№5(143) 2016

Автоинструкция

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

VITEX®
SYNTHETIC MOTOR OIL
5W50
Racing
VITEX
RACING
Vitex Racing 5W50
синтетическое моторное масло
для гоночных двигателей
GERMAN POWER ADDITIVES
www.vitex.mobi

Auto China 2016
триумф китайского автопрома

С 25 апреля по 4 мая в столице Поднебесной прошел 14-ый по счету автомобильный салон. На эти дни Китайский Международный Выставочный Центр, как и весь Пекин стал единой бизнес-площадкой для демонстрации достижений китайского и мирового автопрома. И эти достижения превзошли даже самые смелые ожидания. Анализ новинок из Поднебесной и классика европейского жанра в нашем традиционном обзоре.

112 мировых премьер

IAT Karlmann King

IAT Karlmann King

Новое и непривычное сочетание слов, которое медленно, но верно входит в обиход мировых автоэкспертов: китайский премиальный внедорожник. Сделанный на базе Ford F-450 Super Duty, с угловатым дизайном в стиле Lexus LF-NX, он назван в честь короля франков Карломана из династии Каролингов. И цена на него тоже королевская: 1,85 млн долларов или почти 124 млн рублей по нынешнему курсу. Под капотом приветливый 6,8-литровый двигатель V10 Ford Triton мощностью 367 л.с. и 620 Нм.

LeEco LeSee

LeEco LeSee

Это пока еще малоизвестная компания, представила амбициозную новинку, которая работает полностью на электричестве, не требует наличия водителя и может управляться голосом посредством мобильного приложения. Технических подробностей, как и планов на эту модель, которая еще далеко не факт, что станет серийной, производители не раскрыли. На данный момент доподлинно известно одно: LeEco сотрудничает с Aston Martin, но в каких именно сферах история умалчивает.

Auto China 2016

Smart Brabus

Smart Brabus

Две новых модели forTwo и forFour представило подразделение Mercedes. Но конкретно разработкой новинок занимался Brabus, который, как известно, специализируется на моторном и кузовном тюнинге. Модели укомплектовали трехцилиндровым 0,9-литровым турбомотором, отдача которого увеличена с 90 до 109 лошадиных сил. Комплектуется двигатель с перенастроенной шестиступенчатой роботизированной коробкой передач оснащенной двумя сцеплениями и функцией Race Start.

47 концептов

Volkswagen T-Prime Concept GTE

Volkswagen T-Prime Concept GTE

По некоторым заявлениям экспертов этот концепт предвосхищает Touareg третьего поколения. В состав силового агрегата входит 8-ступенчатая автоматическая гидромеханическая коробка. Вся силовая установка в совокупности даёт 381 л.с., а запаса энергии в АКБ хватит, чтобы проехать без вредных выбросов около 50 км. Аббревиатура GTE в названии говорит, что перед нами — plug-in гибрид с подзаряжаемой от внешнего источника высоковольтной батареей.

Auto China 2016

21 автомобиль компаний из Азии

Chery FV2030

Chery FV2030

Забудьте все, что вы знали и думали о китайских автопроизводителях. Эта новинка демонстрирует уверенное стремление китайских конструкторов не только «заимствовать» дизайн и технологии у своих коллег, но и желание развиваться самим. Этот концепт дает нам примерное представление о будущем бренда Chery. Модель оснащена четырьмя электромоторами в колесах, голографическим 3D дисплеем и системой автономного управления.

SCANIA
125 ЛЕТ

ЭТО
7044 ЕДИНИЦЫ
ТЕХНИКИ
В ЛИЗИНГЕ
в России
прямо сейчас.

«Скания Лизинг» — удобный и выгодный финансовый инструмент, сочетающий в себе преимущества аренды, банковского кредита и приобретения автомобиля в рассрочку.
#scania125

На правах рекламы. Товар сертифицирован.

SCANIA 125 YEARS

КОРОТКО

Международные новости

в 2 раза
выросла скорость доставки деталей видеоуправляемым транспортом

на 10%
вырастет эффективность рабочих на конвейере нового типа

Самоходная тележка

Автоматический и видеоуправляемый транспорт становится нормой в машиностроении европейских стран. С их помощью выполняется всё больше операций, включая «свадьбу» шасси и кузова на автосборочных производствах. В частности, Daimler добился сокращения времени внутризаводских перевозок на 50% и времени ожидания деталей рабочими на 22%.

«Текущая ячейка»

Завод Honda в Тайланде оснащён конвейером нового типа, который автопроизводитель назвал «оборотная сборочная ячейка». Ячейка несёт каркас автомобиля, набор компонентов и бригаду из 4 рабочих, выполняющих несколько операций. Считается, что новая конструкция конвейера позволит на одной линии собирать а/м разных моделей, упростит модернизацию заводов и повысит мотивацию персонала.

цитата

Митчелл Вейсс
директор по технологиям Seegrid

«Мы ожидаем появления стандартизированных “корзин” для компонентов, которые будут подвозить полный комплект деталей на один или два часа работы производства для каждой станции сборочной линии. Это исключит операции погрузки-разгрузки, происходящие в проездах цехов. Корзины будут сосредоточены на центральных “витринах” заводского “супермаркета”, доставляя детали прямо туда, где они используются на конвейере. Проезды станут менее заторенными, время транспортировки сократится, а руки и оборудование будут использоваться более полноценно».

Automotive Manufacturing Solutions

700 специалистов будут работать в СП Valeo-Siemens

Французы и немцы поделили 60 вольт

Французский и немецкий концерны объявили о создании совместного предприятия с задачей разработки высоковольтных (60В и более) автокомпонентов и систем, применяемых в гибридных и электрических автомобилях. Valeo вкладывает в СП свои активы в области бортовых зарядных устройств, инвертеров и преобразователей постоянного тока, а Siemens — бизнес-единицу по разработке электромоторов и инвертеров. Активы у предприятия есть в Германии, Франции и Китае, а штаб-квартира будет расположена в Эрлангене (Германия).

Более $700 млн вкладывают JLR и Nissan в расширение производства в Британии

Brexit не напугал инвесторов

Близящийся референдум по выходу Великобритании из ЕС (Brexit) слабо отразился на настроениях инвесторов. В частности, Jaguar Land Rover и Nissan объявили, что вложат серьёзные суммы в расширение своих английских заводов. Новый завод в Уэльсе построит и Aston Martin под выпуск своего нового кроссовера. Только Toyota поменяла решение по кроссоверу C-HR — он будет собираться не в Соединённом Королевстве, как предполагалось, а в Турции.

Российские новости

50% потребности в автомобильной коже обеспечит новое предприятие

Русифицировали кожу

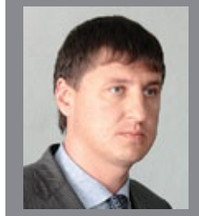
Компания «Русская кожа» планирует начать производство высокопрочной натуральной кожи для автомобильных интерьеров начиная с 2017 г., сообщает «ТАСС». Планируется, что предприятие, расположенное в Рязани, покроет 50% потребности в автомобильной коже на первичном рынке России. Поставляться она будет на сборочные заводы Renault-Nissan-АвтоВАЗ, Ford, Mitsubishi и для проекта УАЗ SUV Lux. Инвестиции в проект составят 440 млн руб., из них 190 млн — займ Фонда развития промышленности.

39% составил рост продаж автомобилей на природном газе в 2015 г.

Спрос на газ растёт

Спрос на газомоторный транспорт в России продолжает расти, пишут «Известия» со ссылкой на данные правительственной комиссии по вопросам развития ТЭК. Спрос на природный газ в качестве топлива за год вырос на 8%. На 39% увеличились продажи газомоторных ТС. Примечательно, что более 90% из них — российского производства. На 110 тыс. единиц газового транспорта в стране сейчас приходится 270 АГНКС, ведутся работы по сооружению ещё 35.

цитата



Михаил Пронин
министр промышленности, инновационных и информационных технологий Рязанской обл.

«Проект производства автомобильной кожи крайне важен для региона, и для страны, это импортозамещение, и это первое отечественное производство автокож. Выделенные администрацией 190 млн рублей — это некий импульс для развития. В перспективе завод обеспечит кожей все автомобильное производство вплоть до сборки импортных автомобилей, которые у нас в России производят. И у них даже есть дальше перспектива — это производство кожи для авиакресел»

ТАСС

300 рабочих мест будет создано в производстве автокомпонентов

Костромские моторостроители расширяются

«Костромской завод автокомпонентов» получил одобрение инвестпроекта по расширению производственных мощностей стоимостью 2,2 млрд руб., по сообщению АА «Автостат» со ссылкой на пресс-службу администрации региона. В рамках инвестпроекта будет создано 300 рабочих мест. Костромское предприятие выпускает поршни, поршневые кольца и гильзы цилиндров, обеспечивая более 50% потребности в данной продукции в России и СНГ.

52% новых автомобилей оснащены «автоматом»

АКПП победила

В 1 квартале 2016 г. продажи новых автомобилей с АКПП впервые обогнали продажи машин с «механикой», составив 52,7%, по данным исследования АА «Автостат». В 2015 г. их доля составляла 48,3%, чуть меньше, чем в 2014-м (49,1%). Авторы исследования считают, что причина тренда в появлении доступных предложений авто с «автоматом» у самых популярных марок — Lada, Hyundai и Kia.

около 70%
составляет локализация модельного ряда Lada

Повернётся ли ВАЗ к российским поставщикам?

Новый руководитель АвтоВАЗа Николя Мор испытывает серьёзное давление со стороны чиновников и представителей промышленных кругов, заинтересованных в возвращении российских поставщиков на предприятие. Однако прогресс в качестве автомобилей Lada, высоко оцененный Мором, во многом достигнут именно благодаря импортным деталям. Стратегические решения будут непростыми, и что бы ни выбрал новый президент, недовольные останутся.

Николя Мор,
президент АвтоВАЗ
«В Румынии мы также работали над повышением уровня локализации — это касалось не только зарубежных поставщиков и их локализации в Румынии, но и локальных румынских поставщиков. С этой точки зрения мы пытаемся привлечь поставщиков, работающих здесь, чтобы они повышали уровень локализации. АВТОВАЗ добился большого прогресса с точки зрения управляемости, потребительских свойств и качества. Так что, с моей точки зрения, уже сегодня есть в наличии хорошая модельная линейка. Я каждый день езжу на Vesta и могу сказать, что это очень хороший автомобиль, вполне на одном уровне с конкурентами».

Владимир Гутенёв, первый зампредседателя Комитета Госдумы РФ по промышленности
«Мы столкнулись с не всегда продуманными решениями предыдущего руководства АВТОВАЗа. Мы были свидетелями того, как порой продукция надлежащего качества, производимая на территории Самарской области, не закупалась. А закупались турецкие комплектующие, которые были дороже и не лучше по качеству. Вот чтобы впредь не было подобных решений, я считаю — и новое руководство, я так понимаю, к этому готово — что необходим более широкий общественный контроль и открытость к тем производителям комплектующих, которые судьбу своих коллективов связывают с АвтоВАЗом».

Михаил Бабич, полпред президента РФ в ПФО
«Надеюсь, что новое руководство предприятия будет настроено на сотрудничество. Мы неоднократно пытались сблизить позиции руководства завода и предприятий, поставляющих комплектующие. К сожалению, доля поставок российских компаний снижается. Но при этом многие предприятия работают на высоком уровне стандартов и поставляют запчасти для иномарок. Эту проблему менеджмент не решил, а в результате многие заводы — производители комплектующих оказались в непростом положении».

Бу Андерссон, отставной президент АвтоВАЗ
«Я должен подчеркнуть, что впервые в Тольятти мы подошли к европейскому уровню качества. Очень много говорят о локализации — каждый здесь мнит себя экспертом. Но мы отчитываемся по локализации в строгом соответствии с Постановлением №166, как того требует правительство РФ. Мы будем продолжать повышать локализацию. Потому что это ключевое конкурентное преимущество для нас».

Сергей Чемезов, гендиректор «Ростех»
«Андерссон считает, что у российских поставщиков плохое качество продукции, но я ему всегда говорил: с ними нужно работать и заставлять работать их самих, помогать им привлекать тех же иностранных партнеров для создания в России совместных производств».

Денис Мантуров, министр промышленности и торговли РФ
«Говорили о том, чтобы использовать максимально российские компоненты. Он со мной полностью согласен. Более того, у него этот опыт уже пройден в Румынии».

Рынок авторемонтных материалов: кризис как фактор роста

Текст: Евгений Новожилов

Авторынок переживает кризис, но не все сегменты авторынка подвержены упадку. Материалы для авторемонта востребованы больше, чем до кризиса — ремонтировать дешевле, чем покупать новое.

Объём российского рынка авторемонтных материалов около 7 млрд рублей. Основа рынка — лакокрасочные материалы, которые и определяют общие тенденции рынка. На сегмент авторемонтных ЛКМ влияет ситуация на авторынке, состояние сегмента автосервиса и ситуация на рынке ЛКМ.

О ситуации на российском авторынке лишний раз можно не говорить, но рынок ЛКМ в состоянии немного лучшем. За 2015 год в России было произведено лакокрасочной продукции на 6,4% меньше по сравнению с 2014 годом. В 2014 году производство было меньше на 4% к предыдущему году, а до этого периода объём производства рос около 10 лет темпами до 10% в год.

За два месяца 2016 года внутреннее потребление ЛКМ в России сократилось на 1,7 %, хотя производство увеличилось на 0,2%, по всей видимости, за счёт роста экспорта, так как импорт существенно сократился. Российский рынок ЛКМ зависит от импортных поставок во многих отраслях, в которых динамика импорта имеет определяющее значение.

Это утверждение справедливо для сегмента автоконвейерных и авторемонтных ЛКМ, которые зависят от зарубежных поставок на 80% и более. Но, в отличие от автоконвейерных ЛКМ, сегмент авторемонтных ЛКМ на подъёме, продажи здесь растут темпами от 5% в год, благодаря положительной динамике автосервисных услуг.

В 2015 году количество автосервисов и СТО в России увеличилось на 15–20%, в некоторых городах рост составил более 40% (хотя общая ёмкость рынка сократилась с 540 млрд руб. до 517 млрд руб). Российский автопарк стареет быстрее, чем обновляется, соответственно, востребованность материалов для ремонта только

цитата

Дмитрий Медведев
председатель правительства РФ

«Около 23 млрд рублей из бюджета должны позволить автопредприятиям сократить накопленные убытки и ряд текущих расходов. В конечном счете это должно отразиться на себестоимости: рост не должен быть таким значимым».

растёт. Подсчитано, что сейчас более 35 млн автомобилей в РФ нуждаются в регулярных профилактических и ремонтных работах.

Объем импорта ЛКМ в Россию остаётся существенным. В 2015 году было ввезено 207,6 тысяч тонн лакокрасочной продукции на 670 млн долларов. Объем поставок в количественным отношении сократился на 20% к 2014 году, а в денежном отношении на 47,2 % в долларах, но увеличился на 3% в рублях (около 35,3 млрд рублей).

