



АВТОИНСТРУКЦИЯ

ЖУРНАЛ ДЛЯ АВТОСПЕЦИАЛИСТОВ

Живая сила мотора

Защита
на молекулярном
уровне



VITEX

Модернизированные станды для правки дисков

СИБЕК

Производство
профессионального оборудования
для автосервиса

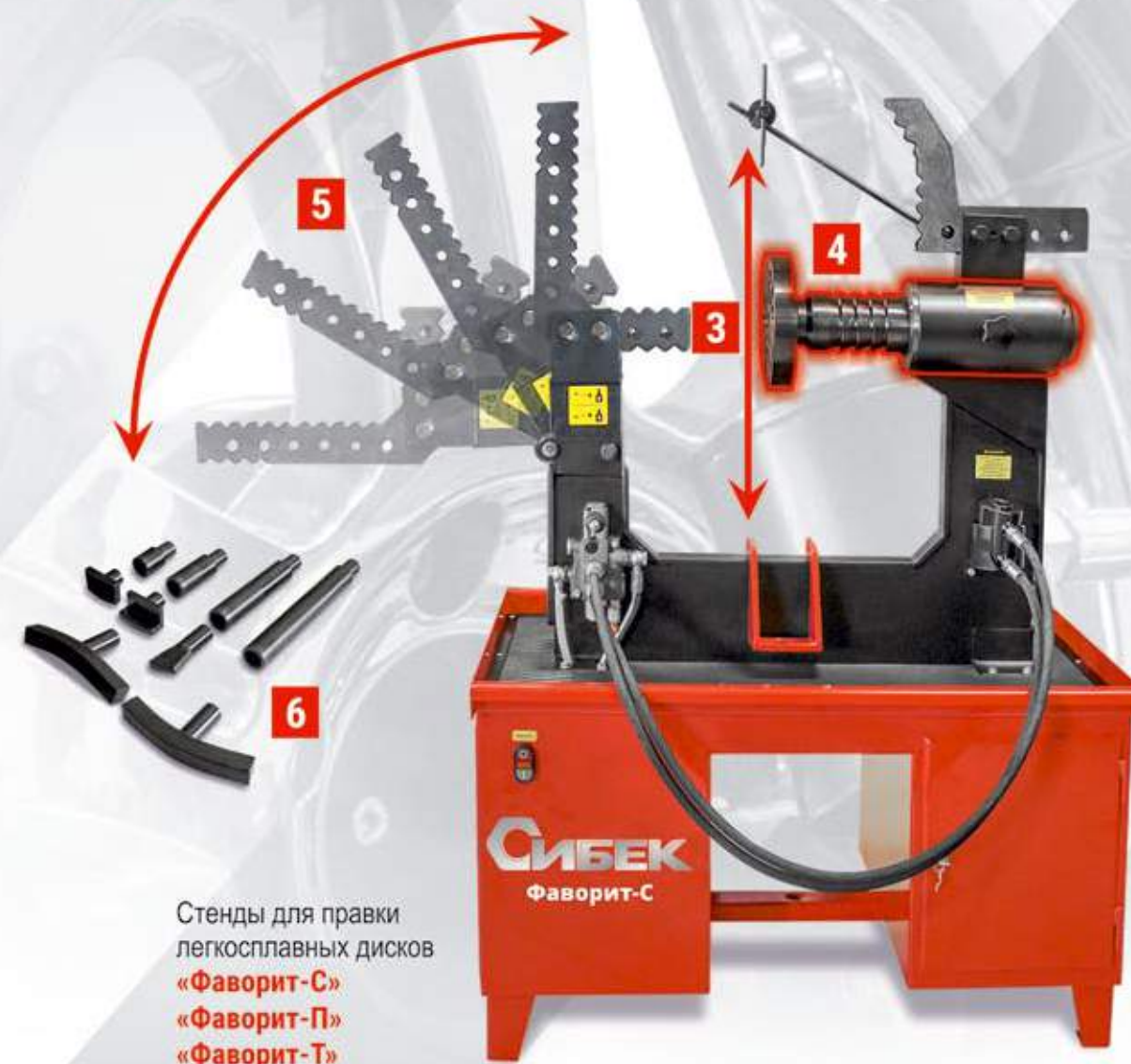
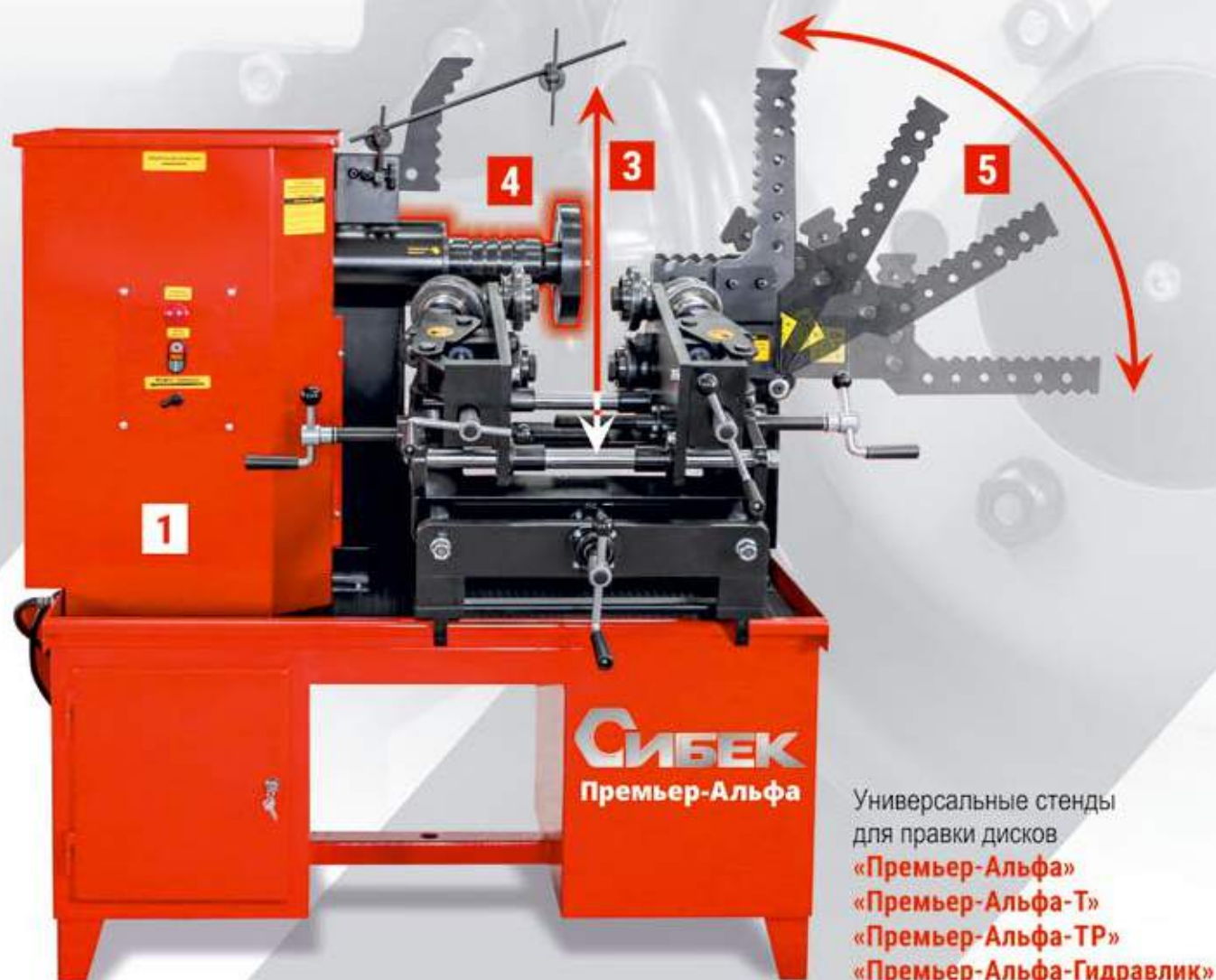
Россия, Омск, ул. 20-я Северная, 107.
Телефон: +7 (3812) 97-22-70

