурсия по экспозиции, а также проведены переговоры с отдельными компаниями, представленными на ярмарке.

Торговая миссия бразильских производителей автокомпонентов в Россию — часть программы BRASIL AUTO PARTS, которую реализуют Национальный синдикат производителей запчастей для автомобильной промышленности SINDIPECAS совместно с Агентством по развитию экспорта Бразилии и привлечению инвестиций (Apex Brasil). Цель программы — открыть международный рынок для бразильских компаний и продемонстрировать конкурентоспособность национальных производителей автозапчастей во всём мире. В этом году BRASIL AUTO PARTS была впервые реализована в России.

Основными целями Торговой миссии были поддержка и содействие продвижению бразильских компаний-производителей автозапчастей на российском рынке. Участники бразильской делегации считают, что торговая миссия предоставила хорошую возможность познакомиться с перспективным российским автомобильным рынком, встретиться с потенциальными партнёрами, обсудить перспективы сотрудничества и представить свою продукцию российским компаниям. Другими словами, знакомство состоялось. «АвтоИндустрия.рф» будет следить за развитием сотрудничества Бразилии и России в данной сфере.

Eberspächer: будет тепло

Запустить дизельный двигатель в 30-градусный мороз, переночевать зимой в кабине грузовика, с комфортом добраться до места назначения на микроавтобусе — все эти задачи можно легко решить с помощью специальных устройств, произведённых компанией Eberspächer. Подогреватели и автономные воздушные отопители — это то, что нужно водителям зимой в России.

Отличительная особенность российской зимы в том, что порой она испытывает на прочность нас и наши автомобили. Морозы при этом бывают достаточно крепкими, и к этому надо быть готовым — как частным автовладельцам, так и компаниям с собственным автопарком. Проблем, связанных с эксплуатацией транспортного средства в период низких и очень низких температур, достаточно, и вот некоторые их них.

В первую очередь, это непосредственно запуск двигателя. Особенно это актуально для коммерческого транспорта, на котором чаще используются дизельные двигатели, весьма чувствительные к низким температурам. Всевозможные «народные» способы запустить двигатель, «переночевавший» на морозе, лучше отправить в невозвратное прошлое. Но теплый бокс по-прежнему для многих остаётся только мечтой, да и дальние поездки никто не отменял. Постоянная работа двигателя в период стоянки приведёт к большому перерасходу топлива, что неизменно скажется на прибыли компании, имеющей большой парк машин.

Наиболее эффективный способ решения проблемы запуска промёрзшего двигателя это установка предпускового подогревателя, главная задача которого — прогреть двигатель перед запуском. Например, с помощью подогревателя Hydronic от немецкого производителя Eberspächer, принцип действия которого заключается в следующем. Топливно-воздушная смесь, поступив в камеру сгорания, воспламеняется от штифта накаливания. Отопитель, встроенный в систему охлаждения двигателя, нагревает холодный антифриз, прокачивая его через себя с помощью собственного жидкостного насоса. После этого ставшая горячей жидкость, проходя через двигатель, подогревает и его. Кроме того, можно подключить и обогрев салона. В этом случае, по достижении температуры охлаждающей жидкости в 35 градусов включается штатная климатическая система автомобиля, и тепло поступает в салон.

Hydronic S3

Через 30–40 минут (в зависимости от температуры воздуха на улице) двигатель прогревается до рабочей температуры и работает в соответствии с заводскими характеристиками. Безусловно, комфортные условия для водителя и плановый расход топлива — залог успеха для компании, которая в итоге работает бесперебойно, экономит на дорогостоящем ремонте двигателя и заботится о здоровье своих работников.

Следует отметить, что подогреватели бывают как дизельные, так и бензиновые. И хотя с подобными проблемами водители автомобилей с бензиновым двигателем сталкиваются реже, при температурах ниже –30°С такой подогреватель придётся очень кстати. Тем более что диапазон мощности «котлов» достаточно широк — от 4 до 35 кВт (например, для автобусов). В 2019 году компания Eberspächer выводит на рынок Hydronic S3 5,6кВт 24В, который подойдет для грузового транспорта и спецтехники.

Предпусковый подогреватель может работать также в режиме догревателя, то есть, работая при включенном двигателе, поддерживать температуру охлаждающей жидкости. Данная функция очень полезна для современных дизельных двигателей, имеющих довольно низкую теплоотдачу. На трассе такой двигатель быстро остывает и теряет обороты, а ресурсы штатной печки ограничены. С помощью функции догрева охлаждающей жидкости этот вопрос успешно решается.

Вторая проблема возникает в ситуации, когда водитель вынужден зимой ночевать в кабине своего автомобиля. Как мы уже знаем, работа двигателя на стоянке для обогрева салона — это крайне невыгодно для компании-владельца. Свои проблемы в этом плане имеются и у микроавтобусов. Салон требует качественного прогрева, иначе в зимнее время пассажиры будут мерзнуть. Штатная печка с такой задачей не справляется или справляется плохо.

Опытные владельцы микроавтобусов используют для этих целей автономные воздушные отопители типа Airtronic. С момента появления первых воздушных печек принцип их работы остался прежним. Отопитель устанавливается в салоне и, прогоняя через себя воздух, согревает его. «Печка» способна работать всю ночь, поскольку никак не связана с двигателем. Расход топлива не превышает 0,6 л/час, что гораздо меньше расхода топлива на холостом ходу. Мощность воздушных отопителей, в зависимости от модели, колеблется от 2 до 8 кВт. Управление и воздушными, и жидкостными отопителями осуществляется с помощью стационарных устройств управления, устанавливающихся на приборную панель, либо устройства дистанционного управления в виде брелока. Сейчас у компании имеются все виды управления, включая мобильное приложение.

Airtronic

Еще одной проблемой является «замерзание» топлива. При температурах воздуха ниже –10°С летняя солярка начинает забивать топливопровод парафином. Для борьбы с этим явлением компания Eberspächer разработала устройство Thermoline, которое представляет собой топливопровод с позисторным электроподогревом и устанавливается вместо штатного топливопровода. Thermoline исключает образование кристаллов парафина и промерзание топливной системы, надёжен и прост в эксплуатации. Этот полезный помощник в зимних рейсах способен снижать расход топлива на 7–10%, что делает его ещё и экономически выгодным. Не случайно ряд иностранных производителей спецтехники устанавливает Thermoline уже на конвейере.

Thermoline

Специалисты компании не рекомендуют устанавливать подогреватели и автономные воздушные отопители самостоятельно. Процесс установки достаточно сложен, и даже работник автосервиса обязан иметь фирменный сертификат о прохождении обучения. Установка же неподготовленным специалистом может привести к порче самого отопителя и к проблемам с автомобилем. Список сертифицированных сервисных центров можно найти на сайте производителя.