Основная доля импортных ремонтных материалов поступает из европейских стран, из компаний поставщиков ЛКМ лидируют BASF и Akzo Nobel. Добавки для отечественных производителей ЛКМ поставляются в основном из Китая, Кореи, Индии. По некоторым данным, резко растёт поставка ЛКМ и добавок из Китая, до 100% из года в год. Эта продукция заполняет низкоценовой сегмент, в том числе, по всей видимости, сегмент контрафакта.

Структура

Российский рынок автомобильных ремонтных материалов — развивающийся, точнее, имеющий большой потенциал развития, который пока реализуется не в полной мере.

При этом происходит изменение ценовой структуры рынка в пользу бюджетных авторемонтных материалов. В настоящее время до 80% рынка занимают недорогие материалы, на средний и премиальный ценовой сегмент приходятся остальные 20%. Около двух лет назад участники рынка говорили о 30% премиум-сегмента, 55% среднего ценового сегмента и 15% бюджетного сегмента.

Изменение ценовой структуры связано со снижением покупательской способности, которая определяет рост востребованности недорогих авторемонтных услуг и приводит к предпочтению небольших СТО в ущерб крупным и авторизованным сервисам. Удешевление в ущерб качеству — общая тенденция всех сегментов российского авторынка и рынка автокомпонентов.

Тем не менее, на рынке представлены все товарные группы ремонтных материалов, нет пустующих ниш, продукция как отечественных производителей, так и большинства мировых брендов.

Если исключить продукцию ноу-нейм и малоизвестных производителей, а также контрафакт, то рынок авторемонтных покрытий делят между собой глобальные компании PPG, BASF и DuPont, каждая из которых удерживает примерно по 30% рассматриваемого сегмента рынка. Около 10% занимают российские производители.

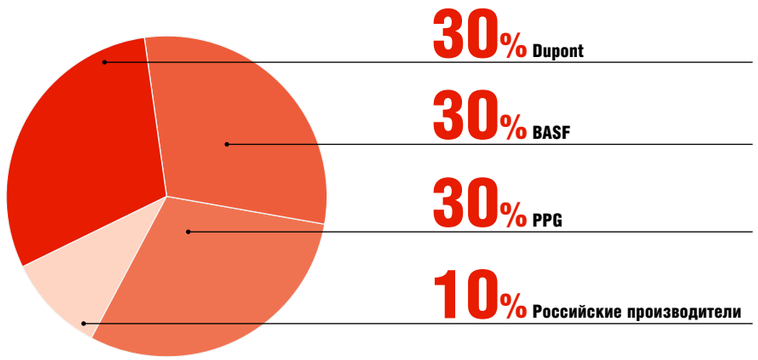
С продолжающимся снижением производства и продаж на авторынке конкуренция не растёт, брендовая структура рынка не меняется. Компании, как и предыдущие два года, сосредоточены на удержании производственных показателей продаж и долей рынка.

Доля контрафакта на рынке авторемонтных материалов остаётся неизвестной, по всей видимости, это направление рынка никак не контролируется. Если учесть, что происходит смещение в сторону дешёвых услуг и дешёвой продукции, то доля контрафакта растёт и она значительна. По-настоящему бороться с контрафактом в сегменте авторемонтных материалов сейчас бессмысленно — рынок слишком велик, а условия на нём диктует потребитель. По всей видимости, наведение порядка в этой отрасли дело отдалённого будущего, в посткризисную эпоху.

Помощь идёт

Рынок авторемонтных материалов, прежде всего, авторемонтных ЛКМ, не столь зависим от макроэкономической ситуации, как авторынок, как видим, наоборот,

Доля брендов авторемонтных ЛКМ на российском рынке, %



он может более-менее динамично развиваться и в кризис. Но в целом, из-за ситуации в экономике, отрасль ЛКМ переживает серьёзные изменения, которые в перспективе могут сказаться и на сегменте авторемонтных материалов.

Экономический спад и обесценивание рубля привели к началу изменений структуры рынка. Выросла стоимость не только импортных ЛКМ, но и импортных компонентов для отечественных производителей ЛКМ, с другой стороны, участники рынка утверждают, что увеличился экспорт ЛКМ из России на 5%, в денежном выражении — это привело к росту рублёвой выручки.

Тем временем, в ЛКМ-отрасли был объявлен курс на импортозамещение. По каким-то лакокрасочным материалам это возможно, но по большинству практически нет — выпуск отечественных ЛКМ основан на поставках материалов и добавок из-за рубежа, организовать производство внутри страны невозможно даже за несколько лет, — и здесь уже препятствует именно макроэкономическая ситуация, из-за которой в стране

Удешевление в ущерб качеству — общая тенденция всех сегментов российского авторынка и рынка автокомпонентов

нет денег на достаточные инвестиции в промышленность. Либо деньги есть, но идут они совсем не в промышленность.

У отечественных предприятий также нет возможности привлекать инвестирование из-за рубежа, так как российским компаниям был ограничен или совсем закрыт доступ к международным финансовым ресурсам из-за санкций.

Впрочем, даже если бы и была возможность инвестирования в ЛКМ-индустрию, то низкий спрос в большинстве отраслей не привёл бы к серьёзному изменению ситуации. Большинство участников рынка прогнозируют стагнацию в отрасли как минимум до конца 2016 года.

В ЛКМ-отрасли надеются на помощь властей и небезосновательно, так как в «Стратегии развития химического и нефтехимического комплекса до 2030 года» от 8 апреля 2014 года — производство лакокрасочных материалов упоминается. В этом документе, в частности, идёт речь о сокращении импорта ЛКМ с 29% в 2012 году до 4% в 2030 году (это по всем видам ЛКМ по официальной статистике). С другой стороны, насколько известно, дополнительных программ поддержки отрасли пока нет.

На этом общем депрессивном фоне перспективы авторемонтных ЛКМ пока выглядят вполне оптимистично. Развитие рынка автосервиса фактор, поддерживающий сегмент рынка авторемонтных материалов, и эта поддержка будет и дальше, какое-то время нивелируя негативное влияние всех других факторов.

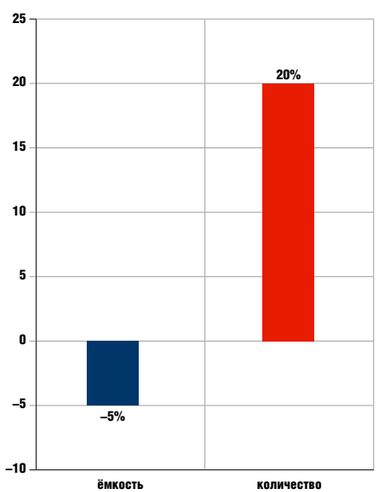
Плохие дороги, огромный и всё увеличивающийся парк старых автомобилей, продолжающееся снижение покупательской способности населения — всё это способствует росту рынка ЛКМ и ремонтных материалов. Конечно, потребители будут всё больше экономить, что будет приводить к качественным изменениям в худшую сторону на рынке, в частности, к росту контрафакта. Но, по крайней мере, предприниматели смогут зарабатывать на этом рынке.

Есть фактор, который обнадёживает автопроизводителей, автокомпонентщиков и способен повлиять на развитие сегмента авторемонта — поддержка правительства. Ранее председателем правительства Дмитрием Медведевым было принято решение о продолжении поддержки спроса на новые автомобили российского производства в первом полугодии 2016 года. О продлении программ поддержки сообщили АвтоВАЗ, ГАЗ, КамАЗ, Hyundai, KIA, Nissan, Соллерс, Renault, Toyota, Ford Sollers. В двух постановлениях премьер пояснил, о чём идёт речь.

В первом говорилось о том, что власти продлевают на 2016 год программу льготного кредитования и льготных лизингов транспортных средств, которая действовала в прошлом году, а во втором постановлении говорилось о компенсации убытков для автопроизводителей: «Около 23 млрд рублей из бюджета должны позволить автопредприятиям сократить накопленные убытки и ряд текущих расходов. В конечном счёте, это должно отразиться на себестоимости: рост не должен быть таким значимым», — рассказал Д. Медведев.

Если удастся поддержать производство автомобилей и автокомпонентов, это опосредовано повлияет на рынок авторемонта и на рынок материалов для ремонта. Хотя говорить нужно не о каком-то восстановлении развития, а о замедлении темпов деградации, не более.

Ёмкость рынка автосервиса и количество СТО в 2015 г. к показателям 2014 года, %



Рынок ремонтных материалов, ЛКМ и детейлинга

«Кризис — это три дороги для бизнеса: «умереть», «остаться на плаву», «начать расти»

Илья Колдин
директор Департамента «Авторемонтных покрытий и оборудования для кузовного ремонта», ООО «СП БИЗНЕС КАР» — эксклюзивный импортер Nippon Paint Co. на территории Российской Федерации и стран СНГ

Рынок ЛКМ в России продолжает стагнировать. Причины те же, что и ранее. Возможно прибавился еще один фактор, который в современных реалиях не сильно очевиден — «временной лак». Характерный для этого вида бизнеса срок — 1,5–2 года с момента наступления «кризиса». Качество и количество «текущих» событий различны, соответственно и влияние разнонаправлено.

Приведу два примера:

1. Перераспределение доли выплат по убыткам между КАСКО и ОСАГО (увеличение в сторону ОСАГО) при современной системе компенсации отрицательно влияет на количество ремонтов, соответственно и на рынок ЛКМ.

2. Адаптация покупателей, точнее клиентов автосервиса, к современным ценовым реалиям наоборот, положительно влияет на количество ремонтов. И это подтверждается ростом доли клиентов за наличный расчет и ростом количества мелких ремонтов.

Примеры можно продолжать. Но выводы каждый делает для себя сам, исходя из собственных представлений о важности того или иного события.

Сегодня главное сохранить доверие клиентов — средствами постоянного взаимодействия по «некоммерческим» вопросам и стабильностью или предсказуемостью в «коммерческих».

Кризис — это три дороги для бизнеса: «умереть», «остаться на плаву», «начать расти». Любая компания имеет шанс пойти по третьему пути, надо лишь грамотно и своевременно использовать свои конкурентные преимущества.

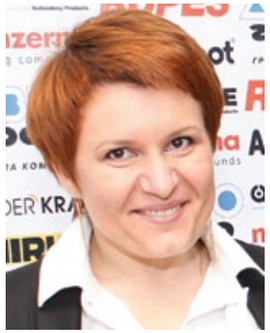
«Автолюбители понимают, что лучше поддерживать свою машину в хорошем состоянии, чтобы потом выгодно ее продать»

Павел Беляков
технический директор компании «Advance Star»

Рынок детейлинга сейчас демонстрирует рост и развитие. Это напрямую связано с тем, что люди перестали активно покупать новые автомобили, и начали вкладывать в уже имеющиеся. Выросла культура детейлинга, автолюбители понимают, что лучше поддерживать свою машину в хорошем состоянии, чтобы потом выгодно ее продать, а не отдавать авто в откровенно «убитом» состоянии, например, в «трейд ин», по сильно заниженной цене. Подобной политики все больше придерживаются и крупные компании с корпоративным парком автомобилей. Они уже не могут позволить себе покупать новые машины каждый год, инвестируя средства в детейлинг для поддержания соответствующего состояния своих авто.

Некоторые компании в кризис покинули рынок, в первую очередь те, которые работали с иностранными материалами, цена которых из-за курсов сильно возросла. В нашем премиум сегменте наблюдается стабильность спроса и небольшой, но уверенный рост. Работа с качественными материалами обеспечивает нам как сохранение уже имеющихся клиентов, так и привлечение новых.

«Конечные потребители зачастую сознательно предпочитают дешевые бренды в ущерб качеству»



Татьяна Заруба
директор по продажам и маркетингу ООО ТД «АВТОграф»

Рынки детейлинга и ЛКМ-материалов различаются по состоянию, в котором сейчас пребывают. Так, рынок ЛКМ из-за экономической ситуации переживает спад, а детейлинг — модная и дорогостоящая услуга для обеспеченной целевой аудитории, которая в целом переживает рост популярности.

Если говорить о рынке ЛКМ и ремонтных материалов, то тенденция сегодня такова, что рынок стремится к «удешевлению» и гипер-экономии на всем: конечные потребители зачастую сознательно предпочитают дешевые бренды в ущерб качеству.

Поскольку предсказать насколько долгим и сложным будет процесс выхода из кризиса невозможно, необходимо продолжать развиваться и работать не покладая рук над ассортиментом и качеством продукции. Нужно четко отдавать себе отчет, что состояние рынка сегодня заставляет проводить максимально практичную и реалистичную торговую политику.

Мы регулярно анализируем потребности наших покупателей и качественным образом развиваем ассортимент, предлагая своим партнерам оптимальные по соотношению «цена-качество» решения.

«Потребители ищут отечественные материалы, способные составить достойную конкуренцию ведущим мировым производителям»

Сергей Курочкин
руководитель группы координации новых материалов ЗАО «НПК ЯрЛИ», г. Ярославль

В нынешних условиях состояние рынка лакокрасочных материалов ухудшается. Учитывая последние события с изменением курса валют, потребители ищут отечественные материалы, способные составить достойную конкуренцию ведущим мировым производителям.

В сложившейся обстановке, не достаточно иметь только производственные площади и оборудование, но так же необходим научно-технический персонал, готовый в кратчайшие сроки разработать материал под технологическую линию окраски заказчика, а также специалистов технической поддержки, готовую адаптировать материал под режимы окраски заказчика и проводить инспекторский контроль.

В номенклатуре ЗАО НПК «ЯрЛИ» имеется полный перечень лакокрасочных материалов, как для окраски нового транспорта, так и для рынка ремонта. В штат ЗАО НПК «ЯрЛИ» входит Научно-Технический центр, который занимается разработкой современных лакокрасочных материалов, а также группа технического сопровождения, в которую входят сертифицированные инспектора, прошедшее курсы повышения квалификации.

мнение

«Удержать клиента сегодня, не теряя в наценке, — это предложить эксклюзивный качественный продукт»

Александр Садофьев
руководитель проекта «Специализированные клейкие ленты и материалы» ООО «Класс»

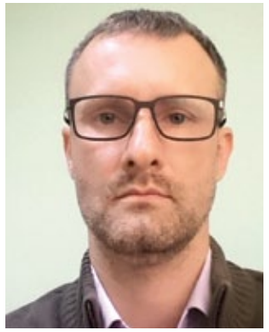
У поставщиков ЛКМ и расходных материалов задача — сохранить и преумножить количество лояльных клиентов. Для этого необходимо предложить качественные материалы по доступным ценам и обеспечить техническую и информационную поддержку.

Среди одинаковых материалов, сегодня клиент делает простой выбор — цена, и, в борьбе за клиента, поставщики вынуждены постоянно снижать свою прибыльность, что в свою очередь делает этот бизнес малодоходным.

Удержать клиента сегодня, не теряя в наценке, — это предложить эксклюзивный качественный продукт, у которого нет прямых конкурентов, т.е. товар под собственной торговой маркой.