Электронная почта: sales@sibek.ru
Сайт: sibek.ru

Основные преимущества

1. Увеличенное рабочее давление в гидросистеме – 150 бар
2. Максимальное усилие, развиваемое гидроцилиндром – 50 000 ньютонов
3. Размер ремонтируемых дисков – от 10 до 24 дюймов

4. Усиленный шпиндельный узел с планшайбой
5. Наличие откидного кронштейна
6. Новый комплект штоков и насадок





КАЧЕСТВО ПРОВЕРЕННОЕ ВРЕМЕНЕМ



Разработка и производство фильтров и фильтрующих элементов для автомобильной, сельскохозяйственной (тракторов, комбайнов) и строительной техники, а также фильтров и фильтрующих элементов промышленного назначения (фильтрация воды, воздуха, масла, газа и специальных жидкостей).

ЗАО «Седан», 423834, Республика Татарстан,
г. Набережные Челны, ул. 40 лет Победы, 58
E-mail: mail@sedanfilter.ru
Телефон: (8552) 38-06-54, 38-53-76
Факс: (8552) 38-35-20

www.sedanfilter.ru
8 800 350 06 54

ФИЛЬТРЫ ТМ «ЛИВНЫ» — ГАРАНТИЯ НАДЕЖНОСТИ И КАЧЕСТВА

Фильтр это компонент, который напрямую влияет на техническое состояние автомобиля. К примеру, автомобилист может покупать качественное моторное масло, оригинальные запчасти, однако все его усилия и затраты может перечеркнуть решение сэкономить на фильтре. Это в итоге может привести к дорогостоящему ремонту. Ведь качество фильтрующего элемента напрямую сказывается на работе и двигателя, и других узлов автомобиля.

АО «АВТОАГРЕГАТ» (г. Ливны) — первый завод в России по производству фильтров, продукция которого предназначалась для обеспечения конвейеров КАМАЗа и ВАЗа.

На сегодняшний день это мощное, современное и очень быстро развивающееся производство, которое является поставщиком фильтров и фильтроэлементов на сборочные конвейеры. Основные потребители: ПАО «КАМАЗ», ПАО «АВТОВАЗ», АО «АЗ «УРАЛ», ОАО «АМЗ», ООО «КЗ «Ростсельмаш», ОАО «Промтрактор», ООО «УАЗ», ОАО «Автодизель» (ЯМЗ), ПАО «ЗМЗ», ОАО «УКХ ММЗ», АО «ХТЗ», ОАО «Гомсельмаш», и др.

Выпускаемая продукция полностью удовлетворяет требованиям производителей автомобилей и рекомендована для планового технического обслуживания транспортных средств.

Одним из главнейших факторов успеха фильтров торговой марки «ЛИВНЫ» на российском рынке является высокое качество материалов, из которых они изготовлены. Ливенское предприятие относится к тому небольшому числу производителей фильтров, которые занимаются и разработкой, и производством фильтров. Предприятие закупает фильтровальную бумагу такого же качества, что используют на своих заводах крупнейшие зарубежные производители фильтров. Кроме того, на предприятии внедрен строгий входной контроль качества материалов. Система Менеджмента Качества сертифицирована по: • ISO/TS 16949:2009 • ISO 9001:2008 • ГОСТ ISO 9001-2011.

Для вторичного рынка автокомпонентов завод выпускает продукцию, качество которой соответствует качеству OEM-изделий.

Конструктора завода активно ведут разработку новой продукции. Новинками в ассортименте фильтров ТМ «ЛИВНЫ» стали фильтры очистки масла, воздуха и топлива для автомобилей КАМАЗ с двигателями Cummins, фильтр очистки топлива для двигателей КАМАЗ и ММЗ с системой впрыска Common Rail, а также фильтр тонкой очистки топлива для дизельных двигателей ЯМЗ 534 и 536 серии. Фильтр для КАМАЗа выполнен с использованием фильтровальной бумаги нового поколения, технические характеристики которой отвечают высоким мировым стандартам. Фильтроэлемент имеет высокую пропускную способность, обеспечивает оптимальную защиту мотора, а низкое гидравлическое сопротивление обеспечивает стабильное снабжение силового агрегата маслом на всех режимах работы.

Компания АО «АВТОКОМ» (г. Орел) является официальным и основным представителем АО «АВТОАГРЕГАТ» и обладает исключительными правами поставки на территории России и СНГ фильтров ТМ «ЛИВНЫ».