Брошенные без пошлин

Российские власти отказались компенсировать ввозные пошлины на автокомпоненты автопроизводителям.

Эпоха промсборки подходит к концу, меняются правила взаимодействия государства и автопроизводителей. В 2018 г. по условиям вступления России в ВТО режим промсборки де-факто был прекращён, соответственно, были отменены льготные ставки на ввоз автокомпонентов. Власти продолжали компенсировать расходы по ввозу автокомпонентов, субсидируя автопроизводителей в течение одного месяца. За это время было компенсировано 85% от того, что требовалось концернам. И на 2019 год компенсации продолжены не были.

Деньги, выделенные на поддержку автопрома в начале 2019 года закончились ещё в мае, но авторынок за это время не выправился, продажи автомобилей сокращались. Автоконцерны продолжали надеяться на помощь государства, так как, по их мнению, власти не до конца выплатили субсидии: с декабря 2018 г. «недостача» компенсаций достигла 5,9 млрд руб., а ведь на эти деньги концерны рассчитывали, внесли их в свои планы.

Автопроизводители подготовили письмо премьеру Дмитрию Медведеву, с просьбой о полном возмещении пошлин. Помимо того, что без компенсаций проблематично будет выполнить обязательства по специнвестконтрактам (СПИК), утверждали авторы письма, речь идёт ещё о том, что действия программы господдержки должны быть распространены на держателей СПИК, если они выполнили обязательства по промсборке. Иначе они будут в неравных условиях с теми, кто работает ещё по контрактам просмборки (последние контракты закончатся в 2020 г.).

Письмо подписали руководители ГАЗа, АвтоВАЗа, КАМАЗа, российских отделений Nissan, Renault, Hyundai, Volkswagen. Но несмотря на это, судьбу этого письма, конечно, предсказать было легко.

Дмитрий Козак, вице-премьер РФ: «Бизнес должен работать над своей эффективностью самостоятельно».

Довольно быстро автопроизводители поняли, что никто ничего им компенсировать в этом году не будет и решили переложить тяжесть финансовых проблем на плечи потребителей, начав поднимать цены на автомобили.

27 сентября у автопроизводителей возникла надежда на некоторое ослабление позиции властей, так как глава Минпромторга РФ Денис Мантуров заявил: «Будем думать. Мы заинтересованы в развитии. Будем искать тонкую компромиссную позицию, чтобы всем было выгодно. Нам нужно решить задачу. По-любому мы сделаем переходный период в части объёма субсидий, чтобы всем было комфортно».

28 сентября надежда умерла, так как вице-премьер Дмитрий Козак заявил: «Мы исходим из того, что наши обязательства по компенсации таможенных пошлин истекают с момента истечения договоров о промсборке, последние истекают в 2020 году, и больше компенсации такой не будет. Сегодня уже поступления от этих пошлин заложены в параметры бюджета 2020, 2021 и 2022 годов. Сегодня был дан внятный ответ (на просьбы автопроизводителей о компенсациях — АИ)».

Козак также заметил: «Бизнес должен работать над своей эффективностью самостоятельно, в пределах тех правил, которые установлены государством».

Каким образом автопроизводители будут «работать над эффективностью самостоятельно»? Можно предположить, что будут повышены цены на автомобили, и это будет сильно заметно после истечения всех контрактов промсборки, в 2020 году. Возможно, кто-то из автопроизводителей будет снижать локализацию, если окажется, что ввоз импортных комплектующих без льгот выгоднее производства их в России. По крайней мере, интересно будет посмотреть, действительно ли власти так уж сильно помогали автопроизводителям.

ai рекомендует

Десять причин выбрать аккумуляторы АКОМ

Во времена дефицита всего и вся, проблемы выбора не существовало. Добыл нужную вещь — и радуешься. Сейчас всё наоборот: в магазинах изобилие товара, предложение явно идёт впереди спроса. Что выбрать потребителю из этого безумного разнообразия? Как не потратить деньги впустую?

Вот, например, автомобильные аккумуляторы. Вещь не самая дешёвая, но очень важная (с плохим аккумулятором — не езда). Приобретается надолго, а уж сколько их сегодня предлагают… Как выбрать и не ошибиться? Лучший товар — от крупного, надежного, известного производителя. А кто в России самый крупный производитель аккумуляторных батарей? Давайте разбираться.

1 АКОМ — крупнейший производитель аккумуляторных батарей в России. Предприятие, с 2001 года выпустило и реализовало более 20 млн аккумуляторов. Возможно ли это сегодня, на переполненном рынке? Конечно возможно, но при условии высокого качества и разумной ценовой политики. Однажды купив доступный и надёжный товар, потребитель вернётся к нему снова и другим посоветует. Это ли не лучшая реклама?

2 АКОМ — поставщик крупнейших отечественных автопроизводителей. Аккумуляторы АКОМ можно увидеть под капотом автомобилей производства АвтоВАЗ, Рено и Ниссан Россия, Форд, УАЗ, МАЗ, Джи-Эм АвтоВАЗ и других. Как известно, мировые автопроизводители подбирают комплектующие для своих автомобилей особо тщательно. Никто не хочет испортить имидж своего товара низким качеством деталей. Поставка аккумуляторов на сборочный конвейер автозавода — серьёзный экзамен, который АКОМ сдавал не единожды. А значит, простому автолюбителю бояться нечего, качество АКОМ выше всяких похвал.

3 АКОМ — лидер российского аккумуляторного рынка. Сегодня более 40% аккумуляторных батарей, поступающих на комплектацию новых автомобилей, производит АКОМ. Каждый четвёртый аккумулятор, установленный на автомобилях в России — аккумулятор АКОМ. По итогам 2018 года доля компании на розничном рынке превышает 15%, а по объёмам производства более 32% и продолжает стремительно расти каждый год. В планах предприятия — рост розничной доли и выход на новые зарубежные рынки. И не куда-нибудь, а в Европу.

4 АКОМ — это широкая линейка аккумуляторов. Причём, не только для легковых автомобилей, но и для коммерческого транспорта, грузовиков, как лёгких, так и тяжёлых, автобусов и специальной техники. Под маркой АКОМ представлены батареи ёмкостью от 55 до 190 Ач с прямой и обратной полярностью. АКОМ, АКОМ+EFB, АКОМ ASIA, АКОМ LB, ULTIMATUM AGM, Reactor, Bravo, Русбат, Русбат+, Жигулевский Аккумулятор — всё это марки завода АКОМ. Таким образом, в линейке АКОМ можно найти аккумулятор практически для любого транспортного средства.