ООО «КЛАСС», сделав 3 года назад выбор в пользу уникальности предложения, сегодня дает такую возможность и своим партнерам. Наша специализация — маскировочные малярные ленты и монтажные двусторонние ленты. Наши партнеры, сделав выбор в пользу российского производителя, получают качественный товар под собственной торговой маркой в краткие сроки. Это, помимо лояльных клиентов, приносит сокращение издержек на логистику, повышает оборачиваемость склада и позволяет оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации в части ассортимента. Уникальность предложения с оптимальным соотношением цена/качество — это шанс увеличить свое присутствие на рынке.

«Начинайте зарабатывать на дополнительных услугах, это позволит привлечь рем ресурс на ваши станции»



Алексей Шогин
генеральный директор ООО «Тренд Авто»

Для компаний которые представляют материалы для ремонта и детейлинга автомобилей, ЛКМ — на данный момент самое отличное время продвигать свою продукцию на российском рынке.

Скачки валют в конце 2015 г. и начале 2016 г., привели к снижению покупательского спроса на новые автомобили, а также к отсутствию желания владельцев ремонтировать автомобиль без особой необходимости.

Что касается авто сервисов, то в попытке снизить себестоимость ремонта детали — автосервисы стали использовать дешёвые и не всегда качественные материалы, а это привело к увеличению расходов вместо желаемой экономии. Мое мнение, нужно оптимизировать цеха и предлагать своим клиентам новые услуги.

Не многие руководители авторемонтных мастерских задумались об этом и стали предлагать услуги по ремонту пластиковых деталей вместо их замены. Это, в свою очередь, привлекло не только конечных клиентов, но и страховые компании, для которых ремонт пластика намного привлекательнее, чем его замена.

Таким образом, можно посоветовать автосервисам: начинайте зарабатывать на дополнительных услугах, это позволит привлечь рем ресурс на ваши станции.

«Именно в кризис руководителю очень полезно бывает выбраться из теплого кабинетного кресла и самому поработать «на земле и в полях»

Максим Мельников
руководитель отдела продаж дивизиона АВТО ЗАО «Вюрт-Русь» официальное представительство торговой марки WURTH в России

Оценивать рынок ЛКМ и расходных материалов все привыкли, оценивая дилерский сегмент и сегмент независимых игроков (НСТО). И ситуация тут разная. Если у дилеров очевидный спад потребления в кузовном направлении, то у НСТО ситуация диаметрально противоположная и существенный рост объемов. Поэтому в целом рынок и не сильно «просел».

Прогнозировать рост/падения в текущих условиях дело неблагодарное. Однако доля импорта будет уменьшаться в виду высокой стоимости продукции, что даст возможность российским производителям укрепить свои позиции на рынке. В ближайшей перспективе роста рынка ЛКМ мы не увидим.

Сокращение издержек — основной фактор, которому необходимо уделять внимание для того, чтобы остаться конкурентоспособным. Причем такие издержки есть, как внутри компании, так и вне. Необходимо удалять из процессов не производственные затраты. Возможно, именно сейчас необходимо рассмотреть привлечение компаний для аутсорсинга не профильной деятельности.

Любой кризис является катализатором роста. Именно в переломные моменты внешняя среда заставляет выйти из состояния комфорта и искать новые пути продвижения своей продукции. И тут очень важно чувствовать потребителя, а не навязывать свои решения. Поэтому часто именно в кризис руководителю очень полезно бывает выбраться из теплого кабинетного кресла и самому поработать «на земле и в полях». В такие моменты рождаются совсем неожиданные новые проекты, позволяющие расти и в кризис.

«Сейчас мы имеем возможность развеять все мифы, относительно качества российского продукта»

Илья Ивлив
продакт-менеджер группы компаний LAVR Technology & Development профессиональная автохимия

Сейчас прекрасное время для развития именно российской автохимии. Часть европейских поставщиков ушла с рынка России, поэтому мы имеем возможность развеять все мифы, относительно качества российского продукта.

Компания LAVR производит автокосметику и автохимию, необходимую в том числе при ремонте автомобиля. Мы работаем на рынке сформировавшихся потребностей. Конечно, темпы увеличения количества автомобилей в стране снизились, и снизятся еще, но уровень потребности в качественной автохимии не упадет.

Мы стараемся предвосхищать потребность рынка и предлагать уникальные продукты для конкретной проблемы. Наше правило — не навязывать покупателю то, что ему не нужно.

Естественно. Можно использовать любую рыночную ситуацию для роста, главное — видеть перспективы. Сегодня приходится грамотно расставлять акценты, постоянно принимать сложные решения, не все это умеют делать, как следствие, часть брендов уйдут с рынка — это отличный шанс занять их ниши.

«Именно на этот год у нас запланирован вывод на рынок более 10 новых инновационных материалов»

Антон Платонов
руководитель коммерческого отдела ООО «НОВОЛ РУС»

Российский рынок ЛКМ в настоящий момент находится в состоянии стагнации. Это обусловлено сменой курса развития и потребительских настроений. Мы уже сейчас наблюдаем тенденцию на изменение основных для потребителя свойств и качеств продукта. До недавнего времени все искали в продукте сочетание качество/скорость, однако теперь на первое место вышло цена/качество.

Компания НОВОЛ РУС на протяжении двух кризисных лет постоянно проводит стимулирующие акции для потребителей. Снижена цена на весь ассортимент на 10% за счет понижающего коэффициента.

Кризис — время развиваться. Именно на этот год у нас запланирован вывод на рынок более 10 новых инновационных материалов. В 2016 году мы принимаем участие в 2 отраслевых выставках (Краснодар, Москва). Продолжается активное брендирование магазинов по всей стране. Большое внимание уделяем съемкам видеоматериалов по применению наших продуктов и технологии в целом.

Реалии и перспективы развития современного рынка авторемонтных материалов

Сергей Мордуев
коммерческий директор ООО «Русавтолак»

Всему приходит свое время, и сейчас мы испытываем себя на прочность — как страна и как каждый работающий в общей системе механизм. Итак, мы имеем на повестке дня общий кризис. Можно назвать это кризисом потребления, или кризисом накопления, или общесистемным кризисом — сути дела это не меняет. Он есть, и с этим надо что-то делать. Рынок ЛКМ и материалов для авторемонта достаточно прост для анализа. Не углубляясь в дебри макро- и микроэкономики, остановимся на главном.

Состояние рынка на сегодняшний момент оставляет желать лучшего. Основными причинами этого являются следующие факторы. Во-первых, рынок достаточно насыщен и даже перегружен. Во-вторых, он очень зависим от импорта. В-третьих, в значительной степени он находится на низкой ступени развития, то есть его основная часть функционирует в несистемном секторе (рынки, прямые продажи, индивидуальные предприниматели). А основная проблема заключается в падении спроса в результате снижения доходов главных потребителей — владельцев транспортных средств.

Мы видим, что автомобилей на дорогах меньше не становится; не происходит и значительного снижения количества ДТП. Таким образом, потребность в ремонте поврежденных автомобилей не должна снижаться. Однако в настоящее время отмечается падение продаж материалов для авторемонта, и такую ситуацию необходимо рассматривать как отложенный спрос.

Приведем простой пример. Продажи шин в 2015 году упали более чем на 30% в количественном выражении. Это не значит, что у нас стало меньше машин. Просто автовладельцы перенесли свои затраты по их покупке на более поздние сроки. Все равно их придется когда-то приобрести, вопрос — какие?

В сфере продаж ЛКМ также произошел спад продаж и увеличился отложенный спрос. Одновременно с этим произошло смещение в сторону дешевого сегмента, который временно захватил позиции сектора В и даже отчасти А. При этом ключевым здесь является слово «временно». Если общеэкономическая ситуация для страны еще не ясна, для поставщиков ЛКМ она достаточно прозрачна. В настоящий момент в отечественной индустрии (за редким исключением) отсутствуют аналоги высококачественных материалов, на которые со всей ответственностью можно дать гарантию на длительный срок. Однако даже все существующие производители не в состоянии закрыть большую часть рынка. Поэтому сложилась ситуация, когда клиент был готов приобретать практически любую продукцию, лишь бы она соответствовала одному критерию — цене.

Однако, вероятнее всего, ситуация на рынке уже в ближайшее время начнет исправляться. Конечно, импорт из ЕЭС сдаст немного «пунктов», возрастет доля материалов из Юго-Восточной Азии, но в целом качественные импортные ЛКМ сохранят свои позиции, потому что их просто нечем заменить.

В сложившейся ситуации наша компания выработала для себя тактику «активной обороны». Мы не стали закрывать направления, без которых, казалось бы, сейчас можно обойтись, однако «почистили» наш продуктовый портфель от маловостребованных продуктов. Отказались от сокращения кадрового состава, работающего непосредственно с клиентами, и даже усилили его несколькими новыми сотрудниками.

Анализ рыночной ситуации показал, что без подвижек в цене нам тоже не обойтись. К сожалению не все наши западные партнеры понимают сложившуюся в России ситуацию и идут нам навстречу. Поэтому «львиную» долю усилий по снижению отпускных цен нашей компании пришлось взять на себя. Но это необходимо было сделать, чтобы сохранить за собой долю рынка. Одновременно с этим мы значительно увеличили сервисную составляющую нашего бизнеса. Маркетинговая, техническая, рекламная, образовательная поддержка наших клиентов на данном этапе не снизилась, а возросла. В сложившейся ситуации многие стали сокращать бюджет на маркетинг, мы же его оптимизируем, распределяя затраты на наиболее эффективные каналы продвижения: интернет, обучение специалистов, совместные рекламные кампании с дилерами, программы лояльности.

Все это позволило нашей компании не только сохранить имеющиеся позиции на рынке, но и показать рост в некоторых сегментах. Поэтому наша команда с оптимизмом смотрит в будущее и работает на лучший результат.

Autobase Plus MM
Высокая укрывающая способность и высокие показатели нанесения

Базовое покрытие Autobase Plus имеет высокую укрывающую способность, обеспечивает правильную ориентацию частиц металлика и высокие характеристики нанесения. Применяется для восстановления солидных покрытий, а также покрытий с эффектами «металлик» и «перламутр».

Покрытие должно перекрываться лаком Sikkens для обеспечения защиты от атмосферных воздействий. Autobase Plus — превосходный выбор для оптимального подбора цвета.

Поверхности, пригодные для обработки:

- Все существующие OEM покрытия, за исключением термопластических акриловых покрытий.Все подготовительные материалы Sikkens, за исключением прямого нанесения на кислотосодержащие первичные грунты типа Washprimers.

Белые цвета Autobase Pluse:

- Белые цвета, которые содержат 50% и более процентов тонеров Q110 или Q120 (белые), не могут быть нанесены непосредственно на травящие грунты.

«КЛАСС»ное импортозамещение

Производственная компания ООО «КЛАСС» (г. Санкт-Петербург), представляет на российском рынке уникальную услугу по изготовлению специализированных маскирующих малярных лент для кузовного авторемонта.

Целевые клиенты компании — автомобильные заводы и крупные торговые компании, продающие на российском рынке продукцию под собственными торговыми марками. Ассортимент завода представлен лентами с термостойкостью от 60 до 110 градусов, с различными техническими характеристиками.

Благодаря этому, теперь каждый партнер компании имеет возможность получить тот продукт, который отвечает его текущим потребностям в краткие сроки и на условиях, которые выгодно отличаются от условий работы с зарубежными поставщиками.

Lesonal
Великолепные результаты

Модульная система предлагает уникальные преимущества. Продукты Lesonal идеально сочетаются друг с другом. Все компоненты — краска, отвердители, разбавители и активаторы — совместимы друг с другом. Все товарные этикетки содержат коды цветов для легкой и простой идентификации. Просто взглянув на товар, вы видите не только его тип, но еще и является ли данная краска водо- или органорастворимой. Lesonal включает полный спектр материалов, соответствующих требованиям VOC, что помогает вам обеспечить соответствие нормативам от начала и до конца.

Akzo Nobel
Аспекты устойчивого настоящего

Текст: Ольга Васильева

Нидерландская компания Akzo Nobel один из ведущих мировых производителей лако-красочной продукции и крупнейший импортёр автомобильных ЛКМ в Россию. Впрочем, компания давно и прочно обосновалась на российском рынке и как производитель, и является местным игроком в полном смысле слова.

Akzo Nobel развивается в России планомерно и поступательно, несмотря на кризисы разного масштаба и длительности. Лишь один раз компания вышла на первые страницы российских газет, в связи с тем, что в октябре 2014 года перестала поставлять свою продукцию ОАО «Казанскому вертолётному заводу» (КВЗ) из-за санкций, наложенных на Россию за её роль в украинском кризисе. Приостановка отгрузки краски на склады КВЗ лакокрасочных продуктов стала заметной в январе 2015 года.

В то время КВЗ заявил о том, что может перейти на использование краски для покрытия вертолётов производства ЗАО «Научно-производственная компания «Ярославский лакокрасочный институт» (ЯрЛИ). Сообщалось, что эксперименты по покраске вертолётов продукцией ярославского завода уже проведены и признаны удачными. Сведений о том, что КВЗ заменил Akzo Nobel не было. Известно, что для покраски вертолёта Ми-17 (основная продукция КВЗ) нужно всего 20-25 литров краски, по цене порядка 4 тыс. за литр.

Покраска — важный аспект производства из-за того, что придаёт привлекательный внешний вид технике при продаже, к тому же экономит до 5% топлива при эксплуатации. Но покраска для КВЗ явно не проблема №1. Казанский вертолётный завод в 2015 году реализовал всего 77 вертолётов, это на 30 ед. меньше чем годом ранее, — вот это проблема. Но не для Akzo Nobel, так как в остальных сегментах российского рынка позиции компании прочны, хотя и не избежали влияния экономического кризиса.

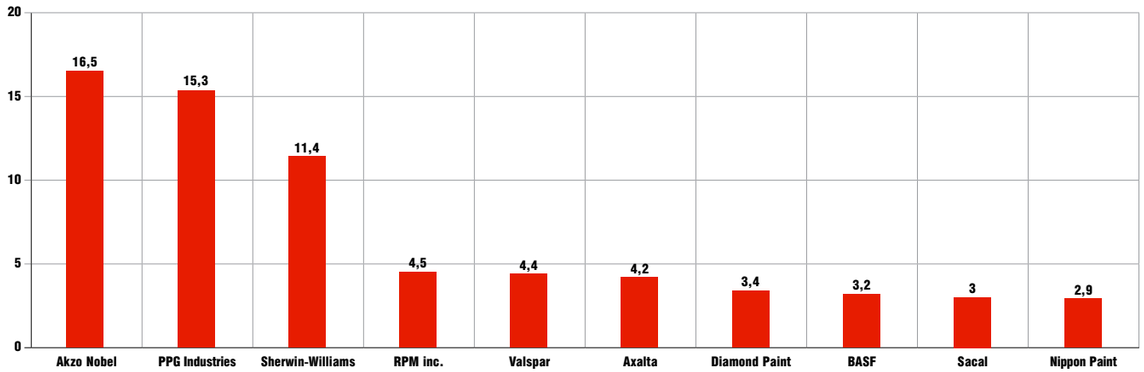
Российское подразделение концерна Akzo Nobel — ЗАО «Акзо Нобель Декор» функционирует с 1998 года, а собственное производство работает с 2002 года (в промышленной зоне подмосковного города Балашихи). На российском предприятии компания может производить до 30 млн литров кра-

3ton AUTOCHEMICAL
Quality is the best policy

www.3ton.ru

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АВТОХИМИЯ

Лидеры продаж ЛКМ в мире в 2015 году, млрд долл.