Победитель премий:
«Автокомпонент года»
в номинации «Фильтр года»,
«Мировые автомобильные
компоненты» в номинации
«Отечественный производитель»



Качество конвейерной комплектации и максимальный ресурс вашей техники

Официальные представители в России и СНГ

РОССИЯ

- Апатиты**
ООО «Сполох»
+7(81555) 2-74-76
- Армавир**
ООО «СК-Авто»
+7(86137) 2-74-76
- Архангельск**
ООО «Архангельский
А/ц КАМАЗ»
+7(8182) 29-76-22
- Балаково**
ООО «Пантус»
+7(800) 555-87-21
- Барнаул**
ООО «АвтоОйл»
+7(3852) 31-48-89
ООО «Алтайзапчасть»
+7(3852) 22-32-45
- Белгород**
ООО «СТИЛЬ АВТО»
+7(800) 700-36-46
- Брянск**
ООО «Волекс+»
+7(4832) 92-21-89
- Волгоград**
ООО ТД «Мотордеталь»
+7(8442) 78-11-33
ООО «Автотехцентр»
+7(8442) 43-00-43
- Воронеж**
ООО «ВОРОНЕЖКОМПЛЕКТ»
+7(473) 263-28-59
ООО «Фалькон»
+7(4732) 20-41-80
ООО «Крона 95»
+7(4732) 43-86-65
ИП Баскаков
+7(4732) 43-82-19
- Екатеринбург**
ООО «Уралфильтркомплект»
+7(3432)33-75-97
- Калуга**
ЗАО «Калужский
а/ц КАМАЗ»
+7(4842) 56-29-97
- Кемерово**
ООО «ПКФ СИБ-ЗИЛ»
+7(3842) 75-31-92
- Краснодар**
ИП Прасолов С. Г.
+7(8612) 39-76-14
- Курск**
АО «Сервисзапчасть»
+7(47122) 4-27-47
ИП Андреевская Е. А.
+7(4712) 32-72-00
- Магадан**
ООО «ТД КАРАГИ-ПЛЮС»
+7(41322) 60-60-87
- Магнитогорск**
ИП Носков В. В.
+7(3519) 49-69-20
- Москва**
ООО «Авто-Альянс»
+7(495) 660-51-65
ООО «ПАСКЕР ЛТД»
+7(495) 462-00-22
АО «Красногорский
а/ц КАМАЗ»
+7(495) 995-01-11
ООО «ЦЕНТРАПЧАСТЬ»
+7(495) 598-54-10
ООО ТД «Техмаркет»
+7(495) 748-16-80
ЗАО АТЦ «ВОСХОД»
+7(495) 950-57-38
ООО «Радиатор»
+7(495) 726-59-38

- Набережные Челны**
ООО «АвтоКомплект»
+7(800) 500-01-25
ООО «ГК Союз-Регион»
+7(8552) 44-35-36
ООО «АвтоАльфа»
+7(8552) 92-70-01
ООО «СТФК «КАМАЗ»
+7(8552) 53-47-47

- Нерюнгри**
ООО «Зубр»
+7(41147) 7-92-45

- Нижний Новгород**
ООО ТД «Эдельвейс-АВТО»
+7(920) 044-66-57
ООО «Магистраль-НН»
+7(800) 500-58-40

- Новосибирск**
ООО «АЗК»
+7(383) 264-19-77
ООО «ТД Волга Моторс»
+7(383) 251-0-111

- Омск**
ЗАО «Енисей-Сервис»
+7(3812) 55-12-01
ООО «АВТОНИК»
+7(3812) 28-51-12

- Орёл**
ООО «Автодом»
+7(4862) 33-05-84
ООО «Автолэнд»
+7(910) 302-35-63
ООО «МИР ФИЛЬТРОВ»
+7(919) 209-40-50

- Оренбург**
ООО «ОрскНефтеСнаб»
+7(3532)68-92-35

- Пенза**
ООО «Мир масел»
+7(8412) 23-31-24

- ООО «Камские
автомобили»
+7(8412) 34-56-40

- Петропавловск-Камчатский**
ИП Минякин А.В.
+7(4152) 490323

- Ростов**
ООО «Палладий»
+7(8632) 279-71-17
ООО «Лик-96»
+7(863) 275-37-95
ООО «КАМАЗ-Дон»
+7(86386) 3-11-42
ООО «Юг-Сайлс»
+7(863) 295-15-45