5 АКОМ — это линейка аккумуляторов, изготовленных по современной кальциевой технологии. В отличие от сурьмянистых батарей, они имеют больший срок службы и лучше переносят высокие нагрузки. И цена их при этом остается низкой. Гарантия на аккумуляторы АКОМ — до 4 лет. Кстати, «кальций» — не вершина производственных возможностей. Предприятие выпускает и аккумуляторы по самой современной EFB и AGM технологиям. В ближайших планах выпуск аккумуляторов с технологией GEL. Но это другая история.

6 АКОМ использует современные и надёжные зарубежные технологии. Тем, кто считает, что за рубежом всё делают лучше, сообщаем, что АКОМ успешно сотрудничал с производителем известных батарей Varta и Bosch.

7 АКОМ — это полный цикл производства батарей. В структуру «Группы компаний АКОМ» входят металлургическое производство «АКОМ ИНВЕСТ», разработкой инновационных технологий занимается «Аккумулятор Инноваций», аккумуляторное производство осуществляет завод «АКОМ», а «Торговый дом АКОМ», осуществляет продажи продукции АКОМ и обеспечивает маркетинговую поддержку.

8 АКОМ — это сертифицированное производство. Управление качеством — сложная наука. Не будем утомлять читателей номерами и стандартами. Скажем только, что все необходимые международные сертификаты качества предприятие имеет, в том числе, и высшие оценки качества от мировых автопроизводителей. Многоступенчатая система контроля качества продукции и сертификация полностью исключают брак. Некондиционный товар удаляется с производственной линии автоматически. К тому же, за годы работы АКОМ получил высшие награды и премии в области качества, а также возглавляет рейтинги аккумуляторных батарей в России.

9 АКОМ — это тотальный контроль качества. Чтобы бороться с браком, его нужно выявлять. Поэтому каждая батарея АКОМ за цикл своего производства проходит 46 проверок на 7 постах по 280 показателям. Тут и герметичность корпуса, и отсутствие короткого замыкания, и качество сварки пластин, и соответствие заявленным параметрам на этикетке и многое другое. Также, в распоряжении АКОМ своя, не имеющая аналогов в России, лаборатория, которая проводит различного уровня тестирование выпускаемой продукции и исследование других марок аккумуляторов.

10 АКОМ удобно покупать. Ведь это не только производственное подразделение, но и торговая компания. Дилерская сеть АКОМ насчитывает более 60 партнёров в различных городах России, странах СНГ, а также в ближнем зарубежье. А это значит, что получить квалифицированную консультацию и приобрести аккумулятор завода «АКОМ» можно практически во всех городах России. А в случае необходимости, обратиться за качественным сервисом.

Итак, АКОМ — крупнейший российский производитель аккумуляторных батарей. Имеет производство полного цикла и даже собственное производство по переработке свинца. Поставляет батареи на конвейеры крупнейших российских автомобильных заводов, контролирует качество выпускаемых аккумуляторов на соответствие европейским стандартам. Выпускает аккумуляторы с применением современных технологий и оценкой качества, наконец, к вашим услугам — крупнейшая сбытовая сеть, охватывающая все регионы России и страны СНГ.

Йорг Шрайбер, председатель Комитета автопроизводителей АЕБ: «Продажи в октябре оказались ниже прошлогодних. Конечно, это не то направление, которое хотят видеть в индустрии, но сейчас трудно сказать, откуда могут прийти изменения к лучшему в ближайшее время».

АЕБ: рынок падает, что остановит падение – неизвестно

Текст: Василий Пражек

В Ассоциации Европейского бизнеса подсчитали итоги продаж легковых автомобилей и LCV за октябрь и за период с январь по октябрь 2019 года. Результаты оказались негативными, хотя и предсказуемыми: авторынок падает, темпы сокращения продаж растут.

Не для всех автопроизводителей десять месяцев года были пессимистичными. Несколько брендов показали выдающийся процентный прирост продаж.

Например, продажи Haval подскочили на 289%, а Geely на 213%. Успехи китайских автомобилей Haval связаны с запуском завода в Тульской области, в индустриальном парке «Узловая», официально в июне текущего года, реально — ещё раньше. Китайский производитель планировал реализовать 15 тыс. автомобилей в этом году, пока продано около 9 тысяч.

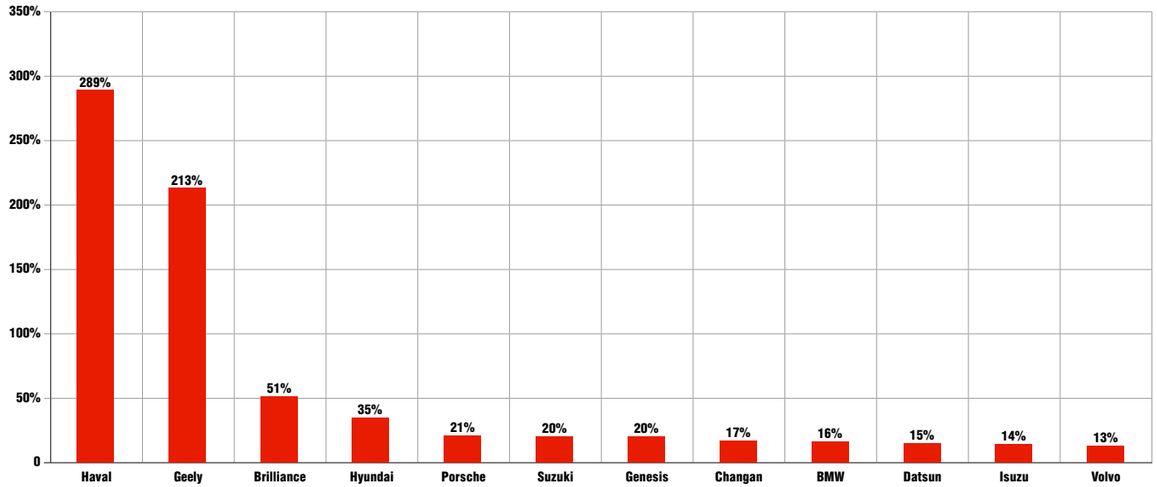
Высокие показатели роста продаж Geely объясняют интересом потребителей к 1,8-литровой версии модели Geely Atlas, которая начала реализовываться в России в этом году. На эту модель приходится около 80% продаж бренда Geely.

На 51% выросли продажи бренда Brilliance, что связывается с выходом на российский рынок модели V3. Впрочем, автомобили этой марки продаются в небольшом количестве.