ски в год. К числу торговых марок ЛКМ компании относятся Sikkens®, Lesonal®, Dynacoat® и Aerobase. Производство в России работает почти исключительно на импортном сырье Celanese, Dow, OMYA и других брендов.

Кстати, летом 2015 года менеджмент Akzo Nobel объявлял о намерении запустить новое производство в Липецке до конца 2015 года. На заводе должны были выпускаться антикоррозионные ЛКМ и огнезащитные составы. Но пока информации подтверждающей открытие нового завода нет. Зато достоверно известно, что в этом году компания Akzo Nobel открыла новый завод по производству декоративных красок в Китае, уже четвёртый и самый крупный среди заводов AkzoNobel в этой стране. Общий объем инвестиций в строительство составил 23 млн евро и за 10 лет компания планирует увеличить объемы производства здесь до 50 млн литров ЛКМ в год.

В 2015 году, по собственным данным компании, на российском направлении Akzo Nobel переживала спад показателей. Но это никак не повлияло на компанию в целом, продолжался рост и производства, и продаж в мире и Akzo Nobel, по-прежнему, занимает первое место в рейтинге устойчивого развития Доу-Джонса — уже четвёртый год подряд.

В европейском рейтинге European Coatings Journal (авторитетный журнал для трейдеров ЛКМ, Германия) производителей ЛКМ в 2014/2015 гг., чьи продажи превысили 100 миллионов евро, Akzo Nobel занимает первое место. По версии World Paint & Coatings Industry Association (WPCIA, некоммерческая организация, отстаивающая права производителей лакокрасочных материалов) Akzo Nobel также занимает первое место в десятке крупнейших производителей ЛКМ мира с показателем 16,516 млрд долларов по итогам 2015 года.

Кроме того, по данным информационного агентства Credinform ООО «Акзо Нобель Лакокраска» — на первом месте в рейтинге рентабельности продаж среди российских производителей лаков и красок, а ЗАО «Акзо Нобель Декор» — на четвёртом месте.

Итак, только за третий квартал 2015 года операционная прибыль компании выросла на 30% к показателям предыдущего года и составила 436 миллионов евро, выручка от реализации увеличилась на 2% и достигла 3,8 миллиарда евро, доход от продаж возрос на 11,6%, чистые денежные средства от операционной деятельности достигли 583 миллиона евро, доход от инвестиций увеличился на 12,5%.

За 2015, полный год, операционная прибыль компании увеличилась на 59% до 1,573 млрд евро, увеличились объёмы продаж на 4% до 14,859 млрд евро, рентабельность продаж составила 10,6%. Фактические продажи краски Akzo Nobel составили 9,962 млрд евро.

Как утверждает менеджмент компании, ситуация на мировом рынке для компании фактически остаётся без изменений, так как некоторое сокращение показателей в России, Бразилии и Китае компенсируется ростом показателей в Северной Америке.

В первом квартале 2016 года компания Akzo Nobel увеличила объём продаж, операционная совокупная прибыль компании выросла на 17% к АППГ, до 357 миллионов евро, показатели рентабельности улучшилась с 8,5 % в первом квартале 2015 года до 9,7 %.

Компания ведёт дела настолько уверенно, что замахнулась на приобретение некоторых активов своего конкурента в секторе промышленных покрытий — компании BASF. Компании не так давно достигли согласия по вопросу продажи подразделения покрытий BASF за 475 миллионов евро.

В периметр сделки войдут: технологии, патенты, товарные знаки и производственные предприятия в Дисайде (Великобритания) и Вандербейлпарке (ЮАР). В настоящее время сделка на стадии обсуждения с профсоюзами, затем будет процесс одобрения со стороны регулирующих органов, а завершится сделка должна в конце 2016 года. Оборот BASF Industrial Coatings составляет порядка 300 млн евро в год, это подразделение специализируется на ЛКМ для в том числе и для коммерческого транспорта.

BRISK®

Чешская компания BRISK Табор, а.о. идет в Россию

Один из мировых лидеров производителей свечей зажигания, Чешская компания BRISK Табор, а.о., решила переместить часть своего производства в Россию.

www.brisk.ru

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в России и в мире вообще, хозяин фирмы **BRISK Табор,** а.о. господин Моймир Чапка принял решение идти навстречу условиям требования локализации производства в РФ и желаниям покупателей продукции компании — получать свечи зажигания **BRISK** в намного более гибком графике, чем до сих пор.

Компания **BRISK Табор,** а.о. является поставщиком своей продукции для таких гигантов как **VW Group, Volvo, Husqvarna, AVTO VAZ, UMZ, ZMZ** и других производителей автомобилей и садовой техники. За все время существования фирма **BRISK** выпустила более 1,5 миллиарда свечей зажигания для покупателей во всем мире. Поставки в более чем 150 стран мира говорят о том, что популярность нашего бренда действительно растет. Качество и приемлемая цена один из основных факторов такой популярности.

В последние несколько лет фирма **BRISK** занимает одно из лидирующих мест и в выпуске датчиков для автомобилей, объемы выпускаемой продукции стремительно растут каждый год. В настоящий момент существует проект локализации производства датчиков в России, так как многие фирмы в Российской Федерации интересуются поставками датчиков для автомобильных конвейеров.

В мае и июне текущего года фирма **BRISK** запускает производства по выпуску свечей зажигания в городе Тольятти по требованию фирм **АвтоВАЗ, Renault-Nissan, PCMA Калуга** и других фирм. В тоже время компания начнет выпускать продукцию и под заказы клиентов для вторичного рынка. Уверены, что все клиенты компании оценят такой шаг.

Фирма **BRISK Табор**, а.о. создает не только новые рабочие места для граждан Российской Федерации на производстве в Тольятти, но и для всех фирм в России, которые будут выпускать компоненты для продукции компании **BRISK**. Саратов, Челябинск, Сарапул — это города, где в настоящий момент готовятся к запуску производства комплектующих частей для свечей зажигания с технологической поддержкой компании **BRISK** и поддержкой Чешских специалистов .

Для дальнейшего развития присутствия продукции **BRISK** в Российской Федерации такой поступок является одним из самых ключевых и стратегических в 2016 году. Нам есть чем гордиться.

TRW AUTO MOTIVE Тяжелые коммерческие автомобили. Амортизаторы

Имея широчайший ассортимент, TRW Proequip может предложить огромный выбор амортизаторов для тяжелых коммерческих автомобилей клиентов, что позволяет обеспечить реальное повышение производительности, эффективности и безопасности автомобилей. Компания TRW заработала по-настоящему исключительную репутацию, производя инновационные, точно соответствующие автомобилю амортизаторы, способные удовлетворить самым разнообразным требованиям.

Амортизаторы TRW отвечают самым строгим стандартам оригинальных запчастей, что обеспечивает вам уверенность в том, что TRW Proequip позволит вам предоставить клиентам реальный выигрыш в производительности.

Важность амортизаторов TRW Proequip

Амортизаторы исключительно важны для работоспособности тяжелых коммерческих автомобилей, их ненадлежащее функционирование может привести к проблемам с управлением, торможением, эффективностью и безопасностью. Вот почему всегда важно заменять неисправные или изношенные амортизаторы, прежде чем они превратятся в серьезную проблему.

Являясь поставщиком OEM и OES, мы работаем напрямую с производителями транспортных средств для того, чтобы быть уверенными в поставке запчастей, которые соответствуют точным требованиям водителей и владельцев автопарков.

на правах рекламы

Мы также стремимся первыми предлагать на рынке новые продукты, работая на опережение в вопросах повышения безопасности.

Исключительно инновационный амортизатор, обеспечивающий вас техническими усовершенствованиями

Имея более 4000 конструкторов, инженеров и техников, работающих более чем в 25 странах по всему миру, мы имеем огромную сеть исполнителей, которая работает для развития и совершенствования наших запчастей. Таким образом, TRW несет ответственность за наиболее передовые амортизаторы в отрасли.

Наши технические инновации включают в себя:

- Клапанные механизмы обеспечивают более надежную работу с меньшими повреждениями, особенно при работе в экстремальных условиях
- Шток амортизатора закален перед полировкой, что обеспечивает на 20 % более гладкую поверхность и улучшает смазку уплотнения. Все это приводит к снижению трения, что повышает долговечность амортизаторов TRW Proequip по сравнению с другими амортизаторами на рынке
- Металлические диски в клапане поршня откалиброваны до 0,01 мм и обеспечивают гораздо более высокую производительность, чем традиционные винтовые пружины. Результатом является меньшее время отклика, повышение производительности, безопасности и комфорта езды.

Проверено для обеспечения совершенства

Все запчасти TRW Proequip производятся для выполнения большего, чем от них ожидается. Чтобы это обеспечить, мы осуществляем полное тестирование всех запчастей для тяжелых коммерческих автомобилей; это значит, что они могут выдержать все нагрузки и внешние условия.

Чтобы убедиться, что они соответствуют строгим спецификациям оригинальных запчастей, наши амортизаторы испытываются в экстремальных условиях как на стенде, так и на дороге. Мы не поставляем запчасти на рынок, пока они не пройдут наших суровых и строгих тестов, которые включают испытания на некоторых из самых труднопроходимых дорог в Африке, а также в холодных условиях в Европе. Испытания амортизаторов позволяют обеспечить:

- Акустический комфорт для водителей и пассажиров
- Великолепную прочность, благодаря испытаниям на прочность
- Работу без утечек, благодаря динамическим испытаниям
- Устойчивость на дороге, благодаря испытанию на треке
- Устойчивость на ухабистых дорогах, благодаря уникальной программе испытаний.

Преимущества амортизаторов TRW Proequip

- Повышенная надежность за счет уникальных клапанных механизмов
- Увеличение срока службы и уменьшение трения на 20% за счет более гладкой поверхности штока
- Малое время отклика, обеспечиваемое металлическими дисками внутри клапана поршня
- Самые передовые программы испытаний обеспечивают соответствие спецификациям оригинальных запчастей

Полный пакет

Вы получаете все, что вам нужно для быстрой и легкой установки, когда выбираете амортизаторы TRW Proequip, в том числе исчерпывающие инструкции по установке и аксессуары в комплекте в случае необходимости. В полном каталоге продуктов, доступном для просмотра онлайн, вы также можете легко найти конкретные запчасти, которые вам нужны.

TRW Proequip — это имя и продукты, которым вы можете доверять в любой ситуации. Наши запчасти имеют проверенную историю успеха, которая означает, что вы можете положиться на наш опыт в области амортизаторов для тяжелых коммерческих автомобилей. Для получения подробной информации о выборе наших амортизаторов просмотрите онлайн-каталог.

www.trwaftermarket.com

GM & Mercedes Они вернутся

Текст: Олег Брянский

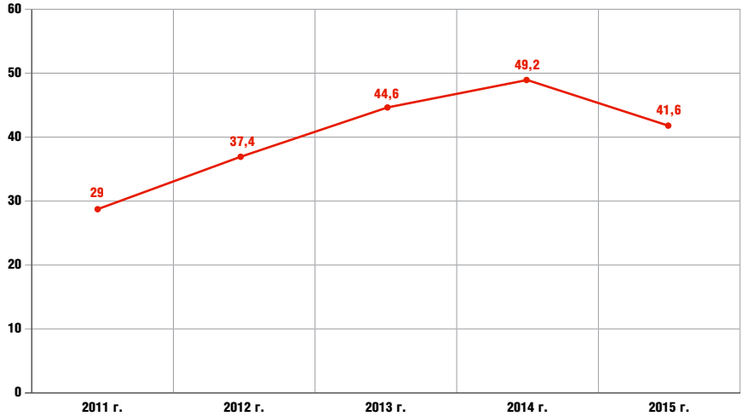
Кризис заставил покинуть Россию GM и отложить планы создания производства легковых автомобилей Mercedes. Но, несмотря на то, что пока нет признаков улучшения ситуации на российском авторынке, обе компании демонстрируют готовность продолжать работать в России.

Напомним, один из лидеров американского и мирового автопрома приступил к производству автомобилей в РФ в ноябре 2008 года, в Санкт-Петербурге. С конвейера предприятия выпускались Chevrolet Cruze, TrailBlazer, Opel Astra, Cadillac, к запуску в 2015 году готовилась модель Chevrolet Tahoe. Но 18 марта 2015 года GM заявил о выводе из РФ бренда Opel и массовых моделей Chevrolet и консервации производственных проектов (завод в Санкт-Петербурге, совместный проект с холдингом «Автотор» и проект с группой ГАЗ) с середины 2015 года.

Новость о фактическом уходе с российского авторынка бренда стала неожиданной и даже шокирующей для дилеров GM, ведь ещё в конце 2014 года представители компании презентовали новые модели. Компенсации получили уволенные работники производственного предприятия, в размере до 280 тысяч рублей и компания «Автотор».

Подавляющее большинство дилеров не получили компенсации, а получившие были очень недовольны её размером, так как GM рассчитывала размер компенсации исходя из 20% амортизации в год. Таким образом, на существенные деньги могли рассчитывать не более 20% всех дилеров GM, которые продавали автомобили этой марки более пяти лет. Как утверждают участники рынка, фактически GM готова была оплатить только «смену вывески».

Динамика продаж легковых а/м Mercedes, тыс. ед.



Дилеры имеют претензии к владельцу бренда на миллиарды рублей, а компенсировать потери только своими усилиями представляется сложным. Участники рынка утверждают, что салоны GM сложно и дорого перестраивать на работу с другими брендами. Да это и бессмысленно, так как продажи автомобилей продолжают падать, существующее количество салонов и без того избыточно.

Доходы от обслуживания уже проданных моделей GM постепенно сходят на нет из-за окончания гарантийных сроков и из-за того, что автовладельцы уходят от авторизованных центров. В результате невозможно компенсировать затраты на строительство салонов, специализированное оборудование, невозможно выплатить деньги сокращаемому персоналу.

Несмотря на явное недовольство дилеров политикой GM, есть сведения о том, что в российских судах только два иска дилеров к компании. На первый взгляд это довольно необычно, с учётом масштаба потерь. Но с практической точки зрения ничего удивительного нет. Во-первых, негативное развитие ситуации в экономике удерживает дилеров от любых резких движений на рынке — главное, удержать существующие позиции и быть готовым к восстановлению рынка.

Во-вторых, GM может через пару лет вернуться в Россию — этот слух упорно циркулирует среди автодилеров и поддерживается, в частности, администрацией Санкт-Петербурга. Губернатор города Георгий Полтавченко заявил: «GM закрыл производство, но пока они отказывают интересантам в продаже своего завода. Не исключаю, что ждут, как дальше будет развиваться ситуация, какова будет конъюнктура рынка, и, возможно, возобновят свое производство».