- Рязань**
ООО «Трейд Ойл»
+7(4912) 46-60-74

- Санкт-Петербург**
ООО «БалтКам»
+7(800) 333-65-20

- Смоленск**
ООО «АвтоДом»
+7(4812) 55-59-81

- Сургут**
ООО «ТехТрансСервис»
+7(3462) 93-61-01
- Ставрополь**
ЗАО КПК
«Ставропольстройопторг»
+7(86553) 2-08-65
ООО «Навигатор Плюс»
+7(8652) 28-17-28

- Тамбов**
ООО «АвтоТехМас»
+7(4752) 72-52-85

- Тольятти**
ООО «АвтоПлюс»
+7(8482) 40-26-74

- Ульяновск**
ООО ТД «АвтоЛайн»
+7(8422) 69-16-66
ООО «Автоград»
+7(8422) 40-75-52

- Хасавюрт**
ИП Ибрагимов Р. А.
+7(937) 757-77-77

- Челябинск**
ООО «ТАН-АВТО»
+7(351) 211-56-27

- Энгельс**
ООО «Тополек»
+7(8453) 51-41-41

- Ярославль**
ООО ПКФ «Прагма»
+7(4852) 44-35-33

- Якутия**
ИП Федотов Р. Е.
+7(411) 43-47-050

АЗЕРБАЙДЖАН

- Гусар**
ЧП «Фарзалиев Сабир Тавел
оглы»
+7(994) 502-12-31-88

АРМЕНИЯ

- Чаренцаван**
ООО «АНИ МУШЕГ»
+7(374) 91-421-198
- Ереван**
ООО «Жак Ев Гор»
+7(374) 22-328-989

БЕЛАРУСЬ

- Борвяны**
ЗАО «Белнабподшипник»
+7(3517) 511-31-27

- Минск**
ЗАО «БЕЛАГРО БЕЛ»
+7(37529) 700-81-09

- ООО «Техноцентр ДСТ-Урал»
+7(37529) 665-46-08
ООО «Евросмарт Логистик»
+7(37529) 394-77-76
ОДО «КОВИМЭКС»
+7(37529) 664-50-20

КАЗАХСТАН

- Актобе**
ИП Гайдарь Л. В.
+7(701) 338-15-42

- Атырау**
СРКП ТОО «Атырауский
а/ц КАМАЗ»
+7(7122) 21-57-00

- Костанай**
ТОО «Авто-Выбор»
+7(7142) 225-541

- Уральск**
ТОО СРКП «Уральский
а/ц КАМАЗ»
+7(7112) 28-35-16
ИП Ефимчук
+7(711) 221-50-60

ТУРКМЕНИСТАН

- Гонур**
Атамухамедов Б.
+7(993) 654-633-66

УЗБЕКИСТАН

- Ташкент**
ООО «Future Generation Marketing»
+7(998) 909-773-047

УКРАИНА

- Харьков**
ООО фирма «Эм-Эс-Ай»
+7(38057) 714-20-61
ООО «ТПК ОМЕГА-АВТОПОСТАВКА»
+7(38057) 713-68-88
ООО «Укрфарминг»
+7(38050) 364-68-18
ООО «Техноторг-Дон»
+7(38051) 2-76-74-53



АО «АВТОКОМ» (г. Орел) — реализация продукции ТМ «ЛИВНЫ» производства АО «АВТОАГРЕГАТ» на территории РФ и стран СНГ

тел./факс: (48677) 3-25-74, 3-46-83
info@laaz.ru, www.laaz.ru

Женевское взгляд на год

С 9 по 19 марта 2017 года в Женеве проводилось одна из крупнейших и значимых выставок автомира, единственный европейский ежегодный автосалон класса А. Geneva International Motor Show (GIMS) определяет тенденции европейского авторынка на ближайший год.

Opel Insignia Grand Sport и Sports Tourer

Opel Insignia

Бренд Опель, который недавно был приобретен концерном PSA Peugeot-Citroen, показал на Женевской автовыставке две обновленные Insignia: Opel Insignia Grand Sport и Sports Tourer, сконструированные на основе концепт-кара Monza Concept 2013 года. Автомобили построены на новой платформе из материалов, которые позволили снизить массу автомобилей на 200 кг. Кроме того, новые Insignia оборудованы проекционным дисплеем, камерами кругового обзора, системой удержания в полосе движения, системой предупреждения о ближайших транспортных средствах.