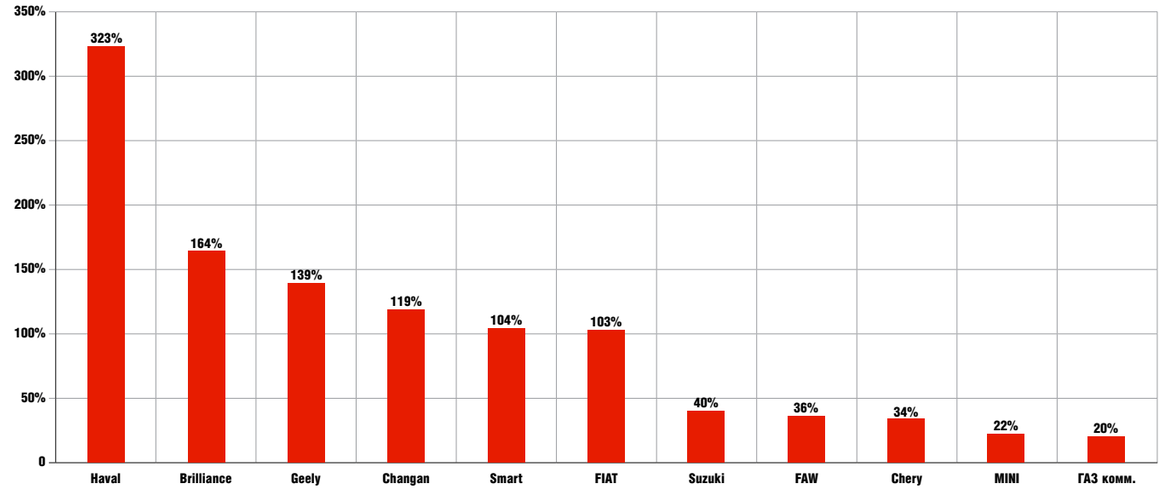
Также, по данным АЕБ, существенно выросли продажи коммерческих автомобилей Hyundai и поднялись продажи Ford в той же категории.

Но в целом, можно увидеть, что с января по сентябрь наблюдался рост продаж марок, которые погоды на рынке не делают. Но их можно рассматривать как пример того, что и на падающем рынке можно достигать хороших результатов.

Топ брендов легковых а/м и LCV по росту продаж в январе-октябре 2019 к АППГ, %, по данным АЕБ (здесь и далее)



Топ брендов легковых а/м и LCV по росту продаж в октябре 2019 г. к АППГ, %



Haval стоит отметить особо, — не каждый автопроизводитель решится начать выпуск автомобилей, когда рынок явно стремится к упадку.

В октябре положительную динамику показали те же бренды, что и за 10 месяцев, в авангарде роста всё те же китайские марки и несколько брендов, с относительно небольшими объёмами продаж.

Но отметить стоит рост продаж автомобилей ГАЗ на 20% (общий объём продаж за октябрь 6530 ед., за январь-октябрь 48952 ед.). На падающем рынке это выглядит оптимистично, хотя и непонятно, чем обусловлено. В любом случае, неплохое подспорье для предприятия, которое уже многие месяцы живёт в ожидании усиления санкционного давления.

Но даже ГАЗ не смог удержать негативную динамику октября, в этот месяц российский авторынок пал на 5,2% по сравнению с прошлогодними показателями: общий объём продаж новых легковых автомобилей и LCV составил 152057 ед. Снижение авторынка за период с января по октябрь было не таким пугающим, «всего» 2,4%, до 1423449 ед.

Античемпионы

Продажи большинства брендов с января по октябрь и в октябре падали. Но и в этом направлении были свои рекордсмены.

С января по октябрь жуткому разгрому на российском рынке подверглись SsangYong, коммерческие модели Mercedes Benz, Lifan и ещё 12 брендов, чьи потери были более 20% к показателям аналогичного периода предыдущего года. В основном высокие темпы падения были обусловлены и без того низкими продажами этих машин.

Однако некоторые марки удивили. За десять месяцев прошлого года продажи коммерческого автотранспорта Mercedes Benz достигали 5311 ед., за тот же период этого года объём продаж упал до 1232 ед.

Lifan за 10 месяцев прошлого года реализовал для российского рынка 12677 ед., за тот же период текущего года реализовано всего 3693 ед.

Продажи Ford, по всей видимости, определены сворачиванием присутствия в России, поэтому объём продаж легковых машин американской марки составлял с января по октябрь прошлого года 33732 ед., а за тот же период текущего года 17401 ед., в то время как объём продаж LCV Ford вырос на 9,5%.

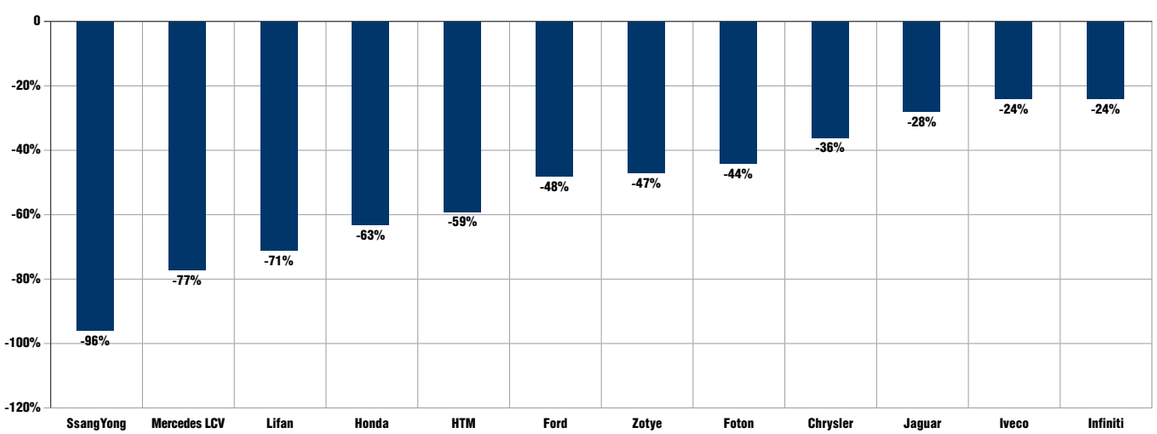
Существенно сократились продажи Nissan, с 65040 ед. за январь–октябрь 2018 г. до 51506 ед. за десять месяцев текущего года. Но обрушение продаж этого бренда было ещё сильнее, на 60%, с 7094 ед. в октябре прошлого года до 2832 ед. в октябре текущего.