Mercedes

Информация о переговорах концерна Daimler с российскими заводами о возможности строительства завода по сборке легковых автомобилей появилась летом 2014 года. Mercedes был последним из крупнейших производителей легковых автомобилей, кто ещё не располагал своим производством в России. В то время причиной интереса Mercedes был введённый российскими властями запрет на госзакупки иномарок. Очевидно, что автопроизводители легковых автомобилей того же класса, что и Mercedes, получали конкурентное преимущество на большом российском авторынке, так как имели свои производственные мощности здесь.

В Минпромторге оптимистично утверждали, что Daimler уже определился с местом производства Mercedes в России, и вступил в переговоры с потенциальными партнёрами. СМИ рассказывали о том, что завод Mercedes может разместиться в Набережных Челнах при партнёрстве КамАЗа, либо в Москве, с участием ЗиЛа. Окончательное решение вопроса было запланировано на 2016 год. Но с развитием всестороннего кризиса вести о производственном проекте Mercedes почти исчезли.

Вновь информация о возможности создания производства Mercedes появилась в августе 2015 года, сначала на уровне слухов о том, что немецкая компания якобы попросила губернатора Георгия Полтавченко бесплатно предоставить площадку с инженерными коммуникациями под строительство завода по производству легковых машин. Председатель комитета по промышленной политике и инновациям Санкт-Петербурга Максим Мейксин прямо подтвердить этот слух отказался, но пожаловался, что Mercedes «по всем регионам…пытаются договориться об условиях, связанных с тем, чтобы ничего не платить… То есть мы построим там корпуса, если у нас не окупится бизнес, то вы из бюджета компенсируете». Конечно, слух о немцах-любителях бесплатных коммуникаций, остался без подтверждения.

В декабре 2015 года более реалистичную информацию представил губернатор Петербурга Георгий

цитата

Георгий Полтавченко
губернатор Санкт-Петербурга

«GM закрыл производство, но пока они отказывают интересантам в продаже своего завода. Не исключаю, что ждут, как дальше будет развиваться ситуация, какова будет конъюнктура рынка, и, возможно, возобновят свое производство».

Полтавченко: «Переговоры с Daimler ведутся, они пока не отказались от идеи разместить производство в Санкт-Петербурге. Детали раскрывать пока не хочу, но мы советовали им посмотреть площадку GM. По крайней мере, переговоры продолжаются. Мы им честно говорим, что в нашей ситуации не интересно сборочное производство, нам интересен уровень локализации не менее 30–35%», — сказал губернатор. В январе эту информацию подтвердила немецкая сторона: глава компании Дитер Цетше заявил, что Mercedes не отказался от идеи строительства предприятия в России, несмотря на тяжёлую ситуацию на авторынке.

Перспективы Mercedes определяются тем, что в условиях сокращения автомобильного рынка в России Mercedes не теряет позиции, а, напротив, в премиум-сегменте стал наиболее продаваемым автомобилем, так, по итогам 11 месяцев 2015 года продажи продукции Daimler в России составили 38 797 машин, а доля рынка достигла 2,67%.

Ушедшие с рынка

В течение 2015 года из России ушли всего 62 модели, именно по экономическим причинам. Среди них, кроме моделей GM: Ford (Galaxy, S-MAX, Ranger, Edge), Nissan (Navara, NP-300, Teana), Renault (Scenic, Latitude), Citroen (DS5, C1, C4-хэтчбек), Mazda (CX-9) и Toyota (Auris, Verso, Venza), Volkswagen (Touran, Scirocco) и Suzuki (Splash, Swift), прекратились продажи автомобилей SsangYong и Great Wall, в декабре 2015 года прекратилось производство Lada Priora хэтчбек и универсал, покинул российский рынок бренд Dodge. Есть предположения, что в этом году продолжится не только бегство моделей, но и бегство целых брендов, под угрозой Chrysler, Jeep, Subaru и Suzuki.

Почему уходят бренды сейчас, понятно, но главное, что базовые причины роста российского авторынка не исчезли, по крайней мере, пока. Автопарк России около 40 млн автомобилей, средний срок эксплуатации автомобиля более 13 лет, уровень автомобилизации по-прежнему низкий. Поэтому, как только экономический кризис пойдёт на спад, начнут расти и продажи автомобилей. Сейчас структура продаж изменяется в пользу автомобилей малого класса — Hyundai Solaris, Kia Rio, Lada Granta, Renault Logan, рынок концентрируется вокруг десятка самых популярных машин. Это обедняет авторынок, но позволит удержаться автодилерам.

Маловероятно повторение бума продаж 2007 года, который был связан, как сейчас стало ясно всем, с высокими ценами на нефть. Но когда тренд восстановления авторынка будет устойчивым, а спрос на автомобили снова начнёт расти, то ушедшие автомобильные бренды будут постепенно возвращаться, хотя модельный, вероятно, ряд будет уже другой, модели, которые ушли, больше не вернутся. Единственный и наиболее важный вопрос — сколько времени пройдёт до начала восстановления рынка.

Окончательное решение вопроса было запланировано на 2016 г. Но с развитием всестороннего кризиса вести о производственном проекте Mercedes почти исчезли

Сравнительный объём реализации наиболее продаваемых легковых автомобилей в РФ, ед.

марка	2014 год	2015 год
KIA	195691	163500
Hyundai	179631	161201
Renault	194531	120411
Toyota	161954	98149
Nissan	162010	91100
VW	128071	78390
Skoda	84437	55012
Chevrolet	123175	49765
Mercedes-Benz	49165	41614
Ford	65966	38607
Mitsubishi	80134	35909
Datsun	11414	31697
BMW	35504	27486
Mazda	50716	27358
Audi	34014	25650
Daewoo	37695	20451
Lexus	19149	20224
Opel	64985	16682
Lifan	23619	15131
Geely	18828	11617
Land Rover	21148	11605

Тормозн ой путь

Текст: Евгений Новожилов

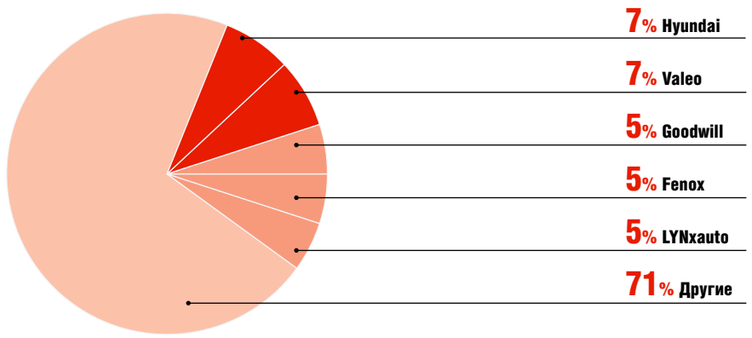
Рынок компонентов тормозных систем рос ещё в конце 2014 года, но в 2015 году кризис добрался и до него. Сейчас этот рынок находится в состоянии стагнации.

Рынок компонентов тормозных систем в России огромен, оценивается более, чем в 3 млрд долл. Ёмкость российского рынка тормозных колодок порядка 12 млн ед. Ёмкость российского рынка тормозных дисков более 10 млн ед. в год. В количественном выражении этот сегмент уступает лишь сегменту автомобильных фильтров, но в денежном выражении превосходит. Поэтому тенденции, характерные для сегмента тормозных систем во многом определяют тенденции рынка автокомпонентов в целом.

В связи со снижением продаж автомобилей рынок элементов тормозных систем замедлился в своём развитии не только в процентных показателях, но и качественно: потребители выбирают компоненты исходя из стоимости, а не бренда или качества.

На рынке тормозных колодок в России представлена продукция порядка 80 брендов, ценовая разница между изделиями невелика, кроме того, колодки одного типоразмера можно использовать на разных автомобилях. Тем не менее, как и во многих других сегментах рынка, выделяются бренды, которые доминируют в продажах среди десятков других ТМ для автомобилей в соответствии с маркой.

Доли брендов на рынке тормозных колодок для азиатских автомобилей, %



Для автомобилей отечественных марок на российском рынке представлены тормозные колодки около 20 основных ТМ, но наибольшую долю занимают бренды тормозных колодок Brembo и Lucas/TRW, Ferodo, LYNX, Icer, востребованы также оригинальные колодки Lada Image, Trialli, Маркон, Ween и Marco.

Для европейских иномарок на российском рынке представлены тормозные колодки более 40 востребованных брендов, но наибольшую долю на рынке занимают Bosch, Brembo, LPR, оригинальные Ford, Trialli, Quinton Hazell, Borg&Beck, TSN Цитрон. Для автомобилей азиатских марок в России около 20 брендов тормозных колодок, но наиболее востребованные Hyundai и Valeo.

На рынке представлено порядка 20 торговых марок тормозных дисков для автомобилей российских марок. При этом преобладает продукция ТМ Brembo и Автореал, востребована, также, продукция ТМ Valeo, Bosch, Alied Nippon, Trialli.

В сегменте европейских иномарок наибольшую долю рынка занимают диски TRW и Bosch. В сегменте автомобилей азиатских марок преобладает продукция ТМ Zimmermann Sport, Brembo MAX, ATE Power Disc.

Импорт и контрафакт

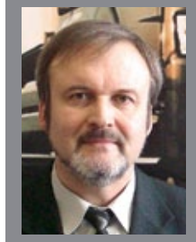
Импорт на рынке компонентов тормозных систем составляет порядка 80%, и это соотношение не меняется достаточно давно, структура рынка устойчивая, в целом этот рынок можно считать полностью сформированным.

В России достаточно развито производство автомобильных комплектующих — много брендов, традиционная проблема в качестве продукции. Отечественные производители занимают весомую долю в бюджетном сегменте. Практически ничего не слышно об импортозамещении в производстве компонентов тормозных систем, видимо, потому, что оно маловероятно в этой отрасли.

Относительно контрафакта на этом рынке информация противоречива. Так, некоторые участники рынка говорят о том, что одна из особенностей рынка элементов тормозных систем — низкая доля контрафакта. Подделка этих компонентов легко определяется потребителями.

На рынке определённую долю занимает так называемый «серый импорт», продукция, которую импортируют из стран Юго-

цитата



Сергей Чумаков
генеральный директор ЗАО «МарКон»

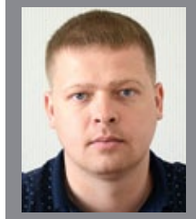
«Для обслуживания гигантского автопарка, выросшего в нашей стране в благополучные «кредитные» годы, требуется огромное количество «расходников» — тормозных колодок. Сегодня экономическая ситуация сложилась в пользу российского производителя. В 2015 году наши продажи выросли на 31%, в 2016 году — на 18%. В какой-то мере этому способствовал постоянный рост цен на импортные колодки. Но чтобы удержаться на рынке этого недостаточно. Необходимо иметь большой ассортимент, складскую программу, возможность размещения индивидуального заказа, и, безусловно, стабильное качество. Всё это мы предлагаем своим потребителям. В 2015 году мы внедрили бесшумную фрикционную НАО смесь, освоили 35 новых типов колодок на самые популярные модели авто, расширили ассортимент 10 типами барабанных колодок, выпустили новую линейку колодок для скутеров и квадроциклов. Спортклубам, автохозяйствам и службам такси мы предлагаем услугу восстановления б\у колодок. Для удобства покупателей мы размещаем свою продукцию на крупных интернет-площадках. Поддерживаем имидж нашего предприятия участием во всех значимых автомобильных выставках и форумах производителей».

Восточной Азии (ЮВА) с нарушениями таможенного законодательства, хотя пошлина всего 5% на элементы тормозной системы делает эту схему нерентабельной.

Другие участники рынка утверждают, что «серые поставки» и контрафакт, были существенной проблемой ещё год-два назад, но сейчас основная проблема — продукция неизвестных производителей и торговых марок.

Многие из этих компонентов приемлемого, хотя и не высшего, качества, но произведены (или упакованы) на малоизвестных фабриках не только традиционного поставщика такой продукции — Китая, но и компаний Кореи, Японии, Польши, Турции, Индии. Кроме того, в сегменте недорогих компонентов присутствует продукция из Узбекистана, Украины и Беларуси.

цитата



Александр Алякин
Менеджер по продвижению и продажам ООО «Феникс»

«В настоящее время российский рынок деталей системы тормозов и тормозных колодок автомобиля чувствует себя хорошо. Если говорить о спросе, то в данном вопросе нельзя не отметить стабильность, так как колодки являются расходными материалами, и замена их зависит от вида и условий эксплуатации автотранспорта. Для сохранения своих позиций на рынке в текущих условиях необходимо найти свою «золотую середину» в соотношении «цена/качество». К примеру, наша компания предлагает продукцию высокого качества, которая не уступает производителям оригинальных тормозных колодок и накладок. Но, с другой стороны, покупатель может приобрести наши колодки по доступным ценам, которые в несколько раз ниже оригинальных, за которые приходится переплачивать в основном из-за бренда».

Перспективы

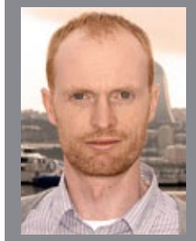
Будущее компонентов тормозных систем не блестящее, но надёжное. Рынок подержанных автомобилей в феврале 2016 года вырос на 11%, до 370 тыс. ед., и такая динамика зафиксирована впервые с декабря 2014 года. Для сравнения, продажи новых автомобилей в феврале 2016 г. упали на 13,4%, до 369 тыс. ед.

По итогам 2015 года, кстати, рынок подержанных автомобилей упал на 19,7% до 4,9 млн авто, но при этом, в 2015 году на подержанные машины были потрачено средств больше, чем на новые, впервые в новейшей истории РФ.

Сокращение продаж новых автомобилей в 2015 году и девальвация рубля создали предпосылки для роста спроса на запчасти сегмента aftermarket. Наметившийся рост продаж подержанных автомобилей тоже способствует этой тенденции. Потребители не ждут восстановления рынка или роста своих доходов, поэтому откладывают покупку новых машин и больше внимания уделяют ремонту. Особенно ярко это проявляется в сегментах: отечественные автомобилей и иномарок нижнего и среднего ценового диапазона.

В 2015 году вторичный рынок запчастей увеличился на 2%, с 940 млн ед. компонентов до 960 млн ед. Примерно на таком же уровне ожидается объём продаж и по итогам 2016 года. Кроме того, из-за роста курса валют и других известных негативных факторов структура рынка может перераспределиться в пользу дешёвых компонентов. В то же время, продолжается перераспределение автозапчастей в сегмент иномарок массового сегмента.

цитата



Евгений Черноусов
представитель в России и СНГ Отто Циммерманн ГмбХ

«На рынке в настоящее время присутствует и появляется много взаимно коррелирующих тенденций. В целом, увеличение среднего срока эксплуатации автомобиля, а также тенденция перехода от обслуживания в официальных СТО к независимым должно привести к расширению рынка aftermarket в пределах 5–10% в краткосрочной перспективе.