автошоу вперёд 2017

175 премьер
и концептов



Panamera Sport Turismo

Panamera Sport Turismo

Porsche представил серийный Panamera Sport Turismo. Компания разработала сразу пять полноприводных версий: Panamera 4 (330 л.с.), 4S (440 л.с.), 4S Diesel (422 л.с.), 4 E-Hybrid (462 л.с.) и Turbo (550 л.с.). В новой модельной линейке множество новшеств: система индикации и управления Porsche Advanced Cockpit, система помощи водителю Porsche InnoDrive, с адаптивным круиз-контролем, усовершенствованные системы ходовой части, система стабилизации положения кузова Porsche Dynamic Chassis Control и так далее. Габариты — 5049 мм длина, высота 1428 мм, ширина 1937 мм.



ЖЕНЕВСКОЕ Volkswagen Sedric

Volkswagen Sedric

Volkswagen Group представила на Женевском автошоу концепт Sedric (аббревиатура от «self-driving car» — «самодвижущийся автомобиль»). Sedric полностью автономный автомобиль, человеку вмешиваться в его управление не нужно. Концепт насыщен радары, сенсорами, дальномерами, электроникой, так, что человеку достаточно задать место, куда автомобиль должен приехать.



АВТОШОУ

900

 автомобилей

Alpine A110

Alpine A110

Концерн Renault в Женеве показал возрождаемый бренд Alpine, который развивался в рамках корпорации с 1978 по 1994 гг. В прошлом году был представлен концепт нового автомобиля Alpine, а на сегодняшнем GIMS — уже серийный образец Alpine

A110. Это двухместный автомобиль, который, как предполагается, должен конкурировать с Porsche 718 Cayman S и Alfa Romeo 4C. Большая часть элементов кузова Alpine A110 изготовлены из лёгких алюминиевых сплавов.



Женевское автошоу

691 351
посетителей



Jeep Compass

Jeep Compass

Новый Jeep Compass построен на той же европейской платформе, что и Jeep Renegade. Автопроизводитель позиционирует обновлённый Jeep Compass как а/м с наибольшей проходимостью в классе. Он оснащён двумя системами проходимости — Jeep Active Drive и Jeep Active Drive Low. Эти системы могут перенаправить

100% крутящего момента одно из четырех колес. Jeep Compass оборудован девятиступенчатой автоматической и шестиступенчатой механической коробками передач. В России, также как в Африке и странах Ближнего Востока, будет предлагаться Jeep Compass с 2,4-литровым бензиновым мотором мощностью 184 л.с. или 150 л.с.



Quality is the best policy



www.3ton.ru

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АВТОХИМИЯ

Международные новости

на **36%**
за год вырос сегмент
послепродажного
обслуживания КНР

Китаю остро нужен сервис

Старение китайского автопарка и взросление потребителей привели к росту вторичного рынка и стремительному взлёту послепродажного обслуживания, сообщает главная газета КНР Gasgoo. В 2016 г. вторичный рынок впервые превысил планку 10 трлн юаней (\$1,45 трлн), причём сегмент сервиса вырос на 36%.

на **20%**
вырастет торговля
между ЕС и Канадой
по заключении СЕТА

Торговый договор Европы и Канады

Европарламент ратифицировал соглашение о свободной торговле между ЕС и Канадой СЕТА (Comprehensive Economic & Trade Agreement). Соглашение должно устранить барьеры для взаимной торговли и инвестиций между двумя регионами. Канада является 12-м по значимости торговым партнёром Евросоюза с оборотом \$60 млрд. По расчётам, СЕТА позволит увеличить оборот на 20%.

3,5 млн рабочих мест потеряла
промышленность Европы за 15 лет

«Европром» стал догоняющим

125 европейских ассоциаций, представляющих разные отрасли промышленности, подписали декларацию с призывом к Еврокомиссии разработать новую промышленную стратегию. Беспокойство у активистов вызвала потеря 3,5 млн рабочих мест в производстве за период 2000–2014 гг. Инициаторы декларации считают, что если последовать примеру Индии, Китая и США с их концепциями Make in India, Made in China 2025 и America First, то долю промышленности в ВВП ЕС можно поднять с нынешних 15,3% до 20%.

на **50%** выросло в Сингапуре
количество такси за 2015 г.