Октябрь вообще для перечисленных брендов и ряда других был сокрушительным, всего 12 брендов сократили продажи больше, чем на 30% к показателям октября 2018 года.

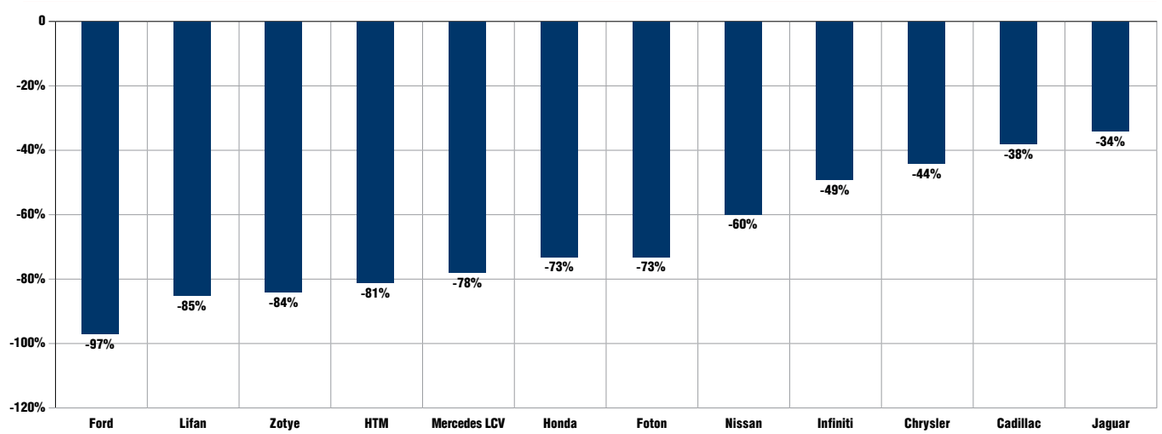
Продажи Ford упали на 97%, что является антирекордом года: в октябре 2018 года было реализовано 3367 ед., в октябре текущего года только 107 ед.

Вопрос в том, что показывает резкая отрицательная динамика большинства указанных брендов. С одной стороны, некоторые из них сократили продажи из-за внутренних корпоративных проблем. Но с другой стороны, это может быть проявлением более масштаб-

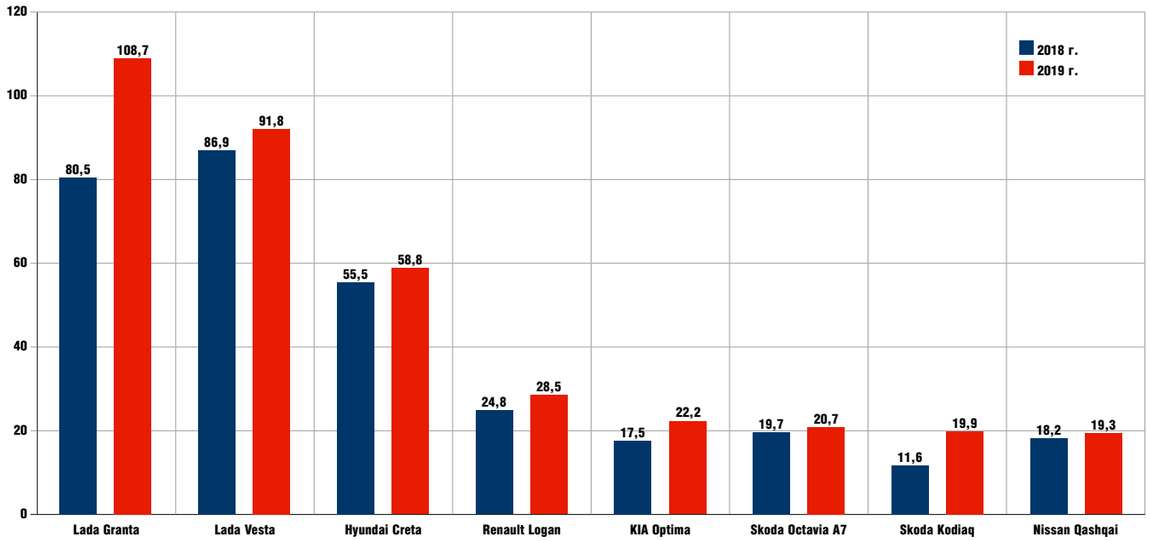
Топ брендов легковых а/м и LCV по сокращению продаж в январе-октябре 2019 г. к АППГ, %



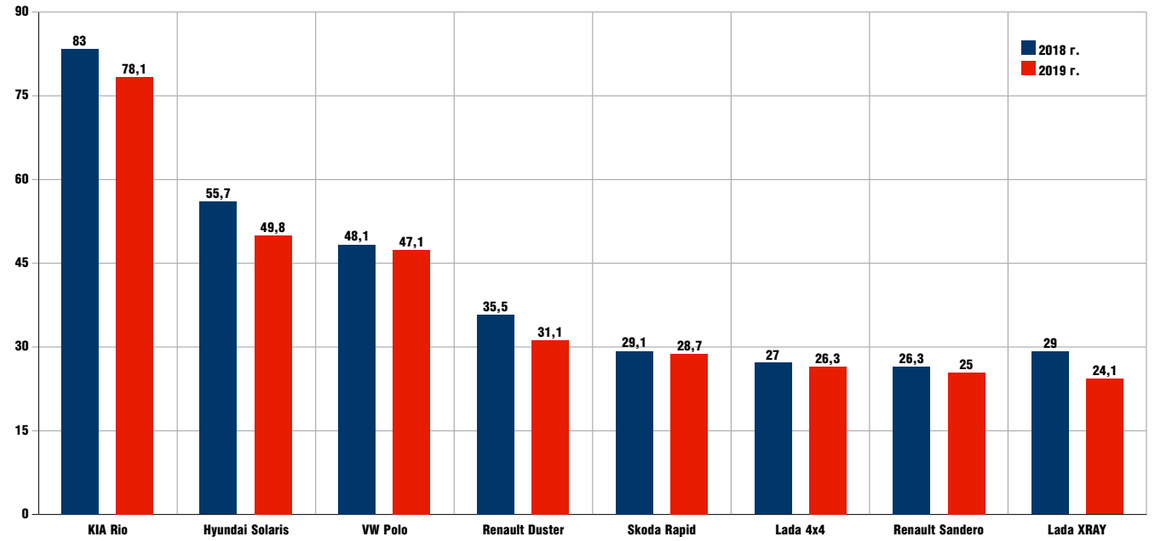
Топ брендов легковых а/м и LCV по падению продаж в октябре 2019 к АППГ, %



Наиболее продаваемые модели с января по октябрь 2019 г. к АППГ, тыс. ед.