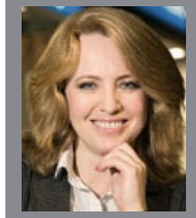
В настоящее время происходит перераспределение сегментов потребителей в сторону низкобюджетной продукции, а также увеличивается доля контрафактной продукции. Тем не менее остается значительная доля потребителей, которые не готовы разменивать качество продукции на ее дешевизну.

Сохранение высокого качества продукции – одна из основных задач нашей компании. Это позволяет поддержать репутацию бренда Zimmermann и обеспечить доверие как со стороны дистрибьюторов, так и со стороны конечных клиентов в долгосрочной перспективе.

Для компании Otto Zimmermann, которая выпускает продукцию премиум сегмента, перераспределение структуры потребления позволяет нашей продукции стать более доступным предложением для тех, кто предпочитает запчасти оригинального качества».

Тенденция предпочтения более дешёвых автозапчастей в сегменте недорогих подержанных иномарок отмечается с 2015 года. Возможно, в перспективе это может повлиять на позиции преобладающих на рынке брендов в пользу компаний-упаковщиков и контрафакта. Потребительские предпочтения в пользу недорогой продукции особенно ярко проявляются в сегментах электрооборудования (стартеры, генераторы, электроприводы), системы отопления (радиаторы), трансмиссии (сцепление), подвески (амортизаторы и пружины), и — тормозной системы (диски). Эти компоненты объединяет разница в стоимости между дорогой и дешёвой деталью в тысячи рублей. Колодки не попадают в эту категорию.

цитата



Ирина Бояринцева
продукт-специалист Bosch по тормозным системам

«За предыдущие 2 года экономическая ситуация, конечно же, внесла коррективы. Произошли некоторые структурные изменения рынка компонентов тормозных систем, в особенности дисковых колодок и дисков. Количественная емкость серьезно не изменилась, т.к. отменить или отложить «на потом» замену этих компонентов нельзя. А вот в денежном эквиваленте ситуация иная. Снижение покупательской способности увеличило спрос на более дешевую продукцию, а предложение не заставило себя долго ждать в лице уже известных брендов низкого ценового сегмента. Либо новых или ранее малоизвестных в России имен. Так же серьезно активизировали свое продвижение «частные» бренды.

Предугадать грядущие тенденции рынка сложно, всё зависит от развития экономики не только в России, но и в мире в целом. Естественно, и от того, насколько изменится автопарк в техническом плане и возрастном. Например, в России увеличивается доля подержанных автомобилей, а это ведет к спросу на дешевое обслуживание и запчасти».

Надежды на поддержку

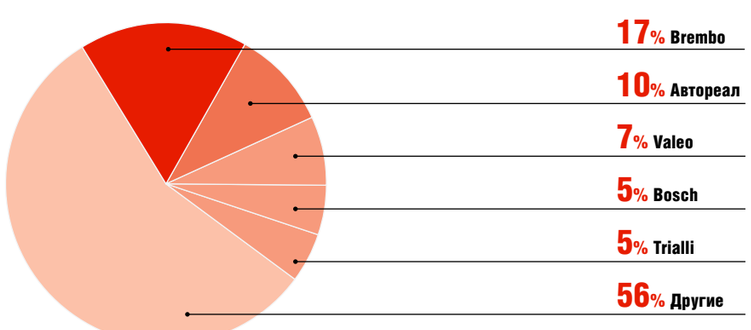
В октябре 2015 года, в Минпромторге заявили о том, что производители автокомпонентов могут пополнить список предприятий, оказывающих влияние на отрасли промышленности и торговли и нуждающихся в поддержке. В список могли бы войти производители автокомплектующих, выручка которых превышает 500 млн рублей, а численность сотрудников — более 50 человек.

Тогда автомобильная промышленность в программу не входила, но автокомпонентные компании надеялись стать участниками этой программы. Производители автокомпонентов могли бы рассчитывать на субсидирование процентных выплат по инвесткредитам, льготные займы от Фонда развития промышленности, льготы по ввозу компонентов, участвовать в программах прямых госзакупок, субсидирования скидок на готовую продукцию. По словам замминистра промышленности и торговли Александра Морозова, власти могли бы помочь производителям автокомпонентов с пополнением оборотных средств — субсидировать производителям автокомпонентов часть ставок по кредитам.

28 апреля 2016 года стало известно, что премьер-министр России Дмитрий Медведев принял решение о продолжении государственных программ поддержки спроса на новые автомобили в первом полугодии 2016 года. Государство планирует поддерживать льготное автокредитование, льготный лизинг, программу утилизации и trade-in, на всё это выделено 20 миллиардов рублей.

Конкретных мер поддержки автокомпонентной отрасли не содержится, речь идёт о поддержке реализации новых автомобилей. Возможно, адресных мер поддержки автокомпонентным производителям и не будет, так как нет смысла развивать автокомпонентную базу в отсутствии спроса на автомобили, а существующих мощностей для сегодняшнего объёма автопроизводства вполне хватает. Это означает, что отмеченные выше тенденции будут продолжаться.

Доли брендов на рынке тормозных колодок для отечественных автомобилей, %



FENIX автозапчасти

ООО «ФЕНИКС» является официальным торговым партнером в Республике Татарстан и Поволжья эксклюзивного дистрибьютора завода DUROLINE в России компании «УЛЬТРАЛАЙН».

DUROLINE S.A. – специализированный производитель тормозных накладок и колодок для тягачей, прицепов и автобусов.

Накладка обеспечивает:
- для тягачей – надежное торможение в горах
- для прицепов – эффективное торможение при перегрузке
- для самосвалов – длительную эксплуатацию и сохранение барабана
- для автобусов – бесшумное и надежное торможение
- для всех видов транспорта – безопасный тормозной путь при нагрузке до 10,5 тонн на ось

Безопасность для бережливых:
- фрикционный материал высшего класса делает накладки исключительно экономичными в эксплуатации и сохраняет барабан
- оригинальная технология DUROLINE обеспечивает дополнительное увеличение ресурса материала на 25% (в накладке создается чередование зон различной плотности, за счет этого шум и вибрации сокращаются в 1,5 раза)

СЧАСТЛИВОЙ ДОРОГИ!

Набережные Челны, Мензелинский тракт, 52, офис 601
Тел. (8552) 40-88-38, 8-917-249-37-96, 8-906-122-05-21
ICQ: 650946207 Александр, ICQ: 607187513 Любовь
e-mail: ooo-feniks-16@mail.ru www.fenix16.com

Экспертное мнение
Российский рынок тормозных систем

Этот сегмент автомобильной промышленности подвержен рыночным колебаниям наряду с другими. Поэтому автоэксперты и представители бизнеса постоянно держат «руку на пульсе» изменений и новых тенденций данного сектора отрасли. Как изменится спрос, что нужно сделать для сохранения своей доли на рынке и какие маркетинговые инструменты будут актуальны: на эти и другие вопросы для нашего издания отвечает Глава Представительства TRW Александр Юрьевич Коноплев.

Что можно сказать о текущей ситуации на рынке?

Российский рынок деталей тормозной системы автомобиля сформирован достаточно давно. На рынке присутствуют как известнейшие европейские бренды со столетней историей, так и малоизвестные, которые в основном представляют собой частные бренды и бренды из Юго-Восточной Азии. По статистике в 2015 году россиянами было куплено вдвое меньше автомобилей, по сравнению с 2014 году. Такое резкое снижение негативно влияет на рынок автозапчастей. Чтобы избежать падения продаж, компания TRW делает упор не только на рынок OE, но также продолжает поставлять детали тормозной системы для OES и для независимого автомаркета.

Какие тенденции и риски актуальны на сегодняшний день?

Малоизвестные бренды невысокого качества укрепляют свои позиции в связи с низкой ценой. Ориентация клиентов на товары более низкой ценовой категории способствует появлению спроса на подделки или продукты, не предназначенные для российского рынка, что, несомненно, может повлиять на безопасность конечного потребителя. На данном этапе TRW не ощутила на себе падение спроса на детали системы тормозов и тормозных колодок, благодаря многолетнему сотрудничеству с постоянными, благодарными клиентами. Более того, в последние годы наблюдается рост числа наших дистрибьюторов как в России, так и в странах бывшего СССР.

Насколько остро идет конкурентная борьба и как не оказаться в ней проигравшим?

Конкуренция на рынке деталей системы тормозов и тормозных колодок автомобиля очень высока, и это объясняется высокими требованиями и стандартами к производству данной продукции. Чтобы сохранить конкурентоспособность на рынке, компания TRW придерживается политики совершенствования качества продукции и использования технологий производства высочайшего уровня. Качество материала, из которых производится продукт, высокий профессионализм сотрудников, хорошо организованные бизнес процессы и сбалансированные цены — все это помогает компании оставаться конкурентоспособной на рынке автозапчастей.

Как можно использовать текущую ситуацию на рынке?

Ситуацию на автомобильном рынке однозначно можно использовать, чтобы укрепить свои позиции на рынке. Приобретение новых машин снижается, что приводит к старению парка автомобилей и, как следствие, увеличению затрат на регулярное сервисное обслуживание. Так как наша компания поставляет не только в оптовые магазины, но и в магазины розничной торговли и автосервисы, то падения продаж новых авто не может серьезным образом повлиять на уровень продаж продукции.

Какую роль для вашей компании играет маркетинг?

Как совместно с нашими дистрибьюторами, так и самостоятельно, мы разрабатываем всевозможные акции для клиентов, которые стимулируют продажи. Также, мы активно продвигаем бренд в интернете и масс-медиа. Каждый раз убеждаемся, что маркетинг играет огромную роль в успехе работы компании, будь то это широко известный бренд или же новый Start-up.

Green in Motion
Valeo Service: экологичные колодки

В рамках реализации планов по выпуску экологичных тормозных колодок компания Valeo Service запускает программу Green in Motion, призванную повысить популярность тормозных колодок под брендом Valeo для легковых автомобилей.

Важным элементом стратегии Valeo Service является устойчивое развитие компании. На протяжении многих лет специалисты Valeo внимательно отслеживают внедрение нормативов по содержанию определенных компонентов в составе материалов тормозных колодок. И такой подход гарантирует высокое качество, а также безопасность и экологичность продукции под брендом Valeo.

В рамках работы, направленной на то, чтобы предложить пользователям продукции Valeo тормозные колодки, соответствующие строгим экологическим требованиям и обеспечивающим при этом высокие показатели торможения, Valeo Service запускает программу Green in Motion.

Разработка оптимизированного и экологичного фрикционного материала позволила компании в 2015 году вывести 95% своего ассортимента колодок для легковых автомобилей на уровень, соответствующий рейтингу N стандарта SAE J 866. Это лучший признанный рейтинг среди всех американских экологических стандартов качества. Valeo Service предложила фрикционный материал, содержащий менее 0,5% меди еще за 10 лет до законодательного внедрения этого стандарта.

Программа Green in Motion от компании Valeo Service нацелена на разработку не содержащих меди тормозных колодок, а также гидравлических элементов, произведенных без добавления хрома. Программа ориентирована не только на автомобили с классическим ДВС, но и на электромобили. Так, Valeo Service уже предлагает широкий ассортимент тормозных колодок без меди для таких автомобилей, как BMW i3 и i8, Renault Twizy и Zoe.

Предлагая экологичные решения для «зеленых» автомобилей, Valeo Service способствует популяризации экологичного транспорта. С этой целью Valeo Service планирует и в дальнейшем развивать ассортимент своей продукции для электромобилей и автомобилей с гибридным приводом.

В рамках программы Green in Motion компания Valeo Service предлагает более полный ассортимент автокомпонентов, которые соответствуют нормам экологии и обеспечивают безопасность за рулем автомобиля.

В дополнение к ассортименту колодок премиального сегмента Valeo Service предлагает альтернативу — линейку тормозных колодок Valeo First по доступной цене. Товары этой группы были разработаны с соблюдением стандартов качества, экологических норм и требований устойчивого развития. Фрикционный материал колодок First и Premium выпускается согласно единым производственным стандартам. Выбирая колодки Valeo First, покупатель получает оптимальное решение по соотношению сервиса и качества.

Трёхкратн ый эффект

Текст: Роман Назаров

Серию историй о российских компаниях-экспортёрах автомобильных товаров открывает интервью с Борисом Бейлиным, президентом компании «БИГ Фильтр», победителем конкурса Санкт-Петербурга «Экспортер года» в номинации «Лучший экспортер автомобильных компонентов/аксессуаров».

Компанию «БИГ Фильтр» вряд ли надо отдельно представлять, поскольку фильтры торговой марки BIG Filter есть на витрине большинства российских автомагазинов. В рамках первого знакомства мы коснёмся лишь экспортного направления питерского производителя автомобильных фильтров.

Внешнюю торговлю компания открыла почти 20 лет назад, и с тех пор объём её экспорта в рублёвом выражении вырос в 70 раз, в 2015 г. превысил 100 млн руб. В списке направлений насчитывается 32 страны, включая самые развитые — США, Германию и Тайвань, например.

С годами ориентация на мировой рынок росла. В 2008 г. «БИГ Фильтр» целенаправленно адаптирует продуктовую линейку к рынку фильтров для иномарок и проходит сертификацию поставщиков VW и GM. Следом, в 2011 г., получает номинации на поставку воздушного фильтра на конвейер и в гарантийную сеть Renault-Nissan, а в 2013 г. россияне даже принимают участие в разработке концепта воздушной системы для Bentley.

Дальнейшие подробности — в беседе с президентом компании Борисом Бейлиным.

Об истоках

Сейчас у компании «БИГ Фильтр» нет одного продукта, который был бы «локомотивом» компании — фильтры всех категорий продаются неплохо и относительно равномерно. А тогда, в начале, такой продукт был.

— Изначально пластмассовые топливные фильтры действительно стали бестселлером, — говорит Борис Бейлин. — Но это было уже около 20 лет назад. С этого фактически компания стала известна на внешнем рынке.

Он хорошо помнит и первого иностранного покупателя — румынскую Limorom, заключившую контракт на поставку в 1997 г.

Европа так и осталась главным направлением для «БИГ Фильтр», туда идёт 55–60% экспортируемой продукции.

Что касается первичного рынка, первым клиентом «БИГ Фильтр» стал концерн Volkswagen в 2009 г. К настоящему времени фильтры из Петербурга (под брендом VW, конечно) поставляются уже на 9 заводов VW. В целом же поставки на экспортный первичный рынок пока невелики, около 1%, и именно здесь президент видит для своей компании главную точку роста.

О людях

— Если работать с дистрибьюторами исключительно порядочно — а мы такой принцип завели с самого начала — то и они так же будут к вам относиться, — говорит президент компании. — И тот

Фото пластмассовых топливных фильтров 1997 г., с которых начался экспортный успех «БИГ Фильтр»

факт, что со многими мы работаем уже десятилетиями — это заслуга именно человеческих отношений, основа основ в любых странах — люди есть люди. Только менталитет различных стран накладывает отпечаток.

То же касается собственных представителей, в «БИГ Фильтр» их не делят по принципу «этот специализируется на Европе, а тот на Ближнем Востоке». Главное — знание товара и порядочность. Даже не надо знания местного языка — английским владеют везде.