Таксист работает за машину

Сингапур входит в пятёрку стран с самыми высокими затратами на покупку и содержание автомобиля — в 4 раза выше США. Поэтому появление в стране сервиса Uber в 2014 г. привело к взрыву популярности аренды автомобилей под такси: за первый же год их число выросло на 50% при том, что общий автопарк страны сократился на 1,5%. Тысячи сингапурцев теперь работают таксистами по 3–4 часа в день, диверсифицируя свои доходы и пользуясь автомобилем в свободное время без нагрузки на личный бюджет.

Российские новости

500
«ГАЗелей» будет собрано
в Турции до конца года

ГАЗ возвращается в Турцию и Иран

Возобновляется производство грузовиков на совместном предприятии «Группы ГАЗ» и Mersa Otomotiv: до конца года партнёры надеются реализовать около 500 машин. Президент «Группы ГАЗ» также заявил, что концерн ищет производственного партнёра в Иране под выполнение уже подписанного меморандума о поставках 900 автобусов в 4 иранских города. Выход в Иран проходит в рамках плана ГАЗ довести число экспортных рынков до 51 государства.

29,6% пошлиной облагается ввоз
немецких фургонов в РФ

ВТО оправдала Европу

Третья группа Всемирной торговой организации пришла к выводу, что Россия должна снять антидемпинговые барьеры в отношении лёгких коммерческих автомобилей, ввозимых из Германии (таможенная пошлина в размере 29,6%) и Италии (23%). Арбитры рекомендовали России привести ввозные пошлины в соответствие с генеральным соглашением по тарифам и торговле (ГАТТ) 1994 года. Минэкономразвития РФ не согласилось с выводами ВТО и намерено подать апелляцию.

12,9 года составляет средний
возраст легковушки в России

Постарели на полгода

По расчётам АА «Автостат» за год средний возраст легковых автомобилей вырос с 12,5 до 12,9 года. Иномарки моложе: в среднем 10,4 года. Самые старые — «японки» (12,6 года), самые молодые — «китайки» (5,8). Средняя «нашемарка», включая и машины, выпущенные в СНГ, бегаёт 16,4 года.

30 разных деталей делает компания
по аддитивной технологии

3D-печать в российском Ford

Оба российских завода Ford Sollers осваивают 3D-печать. Сейчас технология используется для производства защитных накладок на пневматическое оборудование — эти детали защищают рабочих от травм и продлевают ресурс оборудования в 2 раза. Ford Sollers исследует возможности более широкого использования аддитивной печати из Flex- и ABS-пластиков.

1400 машин задержались
на таможне из-за введения ЭРА-ГЛОНАСС

Эра «бзу» продлена

Подержанные а/м, импортируемые в Россию, будут оснащаться упрощённым вариантом терминала ЭРА-ГЛОНАСС, заявил губернатор Приморья Владимир Миклушевский. В отличие от стандартного, он будет включаться не автоматически, а нажатием кнопки.

Цитата



Вадим Сорокин
президент «Группы ГАЗ»

«Весь вопрос в определении партнера. Мы работаем с несколькими компаниями в Иране, я думаю, что мы в ближайшее время окончательно определимся и с партнером, и с площадкой, где будет происходить сборка этих автомобилей. И нас интересовало, чтобы автобусы и LCV собирались в одном месте. Если нам это не удастся, то у нас может быть два или три партнера. Наша цель — начать. Проводим сейчас испытания наших автобусов — и «Вектор», и «Курсор», — чтобы убедиться, что наши двигатели позволяют эксплуатировать эти автомобили в любых условиях. Очень бы хотелось начать поставки машинокомплектов в этом году».

Цитата



Сесилия Мальмстрем
член Еврокомиссии по торговле

«Я рада, что вижу очень чёткое решение ВТО по одному из тех несправедливых, протекционистских, нарушающих свободу конкуренции действий, которые мы наблюдаем сейчас в России. Пошлины на лёгкие коммерческие автомобили не согласуются с обязательствами России на момент присоединения к ВТО. Теперь это действие должно быть отменено. Надеюсь увидеть уважение Россией своих международных обязательств без задержек».

automechanika

DUBAI

Крупнейшая международная выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобилей на Ближнем Востоке

7 – 9 Мая 2017

Участвуйте в 15-й юбилейной выставке и начните бизнес с производителями, дистрибьюторами и поставщиками со всего мира.