Модели, показавшие сокращение продаж с января по октябрь 2019 г. к АППГ, тыс. ед.



ной негативной тенденции, которая сейчас находится в начале развития и пока с рынка уходят не самые крупные игроки. Если это так, то есть вероятность, что большие показатели сокращения продаж перекинутся и на бренды, формирующие российский авторынок.

Основной состав

Наиболее крупные игроки, определяющие характер российского авторынка не показали выдающейся динамики. Нельзя сказать, что их продажи упали очень сильно, но этого хватило, чтобы вогнать рынок в стагнацию.

При этом флагман российского авторынка АвтоВАЗ с января по октябрь не только не сократил, а увеличил продажи автомобилей марки Lada, правда, на 1%. На тот же показатель увеличились продажи Renault и Volkswagen. Практически неизменными остались в рассматриваемый период показатели продаж KIA и Hyundai.

Зато позитивной динамикой отметились Skoda, чьи продажи увеличились на 8%, с 65087 ед. до 70386 ед., Mercedes-Benz (+7%, 33419 ед.) и BMW (+16, до 33936 ед.).

Несущественно снизились показатели продаж Audi (на 1%, от 12925 ед. до 12849 ед.). Из других крупнейших участников рынка довольно заметно сократились продажи Toyota (на 5%), Mitsubishi (на 9%), Mazda (на 3%), Lexus (на 11%). Показатели уже упоминавшихся Nissan и Chevrolet уменьшились более чем на 20% к АППГ.

В октябре динамика продаж крупнейших игроков была противоречивой, но в конечном итоге отрицательной. В частности, существенно (с учётом значимости этих корпораций для авторынка), на 6%, сократились продажи Lada, до 30237 ед. KIA (на 4%, до 20141 ед.), Volkswagen (на 7%, до 9253 ед.), Toyota (на 6%, до 7887 ед.).

Сокращение продаж следующих значимых для российского рынка брендов было более масштабным: Mitsubishi ушли в минус на 17%, до 3528 ед., Datsun (–18%, до 1751 ед.).

Но при этом в октябре выросли продажи таких автомобилей, как Renault (+12%, 13670 ед.), Skoda (+17%, 8903 ед.), Mercedes-Benz (+15%, 3787 ед.), Lexus (+11%, 1927 ед.). Но они не смогли переломить тенденцию, хотя и показали, что ситуация на авторынке сложилась пока не безнадежная.

Доли и марки

В период с января по октябрь 2019 года группа АвтоВАЗ-Renault-Nissan-Mitsubishi суммарно реализовала 52235 ед., что на 1,9% меньше, чем за аналогичный период прошлого года, из-за чего доля группы на рынке немного сократилась с 36,1% до 36,2%, однако за октябрь продажи группы сократились уже на 10%, и, соответственно, уменьшилась доля, с 36,2% до 34,4%.

В рамках группы серьёзные «потери» понёс Nissan, сокративший долю с 4,5% до 3,6%. Renault, напротив, в рассматриваемый период увеличил долю на рынке с 7,9% до 8,2%. Аналогичные тенденции были характерны и для октября.

Volkswagen с января по октябрь 2019 года увеличил долю на российском авторынке, с 11,6% до 12,3%, что отражает более положительную динамику продаж автомобилей бренда. Немного увеличили доли на рынке также KIA и BMW. GM Group, Toyota Group и Mercedes-Benz, напротив, уменьшили.

Обращает на себя внимание незначительное количество моделей, которые показали прирост продаж с января по октябрь. В основном, те же модели были наиболее востребованными и в октябре.

В то же время модели-антигерои рейтинга показали обескураживающее сокращение продаж. И их было больше, чем успешных моделей, что и отразилось на итоговых показателях 10-ти месяцев. Примерно те же модели показали сходные тенденции и в октябре 2019 года.

Тренды близкие и далекие

В этом году российский авторынок «придавили» рост НДС, увеличение цен на продукцию и топливо, продолжающиеся сокращение доходов населения, санкционное давление, колебания курса рубля к основным валютам.

Автопроизводители вынуждены реагировать, и их реакция только углубляет падение авторынка: стоимость новых автомобилей за последние пару лет выросла в среднем на 13%, в этом году цены вынуждены были поднять практически все бренды. Подсчитано, что на современном рынке продажа автомобиля стоимостью 1,5 млн рублей, который произведён здесь же, приносит не более 3% прибыли. У автопроизводителей просто нет выбора, особенно, в условиях, когда помощь со стороны государства ослабевает. Попытки некоторых производителей смягчить повышение цен временными акциями, — спецпредложениями и тому подобным, — влияния на рынок не оказывают.

Россияне отвечают тем, что не спешат покупать новые автомобили, а продолжают пользоваться старыми. Средний возраст автомобиля в России приближается к 15 годам, подержанных автомобилей покупается чуть ли не в пять раз больше, чем новых. Эта тенденция только усиливается: до кризиса на каждый новый автомобиль продавалось два подержанных, в настоящее время на каждый новый автомобиль приходится 3–4 подержанных. У россиян нет денег на новые автомобили, а если и есть, то они не спешат с ними расставаться, так как уверенности в будущем нет.

Но кроме специфических российских проблем, которые рано или поздно закончатся, есть ещё глобальные тенденции, которые заставляют сомневаться в том, что даже, например, после отмены санкций продажи автомобилей вернуться к высоким значениям.

Авторынки других регионов находятся не в лучшем положении, чем российский. Падает самый большой в мире китайский авторынок — в сентябре на 6% к АППГ, американский авторынок — в сентябре ушел в минус на 11%, весь год падал рынок ЕС, в сентябре он вырос на 14,4%, однако это сказывается эффект низкой базы после законодательных приключений 2018 года и дальше ожидается снова сокращение.

Мировой авторынок трансформируется под давлением ужесточения требований к экологичности, развитием гибридов и электрокаров и автономных автомобилей — автомобильный мир меняется на наших глазах. Также усиливается влияние новых форм владения автомобилем, таких, как каршеринг, которые избавляют потребителей от необходимости владеть автомобилем и нести все связанные с этим расходы, но позволяют пользоваться всеми преимуществами автомобилей по-прежнему.

В России эти тенденции проявляются слабее, чем в развитых странах, но проблема в том, что неизвестно, сколько ещё продлится экономический кризис в стране. Если, по традиции, проблема затянется на десятилетия, то есть все шансы на то, что после окончания этого кризиса российский рынок не будет уже таким привлекательным, изменившаяся глобальная потребительская модель не позволит восстановиться авторынку в прежних объёмах. ai

Norauto:
что французу хорошо, то русскому не обязательно

Norauto принадлежит французской группе Mobivia, которая является одной из крупнейших компаний на европейском рынке обслуживания. Выручка Группы превышает 3 млрд евро в год.