— Есть отдельные страны, где людей тяжело понимать — с китайцами так, например, — отмечает Борис Бейлин. — Может быть, из-за акцента. Но языковой барьер не является проблемой.

Современная продукция предприятия

Даже работа в мусульманских странах практически не отличается, говорит собеседник. Более того, не всегда удаётся сразу понять, каких религиозных взглядов придерживается партнёр. В качестве примера президент «БИГ Фильтр» рассказал, что много лет работал с дистрибьютором в Египте, не зная его вероисповедания. Полагая по умолчанию, что тот мусульманин, россиянин проявлял уважение и внимание к мусульманскому календарю, пока однажды партнёр не объяснил, что он христианин! (В Египте действует Коптская православная церковь — прим. авт.).

Аналогичный случай произошёл в Сирии — оказалось, что партнёр не мусульманин, а христианин.

Увы, дистрибьютор «БИГ Фильтр» в Сирии, живший в Алеппо, был вынужден закрыть бизнес с началом войны. К счастью, конфликт не отразился на поставках в другие страны региона, говорит собеседник.

Человеческие отношения оказались сильнее даже негатива в отношении к России, связанного с внешнеполитическими конфликтами нашей страны.

— На встречах на выставке «Автомеханика» во Франкфурте нам говорят: «Мы знаем, что вы русские, но к тебе это не относится», — рассказывает Борис Бейлин. — Нас воспринимают просто как бренд «БИГ Фильтр», без национальности. Большинство отделяют политику страны и людей, работающих в конкретном бизнесе.

О национальной валюте

Если в 2012 г. экспорт составлял 5,4% продаж «БИГ Фильтр», то к 2015 г. он вырос до 11,1%, а в денежном выражении подскочил аж в 3 раза.

— Падение рубля для российского производителя выгодно, — говорит собеседник. — Даже при том, что фактически в стране нет сырья, и многое приходится импортировать.

Но и сейчас рубль переоценен: президент «БИГ Фильтр» оценивает, что доллар должен стоить 75–78 руб.

– Конечно, национальная валюта не должна быть дешёвой, — оговаривается он. — Но в этом случае всё сырьё и оборудование, которые мы закупаем, должны производиться здесь. А поскольку отечественных поставщиков практически нет, цена валюты должна приводиться в соответствие с условиями нашей работы.

В этом убедится любой, кто попадёт в цеха «БИГ Фильтр»: тут немецкие и австрийские литьевые машины с израильскими программами и холодильными установками, американские сварочные лазеры, другое современное итальянское, корейское и финское оборудование.

О логистике и таможне

По данным Euromonitor International, около 50% грузовиков и контейнеров, в которых в Россию привозят импортные товары, назад возвращаются порожняком. В порту Гамбурга говорят, что большинство пустых контейнеров приходят из Санкт-Петербурга. В мировой практике перевозчики часто снижают цены на непопулярных маршрутах, чтобы привлечь сопутные грузы, но на перевозках из России скидки — большая редкость.

— Не чувствуется, что нас хотят привлечь, — соглашается Борис Бейлин.

Лучше всего налажен путь через порт Санкт-Петербурга. Далее товар, предназначенный для Америки и Азии, перегружается в Гамбурге. На Ближний Восток, например, через Новороссийск будет короче, но сокращение пути обернётся потерями времени и несёт серьёзные риски, говорит собеседник.

На другие вопросы, касающиеся разных аспектов поддержки русских экспортёров, собеседник только разводит руками.

Отраслевые ассоциации, консульства? Не помогают: консульство России не заинтересовано, любые запросы на поддержку словно наталкиваются на стену.

Таможня? Государство в государстве, у которого свои законы. Спасибо, если хотя бы не мешают.

в 3 раза

вырос экспорт «БИГ Фильтр» с падением рубля

ЗАО КАРДАН
ВАШ КОМФОРТ – НАША ЗАБОТА
Карданный вал с ШРУС поставляется на конвейеры для Chevrolet Niva и Lada 4x4
ШРУС ARJ:
гасит вибрации осевых перемещений, обеспечивает угол 20° – максимальный показатель из представленных на рынке, осевой ход – 21мм
Вал с шарниром ARJ:
обеспечивает уверенную передачу момента на максимальных ходах подвески во всем диапазоне скоростей автомобиля
ЗАО КАРДАН
446010, Самарская область, г. Сызрань, ул. Гидротурбинная, 13,
Тел./факс (8464) 37-25-18.
cardan-syzran@rambler.ru
купить в интернет магазине
www.cardan-syzran.ru
АВТОМОБИЛЬ ДВИЖЕТСЯ ПЛАВНЕЕ И БЕСШУМНЕЕ

Линии производства топливных и масляных фильтров

Иногда бывают просто издевательские требования; в других ситуациях оформление проходит быстро.

— Хотя, пожалуй, если просмотреть ситуацию за большой период, становится легче, — признаёт президент «БИГ Фильтр». — Но по-прежнему столько дикости и глупости.

Последняя оценка касается и налогового режима.

— Характерный пример: если мы покупаем импортное сырьё и поставляем продукцию на экспорт, то импортную пошлину за сырьё не должны платить, — говорит он. — Но чтобы оформить льготу, нужна уйма времени и расходов, которые превышают возможную экономию.

О качестве

Мы уже много раз слышали от российских топ-менеджеров, что пока компания не станет лидером на своём родном рынке, выходить на мировую арену бессмысленно — затопчут.

— Там действительно сильная конкуренция, — подтверждает Борис Бейлин. — Нужно уметь производить, и производить гарантированно качественно. Идти туда с некачественным товаром — бессмысленная авантюра. Если ты поставляешь хороший продукт и у тебя цена даже чуть выше, это принимается.

Собеседник уверяет, что низкое качество — не российская, а общемировая болезнь. Более того, эпидемия.

— Найти поставщика, пусть даже оборудования или сырья, довольно сложно, — рассказывает он. — Сбои колоссальные, потому что отвратительного качества идёт около 20%, более или менее 60% и лишь 20% поставщиков дают стабильное качество. Особенно много плохого товара из Китая.

В итоге производитель либо теряет клиента, либо прибыль. Борис Бейлин приводит в пример собственные закупки сырья и оборудования: за срывы поставок компания выставляет претензии.

— Платят, плачут, но работают, — смеётся собеседник. — Иначе мы найдём другого поставщика.

Об импортозамещении

Сейчас многие российские производители автотоваров могли бы попасть на мировой первичный рынок, даже не выезжая за рубеж — через российские сборочные заводы иностранных автоконцернов. Это автоматически даёт вход в глобальную цепь поставок, считает Борис Бейлин. Если вы, опять же, даёте товар надлежащего качества.

Российские производители в большинстве своём пока не привыкли к тому, что в понимании западных OEM качество — это не только отсутствие рекламаций, но и способность поставщика быстро осваивать новые виды продукции. Унификация продукции, групповые технологии и поддерживание связей с коллегами-конкурентами из разных стран помогают компании «БИГ Фильтр» бежать со скоростью клиентов.

Вот и сейчас компания закупает новые технологические линии, каких в России пока нет ни у кого, чтобы поставлять новые воздушные фильтры, которые пока OEM вынуждены импортировать: зрительно они не отличаются от прежних, но в них клеевые соединения заменены на сварные. Конечный продукт становится качественнее и дешевле, однако поставщик фильтров должен вложиться в довольно дорогое оборудование, которое окупится не за один год.

В целом пример «БИГ Фильтр» показывает, что российский рынок пусть и медленно, но интегрируется в мировой, и всё меньше смысла делить рынки на «внутренний» и «внешний».

— Я строю серьёзные планы на развитие компании, а развитие здесь автоматически увеличит экспорт, — говорит президент компании. ai

Ваша компания производит в России автомобильные товары и экспортирует их?
Тогда она может стать героем одного из следующих выпусков рубрики «Российский экспортёр».
Заявить о себе можно, написав в редакцию info@ai-media.ru.

Scania & MAN В негативных условиях

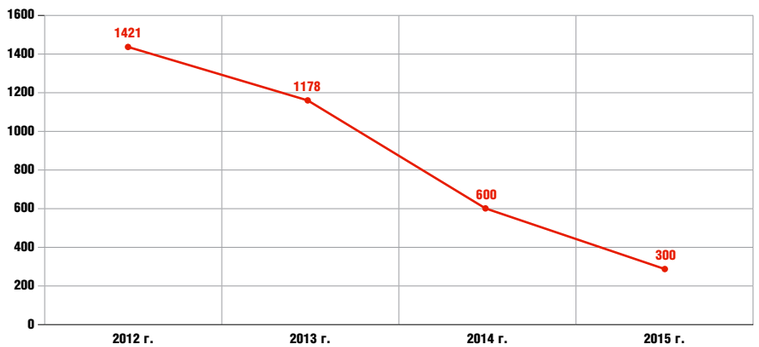
Текст: Олег Брянский

Во время открытия завода «Скания-Питер» в 2010 году, шведский автоконцерн Scania планировал через 6 лет (то есть в настоящее время) продавать через предприятие «Скания Русь» по 10 тыс. грузовиков в год. Но планы пришлось менять гораздо раньше, чем в 2016 году.

В России в 2014 году продажи грузовиков снизились на 20,5% к показателям 2013 года, но продажи грузовиков Scania сократились лишь на 8,3% (5499 ед.). Компания была лидером на российском рынке среди грузовых автомобилей европейских брендов полной массой свыше 16 тонн. По всей видимости, это позволило сохранить позиции на рынке и сохранить производство в Санкт-Петербурге, о чём заявил гендиректор ООО «Скания-Питер» Ино Муберг. Хотя участие российского автозавода в общем объёме продаж невелико, на автозаводе производится немного автомобилей, в 2014 году около 600 ед., в 2015 году порядка 300 ед.

В 2015 году ситуация на российском рынке грузовиков продолжала ухудшаться. Продажи грузовиков всех типов упали на 35,6% до 136 012 ед. Продажи отечественных автомобилей уменьшились на 11,4% до 97 328 ед., но их рыночная доля выросла с 52,0% до 71,6%. Соответственно, продажи грузовых автомобилей иностранных брендов сократились на 46,3% до 10 214 ед., но их рыночная доля сократилась с 9,0% до 7,5%. Продажи импортных новых грузовиков упали на 65,9% до 27 440 ед., а их доля сократилась с 38,0% до 20,2% рынка.

Динамика продаж а/м пр-ва «Скания-Россия», ед.



В 2015 году продажи Scania продолжали падать, почти на 60% к 2014 году. Тем менее, Scania удерживает долю 30,9% среди крупнейших европейских брендов грузовых автомобилей, это больше, чем вдвое по сравнению с долей 2012 года. Свою долю, порядка 20% сегмента рынка, удержал и MAN, хотя и его показатели продаж сократились почти на 60% к 2014 году (1722 ед.).

Производство MAN и Scania в России неоднократно прерыва-

около $13,5 млрд

составит ориентировочная стоимость сделки по продаже Scania и MAN

ГЛУШИТЕЛИ
Широкий выбор (в том числе из алюминия) по оптимальным ценам. Все глушители проходят специальную антикарозийную обработку. Качество глушителей производства «Три-В Плюс» соответствует требованиям, предъявляемым потребителями и государственными стандартами.

ПРИЕМНАЯ ТРУБА
Проходит жесткий контроль герметичности и высококачественную окраску. Это позволяет продлить срок эксплуатации трубы и облегчить её установку в автомобиль.

РЕЗОНАТОРЫ
При производстве резонаторов используются только качественные лакокрасочные материалы. Это позволяет значительно продлить срок службы резонатора.

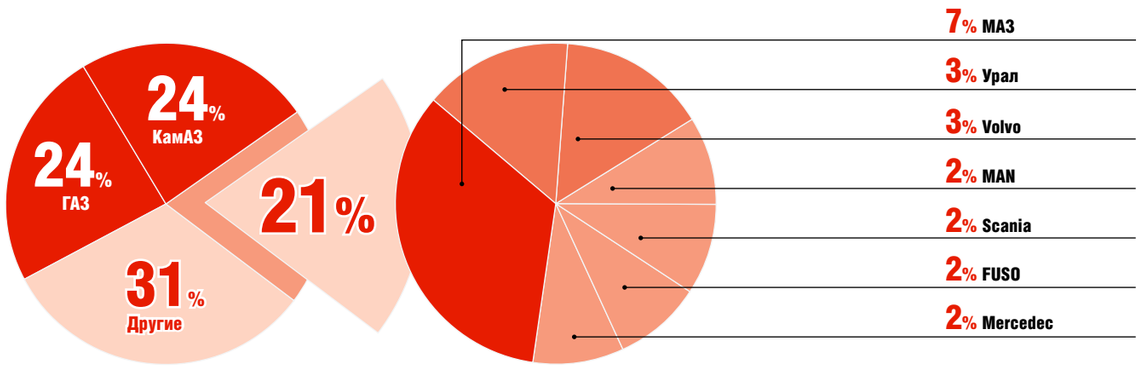
МЕХАНИКА
Рычаги задних подвесок для автомобилей ВАЗ производятся из высокопрочных материалов, которые по достоинству оценили клиенты компании «Три-В Плюс» и их покупатели.

Вся выпускаемая продукция реализуется по минимально возможной стоимости, то есть оптовые цены на выхлопные системы и запчасти к ним в компании «Три-В Плюс» ниже, чем среднерыночные на продукцию аналогичного качества. Компания может позволить себе удерживать рост цен, абсолютно не снижая при этом надёжности изделий, так как использует наиболее эффективные технологии и передовое высокоточное оборудование. Постпродажная гарантия 12 месяцев.

Компания «Три-В Плюс» открыта к сотрудничеству с оптовыми покупателями из любых регионов России

г. Тольятти, ул. Ларина д. 151, стр. 4,
тел.: (8482)69-54-24, 69-53-53,
mail@vvv-tlt.ru, www.vvv-tlt.ru

Доля MAN и Scania в российском грузовом автопарке в 2015 г., %



лось. MAN останавливал конвейер с конца марта до середины мая, Scania также несколько раз на короткое время останавливал выпуск машин. Предприятие MAN с самого запуска в 2013 году не приносило прибыли, и уже к 2013 году убыток MAN достиг почти 20 миллионов рублей. «Скания-Питер» шёл по пути сокращения убытков, но тоже не достиг прибыли с момента запуска в 2010 году.

Начало 2016 года не принесло улучшений на рынок грузовиков. В январе продажи новых грузовых автомобилей в России сократились на 40,6%, до 2,8 тыс. ед. В феврале 2016 года объем рынка новых грузовых автомобилей в России сократился по сравнению с аналогичным показателем 2015 года на 25,7%, до 3,4 тыс. ед. При этом MAN вошёл в пятёрку лидеров рынка, увеличив продажи на 64,2% до 174 ед. Рынок грузовиков с января по февраль составил 6,2 тыс. штук — на 33,3% ниже, чем за тот же период 2015 года.

По всей видимости, плохие показатели российского рынка грузовиков способствовали тому, что Volkswagen AG решил реорганизовать бизнес в России, объединив производства грузовиков в Санкт-Петербурге на одной площадке в рамках завода «МАН трак энд бас продакшн рус». О том, что Volkswagen Group меняет корпоративную структуру, стало известно летом 2015 г. Volkswagen Group приступил к объединению 12 марок в рамках четырёх холдингов. При этом, MAN, Scania и VW Commercial Vehicles в рамках предприятия Truck & Bus должны работать совместно, но с сохранением операционной независимости. Площадка «Скания-Питер», после объединения эксплуатироваться не будет.

К сентябрю 2016 года на завод MAN будет перенесено оборудование производства Scania и начнётся производство автомобилей. Окончание процесса слияния брендов в РФ завершится в мае 2016 года. Возглавит предприятие гендиректор ООО «Скания-Питер» Ино Муберг.

Несмотря на то, что бренды MAN и Scania будут собираться под одной крышей, предполагается, что они сохранят конкурентные отношения. На сегодняшний день известно только об одном компоненте, которым будут оснащаться машины обеих марок — автоматизированная коробка передач ScaniaOptiCruise, которую MAN NFZ закупает у Scania AB. Унификации узлов брендов в планах Volkswagen AG нет.

В судьбу предприятий в России может вмешаться бушующий в автомире с прошлого года «Дизельгейт» — скандал с дизельными двигателями Volkswagen, в которых намеренно занижались выбросы вредных веществ в атмосферу. В ряде источников со ссылкой на Андреаса Реншлера, руководителя грузового подразделения Volkswagen, появилась информация о том, что Volkswagen может продать Scania и MAN, либо вывести бренды на IPO, что позволит покрыть расходы, связанные с «дизельгейтом».

Утверждается, что скорого решения по Scania и MAN нет, но возможность вывода производителей грузовиков из состава Volkswagen Group обсуждается. Ориентировочная стоимость сделки по продаже Scania и MAN составит около 13,5 млрд долларов. Впрочем, даже если это слух, указанных средств всё равно мало для компенсации последствий «дизельгейта», ущерб от которого составляет, по меньшей мере, 55 млрд долларов. ai

Утверждается, что скорого решения по Scania и MAN нет, но возможность вывода производителей грузовиков из состава Volkswagen Group обсуждается

Green Auto Sho w Shanghai 2016: такого автомир еще не видел

Текст: Александр Грачёв

28-30 июня в бизнес-столице Поднебесной пройдет первое издание уникальной выставки. Её концепция, как и основные тематические Зоны посвящены только одному: альтернативным источникам энергии для транспортных средств. Удачный симбиоз B2B и B2C форматов, колоссальные вложения со стороны государства в перформанс и создание футуристической обстановки, а также участие ведущих мировых производителей электрокаров, гибридов и сопутствующих технологий сделают посещение Green Auto Show Shanghai 2016 незабываемый событий независимо от того, бизнесмен вы или простой автолюбитель. На актуальные вопросы редакции «ai» отвечает директор выставки Гу Чан Тинг.

Как давно у вас родилась идея о создании и проведении такой выставки как Green Auto Show?

Сама идея родилась довольно таки давно, в то время, когда правительство Китая опубликовало правила и положения по господдержке и развитию рынка альтернативных источников энергии. Начиная с 2011 года, мы становимся свидетелями резкого роста производства и продажи транспортных средств на новых источниках энергии в Китае. Всё больше и больше локальных и международных производителей презентуют свои новые модели транспортных средств на альтернативных источниках энергии в рамках автосалона в Шанхае (Shanghai Motor Show). Это подтолкнуло нас к созданию профильной бизнес-платформы, которая позволит развивать высокотехнологичное направление автомобильной индустрии и ускорит процесс внедрения новых технологий в повседневную жизнь.

Какова концепция Green Auto Show и причины, по которым вы презентуете подобную выставку в настоящее время и именно в Шанхае?

Мы исходим из того, что Green Auto Show должна стать лучшей бизнес-платформой для презентации транспортных средств на новых источниках энергии, а также площадкой для презентации инновационных технологий в этом сегменте автомобильной промышленности. Помимо фантастических стендов и футуристических автомобилей мы продемонстрируем такие интеллектуальные технологии как автопилоты для современных машин, инновационные продукты и мобильные возможности. Это поможет посетителям буквально окунуться в мир технологий завтрашнего дня и иметь четкое представление о последних тенденциях и трендах в мировой автомобильной промышленности.

На каких технологиях и продуктах будет сфокусировано внимание предстоящей выставки?

В центре внимания будут все типы транспортных средств на альтернативных источниках энергии, в частности, такие как электромобили, гибриды, автомобили с топливными батареями и многие другие. Также будут отдельно представлены типы батарей, двигателей и систем управления подобными агрегатами. Наряду с этим организаторы выставки выделят специальное место под «умные» (Smart) транспортные средства и технологии, что позволит усилить взаимодействие между экспонентами и посетителями.

Кого вы видите потенциальными участниками и посетителями Auto Green Show 2016?

Потенциальные участники, это, несомненно, производители транспортных средств, основанных на альтернативных источ-

Green Auto Show должна стать лучшей бизнес-платформой для презентации транспортных средств на новых источниках энергии, а также площадкой для презентации инновационных технологий в этом сегменте автомобильной промышленности

никах энергии, а также производители высокотехнологичных и инновационных сопутствующих автокомпонентов и автозапчастей. Также мы ждем в качестве посетителей представителей профильных мировых ассоциаций, делегатов и членов от правительств зарубежных стран, автоспециалистов от бизнеса, ученых и разработчиков из ведущих мировых университетов, а также всех любителей современных технологий и их детей. Auto Green Show будет в равной степени интересна как профессионалам своего дела, так и обычным людям, которые захотят своими глазами увидеть современные инновационные достижения мирового автопрома и станут наглядной пропагандой популяризации перехода от морально-устаревшего бензина на новые, в том числе, возобновляемые источники энергии.

Какими специальными возможностями и бизнес-программами смогут воспользоваться участники и посетители выставки?

Для участников мы подготовили серию удивительных событий непосредственно в рамках выставочного комплекса. Это 3-й автомобильной форум «Key Tech Forum», «Hybrid Vehicle Technology Forum» — форум о гибридных технологиях, а также участники смогут воспользоваться программой по организации двусторонних встреч формата «face to face» со своими потенциальными партнерами. Для посетителей будут установлены интерактивные Зоны отображения, на которых можно будет своими глазами увидеть все достижения современного автомобилестроения и технологий. Таким образом, посетители смогут на себе ощутить неповторимую атмосферу инноваций, а в некоторых случаях даже протестировать некоторые новинки.

В рамках выставки планируется отдельная Финансовая Зона, где для малого и среднего бизнеса, а именно, производителям автомобилей на альтернативных источниках энергии будет предоставлена возможность получить кредитование под новые профильные проекты. Это будет способствовать развитию отрасли и придаст ей новый импульс.

Какие преимущества получат участники из России?

Дипломатические отношения между нашими двумя странами демонстрируют последнее время не только устойчивый рост, но и динамичное развитие. В Китае есть ряд автопроизводителей, таких, например, как BYD, JAC, Chery, которые планируют активную экспансию зарубежных рынков, одним из которых станет перспективный российский. Мы надеемся, что через посещение Green Auto Show, российские покупатели смогут иметь исчерпывающее представление о текущем развитии этого сегмента автомобильной промышленности Китая и лучше понимать перспективу работы с подобными продуктами. С другой стороны, российские гости будут иметь возможность встретиться лицом к лицу с ключевыми инженерами и разработчиками для обучения и обмена различного рода информацией. На наш взгляд связи подобного рода должны иметь положительное влияние на будущее развитие автопрома в области инновационных источников энергии для обеих стран.

Какие специальные возможности получат представители российских делегаций и русские бизнесмены?

- Мы рады пригласить всех российских специалистов и бизнесменов посетить Green Auto Show. Для российской делегации мы подготовим специальные мероприятия, например, встречи формата «face to face», на которых мы будем приглашать все компании, которые поставляют свою продукцию на российский рынок или планируют инвестировать в Россию. Мы можем также организовать бесплатную экскурсию на производство крупнейших китайских заводов, таких как авто SAIC Group, Shanghai Volkswagen, это поможет российским посетителям найти потенциальные возможности для совместного бизнеса. Кроме того, мы предлагаем российским бизнесменам бесплатное проживание в отелях не ниже уровня 4* и различного рода содействие во время пребывания в Шанхае.

И в заключение нашего интервью у вас есть возможность пригласить всех наших читателей на Green Auto Show 2016.

От лица организаторов, я хочу пригласить всех читателей журнала «Автоинструкция» — бизнесменов, производителей и дистрибьюторов на Green Auto Show 2016! Искренне верю, что наша выставка принесет вам намеченные бизнес-результаты и вы насладитесь пребыванием в Шанхае.

По вопросам посещения выставки в составе российской делегации обращайтесь к официльному агенту выставки Green Auto Show в России — ООО «Дюран Медиа Групп» тел. +7 495 797 10 44

АСК «НИЖЕГОРОДСКОЕ КОЛЬЦО»
Календарь спортивных мероприятий
летний сезон 2016 года

ИЮНЬ

1 июня Мото трек-день
4 июня Drift Family
5 июня Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 2 этап
8 июня Авто трек-день
12 июня Чемпионат Russian Hot Hatch Club Championship (RHHCC)
14 июня Мото трек-день
17–18 июня Всероссийские соревнования по дрифтингу «Российская Дрифт Серия» (RDS)
19 июня Кубок России Formula Masters Russia
20 июня Соревнования по велоспорту
25 июня Открытый Чемпионат по дрэг-рейсингу «Битва Моторов», 1 этап
26 июня Любительский Кубок NRing, 2 этап + Открытый Кубок по картингу, 2 этап
29 июня Мото трек-день

ИЮЛЬ

2 июля Всероссийская гоночная серия MaxPowerCars
3 июля Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 3 этап
6 июля Авто трек-день
9–10 июля RDA: турбо-шоу “D.VISIONS”
15–16 июля Чемпионат XBikes
17 июля Автомобильный фестиваль «Русские горки»
20 июля Авто трек-день
23–24 июля Всероссийская гоночная серия MaxPowerBikes
28–30 июля Международные соревнования по мотогонкам RSBK
31 июля Любительский Кубок NRing,3 этап + Открытый Кубок по картингу, 3 этап

АВГУСТ

3 августа Авто трек-день
6 августа Открытый Чемпионат по дрэг-рейсингу «Битва Моторов», 2 этап
17 августа Мото трек-день
19–20 августа Всероссийские соревнования по дрифтингу «Российская Дрифт Серия» (RDS)
21 августа Чемпионат по шоссейно-кольцевым автогонкам NLS, 4 этап
24 августа Авто трек-день
27 августа Всероссийская гоночная серия MaxPowerCars
28 августа Любительский Кубок NRing, 4 этап + Открытый Кубок по картингу, 4 этап
31 августа Мото трек-день

фото: Р. Самарин

Жаркий старт сезона RSBK

www.nring.ru

Новый сезон российского супербайка стартовал в минувшую субботу на трассе «Нижегородское кольцо». В первом этапе приняли участие без малого 70 гонщиков и 11 профессиональных гоночных команд. Зрители стали свидетелями шести захватывающих заездов в десяти классах.

В самом мощном классе серии RSBK- Repsol — категории Супербайк — две гонки первого этапа сезона 2016 года прошли по совершенно разным сценариям. В первом заезде шансов своим соперникам не оставил многократный чемпион страны Сергей Крапухин, который стартовал с поула и уверенно конвертировал его в победу в гонке. Во второй гонке он снова уверенно выиграл старт и повёл пелотон, но через несколько поворотов технические проблемы вывели главного фаворита из борьбы. После этого сражение за победу повели Дмитрий Майоров и Максим Киселёв. Но после того, как Майорову удалось захватить лидерство и получить оперативный простор, вопросов о победителе заезда он уже не оставил.

В первой гонке класса SSP интрига закрутилась уже на стартовом круге, когда лидер квалификации Алексей Иванов сам усложнил свою задачу, вылетев с трассы. Он смог вернуться на гоночное полотно и отыграть одну позицию за другой. За несколько кругов до финиша Иванов обогнал своего главного соперника Антона Ерёмина из Motodom и финишировал первым.

Второй заезд Суперспорта стал настоящим украшением этапа RSBK- Repsol 2016. С самого начала гонки между Ивановым и Ерёминым завязалась захватывающая дуэль. Несколько раз они обменивались позициями, но никому не удавалось получить решающего преимущества. Увы, но за несколько кругов до финиша лидировавший на тот момент Ерёмин допустил ошибку и жёстко приложился об асфальт. Таким образом, Иванов оформил на «Нижегородском кольце» победный дубль, а его главный соперник Ерёмин закончил первый уик-энд сезона с травмой ноги.

Нижегородских болельщиков в гонках Суперспорта смог порадовать местный спортсмен Владимир Карзаев, который дважды поднимался на подиум — в первом заезде он стал бронзовым призёром, а во второй гонке поднялся на одну ступеньку выше.

В объединённом заезде стоковых классов сильнейшим в STK 600 стал Владислав Невмержицкий, а в STK 1000 первым финишировал Сергей Белов. Среди любителей лучшими на первом этапе RSBK- Repsol 2016 стали Виталий Жук SPB Racing Team в классе Stock Open 1000 и местный гонщик Олег Маркин в SO 600.

ai Автоинструкция

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

55 000
тираж

48
регионов России

100%
целевая аудитория:

Производители и дистрибьюторы компонентов и запчастей

Оптовые поставщики

Розничные продавцы

Журнал для автоспециалистов «Автоинструкция» (+16)

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.
Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-21113 от 20.05.05

Учредитель и издатель: **ООО «Дюран Медиа Групп»**
Официальный агент Messe Frankfurt Exhibition GmbH по бренду Automechanika на территории России
automechanika

Главный редактор: **Елена Павелко**

Обозреватели: **Евгений Новожилов, Василий Пражек, Елена Кочемас, Ольга Васильева, Роман Назаров, Александр Грачёв, Игорь Бек, Михаил Милошевич, Олег Брянский**

Дизайн и верстка: **Максим Перльмуттер**

Региональные менеджеры: **Светлана Зулитова, Екатерина Скиба**

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

Тираж: **55 000 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 обьявлений ответственность несет 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.

Электронная версия журнала
www.avtoinstrukcia.ru/archive.htm

Available on Google play | Download on the App Store

www.ai-media.ru

Ведущее автомобильное событие года!

ММАС
Московский Международный Автомобильный Салон

26 августа - 4 сентября
2016

Москва
Крокус Экспо

www.mas-expo.ru

реклама
0+

Организаторы: Крокус Экспо
Под патронатом: OICA
При поддержке: AEB Association of European Businesses
Генеральные информационные партнёры: Авторадио, Автомир, газета.ru, Авто Плюс

ROVERS

Применение моторного масла Rovers Royal 5w40 обеспечивает надежность, безопасность и эффективную защиту двигателя в лучших английских традициях!

www.rovers.mobi

PROTECTION. RELIABILITY. SAFETY.