Сеть автосервисов Norauto ушла из России

Суть концепции автосервисов Norauto в том, что автомобиль ставят на обслуживание, когда приезжают за покупками в магазин: автомобиль находится в сервисе, клиент возвращается из магазина и забирает его.

Информация о том, что Mobivia будет строить в России столь специфический бизнес, появилась еще 11 лет назад. Реализация проекта осуществлялась совместно с продуктовыми гипермаркетами «Ашан».

Mobivia планировала открыть в России десять автосервисов такого формата и готова была инвестировать в проект 20 млн евро. Первый объект бренда «Норавто» был открыт в 2011 году в Климовске. В 2013 году был открыт комплекс в Ногинске.

Сервисы Norauto открывались около магазинов товаров для дома и ремонта Leroy Merlin, которые принадлежат французскому клану Мюлье, как и Mobivia (и как продуктовая сеть «Ашан»).

Но, как стало известно недавно, компания Mobivia отказалась от планов продолжения развития строительства в России сети автосервисов с магазинами Norauto. Уже в июне часть земельных и торговых активов компании выкупила сеть магазинов автозапчастей «Кэмп». По информации РБК, на удобно расположенные участки Norauto претендовали многие компании, «Кэмп» приобрела автотехцентры в расчёте, что они окупятся за 7–8 лет.

Среди причин ухода Norauto называются слабая динамика авторынка, избыток бюрократических проволочек, связанных с оформлением недвижимости, трудности работы на российском рынке компаний, которые пытаются работать по закону в условиях, когда в индустрии обслуживания велика доля серого рынка.

Можно уверенно предположить, что главным фактором ухода Norauto из России был именно последний фактор. На фоне неустойчивого, вновь снижающегося авторынка и невысокой покупательной способности, потребители предпочитают обслуживать автомобили в «гаражном сервисе» или самостоятельно, так как это намного дешевле.

В настоящее время, согласно данным АА «Автостат», доля официальных дилеров на рынке автосервиса составляет 17%, 31% приходится на долю независимых СТО. Остальное, то есть 52% рынка автосервисных услуг, занимает частный сектор. Поскольку никаких сигналов к оживлению экономики, авторынка и рынка автосервисных услуг не наблюдается, то решение Norauto покинуть российский рынок представляется вполне логичным. ai

В рамках юбилейной выставки будет организовано более 50 дополнительных мероприятий, многие из которых, как ожидается, продемонстрируют последние новинки отрасли. Одни из самых ожидаемых событий года — Международный симпозиум по кузовной промышленности (IBIS) China 2019, конференция Connected Mobility Conference, саммит Service & Mobility Summit и Китайская международная конференция по шинной промышленности

«Автомеханика Шан хай». Выйти за рамки

С 3 по 6 декабря 2019 года в Китае пройдёт юбилейная, 15-я Международная выставка «Автомеханика Шанхай». Каждый год организаторы одной из главных автомобильных ярмарок в Азии стремятся исследовать различные тенденции и способствовать расширению круга участников. Мероприятия в рамках выставки направлены на развитие торговли, расширение сети и развитие бизнеса, поэтому компании всё чаще включают участие в выставке «Автомеханика Шанхай» в свои стратегические планы развития.

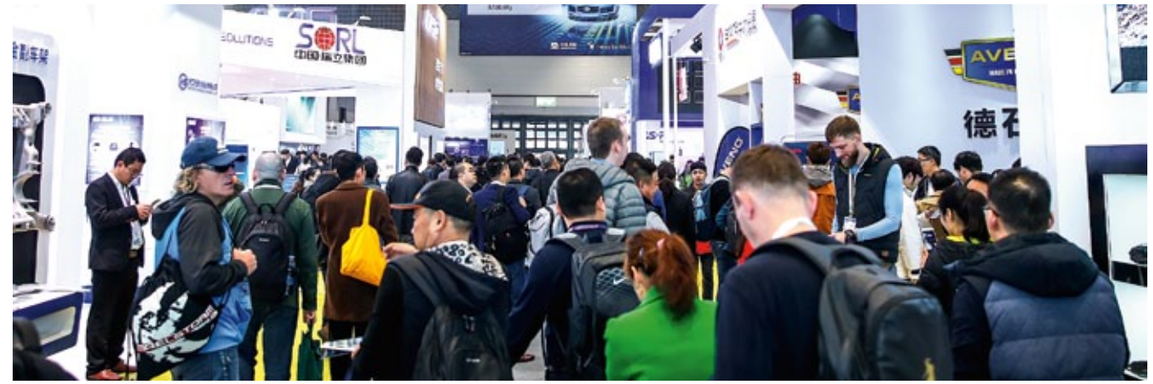
В этом году выставка соберёт 6 300 участников со всего мира. В ней традиционно будут участвовать компании Aisin, Blue-Point, Bosch, Brembo, Carzone, Continental Automotive, ContiTech, Delphi, DENSO, EURO REPAR, FAWER, Launch, Magneti Marelli, MAXIMA, MOTUL, SAIC MOTOR, Valeo, Walker and Wanan. К постоянным участникам на этот раз присоединятся Bangbang, CATARC, CELETTE, CSIC, DOUBLE COIN, Huasheng, Knorr-Bremse, Sinopec Lubricant and SUNFULL. С добавлением ещё одного зала выставка будет охватывать в общей сложности 360 000 кв. м пространства в Национальном Выставочном зале и конференц-центре.

На выставке планируется уделить большое внимание вопросам развития более вертикальной и горизонтальной интеграции по всей цепочке поставок, освещению перспективных инструментов и технологий, меняющих автомобильный рынок. Юбилейная выставка направлена также на расширение участия в ней финансовых и инвестиционных структур, стартапов, научно-исследовательских институтов, привлечение и развитие талантов. Организаторы уверены, что новые факторы притяжения будут способствовать более успешному проведению важных международных мероприятий, переговорам о сотрудничестве, запускам продуктов и многим другим встречам между бизнесменами, политиками и общественными деятелями.

Организатор выставки — компания Messe Frankfurt (www.messefrankfurt.com), которая

эффективно обслуживает деловые интересы своих клиентов, гарантируя неизменно высокое качество и гибкость при планировании, организации и проведении своих мероприятий. Широкий спектр услуг компании включает в себя аренду выставочных площадок, строительство и маркетинг торговых ярмарок, кадровое и продовольственное обслуживание. Организатор «Автомеханики Шанхай» с китайской стороны — компания Sinomachint (www.sinomachint.com), имеющая многолетний опыт проведения международных выставок и являющаяся одной из самых авторитетных организаций в Китае в данной сфере. Общая площадь выставок, которые Sinomachint каждый год организует самостоятельно или совместно с партнёрами, превышает 3 миллиона квадратных метров.

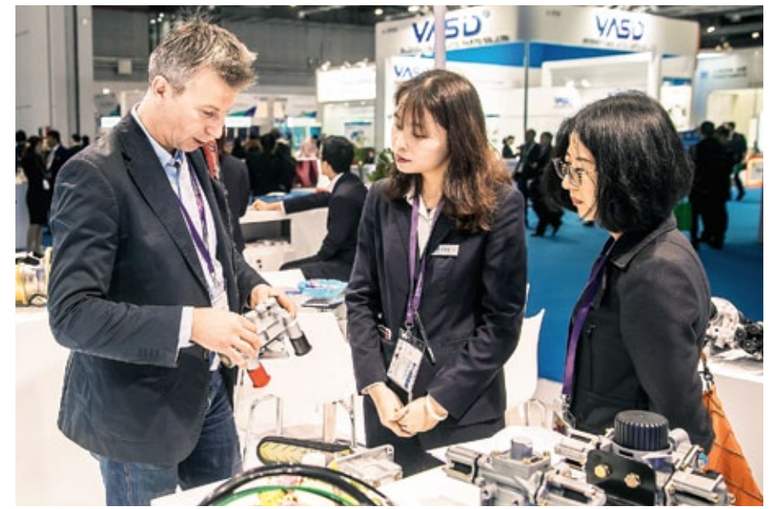
Многолетний опыт и перспективы развития одной из главных автомобильных ярмарок в Азии обсуждались 2 сентября в Шанхайском отеле Bellagio. В мероприятии приняли участие более 180 лидеров отрасли, организаторов, давних сторонников и партнёров выставки, представителей СМИ. На этой торжественной встрече, посвященной юбилею выставки, была раскрыта её дорожная карта. Как отметила г-жа Фиона Чиу, заместитель генерального директора Messe Frankfurt (HK) Ltd, за прошедшие годы растущая платформа «Автомеханики Шанхай» вышла за рамки традиционной торговой ярмарки, поскольку она смотрит в будущее, охватывая автомобильную экосистему со всех сторон. Одной из основных целей выставки является её устойчивое развитие. Каждый год организаторы стремятся исследовать различные тенденции и способствовать расширению круга своих участников. Мероприятия в рамках



выставки направлены на развитие торговли, расширение сети и развитие бизнеса, поэтому компании всё чаще включают участие в выставке «Автомеханика Шанхай» в свои стратегические планы развития.

Как отмечают участники выставки, «Автомеханика Шанхай» даёт возможность своим экспонентам подключаться к мировому рынку, ярмарка выступает в качестве шлюза для таких предприятий. Из года в год, как отечественные, так и зарубежные участники выставки стремятся расширить свои экспозиции. По мнению г-на Сян Юхэн, генерального директора GSP Automotive Group Wenzhou Co Ltd, «Автомеханика Шанхай» стала ключевым драйвером для роста промышленности, сотрудничества и технологического развития.

Г-н Джонсон Шен, главный представитель Шанхайского офиса Hitachi Automotive Systems Espelkamp GmbH, в свою очередь заявил: «Я всегда был активным посетителем выставки, поскольку это отличная платформа для налаживания новых связей и продвижения моего бизнеса. С годами стало ясно, что шанхайская выставка стала ещё более ориентированной на бизнес, благодаря предложениям по всему выставочному залу и периферийным событиям. Я всегда мог найти новых партнёров, а также продукты, услуги и технологии, которые отвечают моим потребностям конечного пользователя. Я твёрдо верю, что предстоящая выставка откроет новые возможности по всем направлениям». ai



ai Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

тема номера 14

Рынок автомобильных ламп: стабильность и галоген

бизнес-кейс 26

ОАО «Руденск»: флагман белорусской светотехники

Новый восход Tungsram 30

бизнес-миссия 40

Бразильские автокомпоненты: знакомство состоялось

тенденции 50

АЕБ: рынок падает, что остановит падение — неизвестно

событие 58

«Автомеханика Шанхай». Выйти за рамки

Отраслевой бизнес журнал «Автоиндустрия» (+16)

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации СМИ ПИ №ФС77-69279 от 29.03.2017 г., ПИ №ФС77-21113 от 20.05.2005 г.

Учредитель и издатель: **ООО «Дюран Медиа Групп»**

Главный редактор: **Елена Павелко**

Обозреватели: **Евгений Новожилов, Василий Пражек, Елена Лапина, Ольга Васильева, Алексей Морозов, Игорь Бек, Валерия Королёва, Иван Зацепин, Олег Брянский**

Руководитель специальных проектов: **Елена Лапина**

Дизайн и вёрстка: **Максим Перльмуттер**

Региональные менеджеры: **Екатерина Скиба, Наталия Белова**

Адрес редакции: **Москва, Третьяковский пр., д. 6, стр. 2**
тел: (495) 797-10-44
e-mail: info@ai-media.ru

Тираж: **35 000 экз.**

Журнал распространяется в 48 регионах России.

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

Рекламно-информационный журнал распространяется бесплатно. Система распространения нацелена на максимальный охват целевой аудитории.

За содержание рекламных объявлений ответственность несёт рекламодатель. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Разработанные модули и текстовые материалы являются интеллектуальной собственностью редакции. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.

Представленные статьи и изображения получены из открытых источников и опубликованы в информационных целях.

Мобильная версия журнала Available on Google play Download on the App Store

www.ai-media.ru
автоиндустрия.рф

ВСЕГДА ХОРОШАЯ ПОГОДА!

Салонные отопители Eberspächer

Зависимый (салонный) отопитель Eberspächer обеспечивает прогрев воздуха и поддержание комфортной температуры в кабине водителя или в салоне автомобиля, микроавтобуса или автобуса.

Zenith 2 – это модернизированное устройство мощностью 8 кВт российской сборки.

Преимущества:

- повышенная защита корпуса мотора от попадания пыли и влаги (IP55)
- усиленная конструкция и более прочный материал корпуса
- увеличенный период эксплуатации - более 5000ч

По вопросам приобретения обращайтесь к официальным дилерам Eberspächer!

www.eberspaecher.ru

8 800 200 32 37

*Эберспехер; **звонок по России бесплатный

Eberspächer