Вы должны посетить это событие! Предварительная регистрация: www.automechanikaDubai.com



messe frankfurt

15 лет или 3 года?

Спор о том, когда наступит завтра

В 2015 г. автопроизводители открыли для себя шоу потребительской электроники CES, совершив тем самым маленькую революцию в маркетинге. В этом году новый качественный скачок — изменился характер их присутствия на выставке. Изучив реакцию потребителя на свои инновации, концерны теперь психологически готовят его к появлению этих инноваций на массовом рынке.

Вопрос в том, не слишком ли они подстёгивают прогресс. Многие были, в частности, глубоко впечатлены планами стартапа Faraday Future на близкое начало производства легкового автомобиля FF91, построенного вокруг функций, которые традиционные автопроизводители до сих пор только показывали на концепт-карах. Ещё 15 лет назад все дружно сказали бы, что стартап потерпит фиаско. Но успех Tesla убедил многих, что фантастические прорывы возможны, и скептики уже не столь категоричны.



Джефф Шустер, аналитик LMC Automotive

«Очевидно, что отрасль движется в том же направлении, которым движется Faraday Future. Не думаю, что это подлежит сомнению. Я лишь считаю, что это вопрос того, как быстро технология завоёвывает массовый рынок. Если вы посмотрите на всю совокупность признаков, которые сейчас подаёт Faraday, фирма по-прежнему кажется далёкой от начала производства. На поверхности же сам автомобиль, безусловно, предлагает немало интересного, передовые технологии и конструктив».



Глен Де Вос, вице-президент Delphi по передовым разработкам
«Последние два года темой выставки CES была, скорее, демонстрация технологий с посланием: "Посмотрите, что она

умеет". В этом году все обсуждают пути к массовому производству. Экономические выкладки по-настоящему убедительны. Мы ожидаем, что после CES будем всерьёз говорить с тремя или четырьмя клиентами».

Марк Уэйкфилд, управляющий директор и руководитель автомобильной практики консалтинговой компании AlixPartners

«Проблема дороговизны еще не решена. Никто не предполагает, что сможет срубить кучу денег на одном-двух первых поколениях. Tesla сломала практику внедрения новых технологий. Вместо того, чтобы идти медленно и методично, они просто всё сразу внедрили, а остальным ничего не оставалось, как создавать свои продукты по аналогии».

Ник Сэмпсон, старший вице-президент по исследованиям и развитию Faraday Future

«Мы не консервативны. Мы не предсказуемы. Ломка старого — вот что движет нами в каждом аспекте нашего бизнеса. Она сподвигает нас разрабатывать то, что другие называют невозможным; создавать вещи, которым только предстоит родиться, развивать технологии с ясным смыслом, намерением и влиянием».

Шон ДюБравак, фурурист и главный экономист Ассоциации потребительских технологий

«Технология развивается очень медленно, а потом всё меняется в один миг. Тут как с кипятком: нагревается он долго, а потом мгновенно вскипает».

Джон Крафчик, лидер проекта автономного вождения Google Waymo

«Мы близки к тому, чтобы предоставить продукт большому количеству людей, сейчас переломный период».

Лука Ментуччия, исполнительный директор и руководитель автомобильной практики консалтинговой компании Accenture

«CES 2017 знаменует начало новой эры. Автономное вождение станет следующим важным полем боя».

Адам Джонас, аналитик Morgan Stanley

«Подушке безопасности потребовалось 15 лет, чтобы получить масштабное применение в автомобиле».

РЫНОК СОСТОЯЛСЯ

Объём российского рынка фильтров относительно велик, по разным оценкам, порядка 250–300 млн долларов. Российский автопарк поддерживает рынок фильтров в стабильном состоянии, резких изменений на этом рынке не бывает даже в кризисное время.

Показатели рынка фильтров существенно не меняются по меньшей мере с 2015 года. Ёмкость рынка для автомобилей отечественных брендов сокращается, сейчас невысокими темпами: 2–3% в год. Ёмкость рынка фильтров для иномарок растёт примерно такими же темпами. По объёму секторы рынка фильтров для иномарок и для отечественных машин примерно равны.

Среди основных факторов, которые влияют на рынок автомобильных фильтров — снижение объёмов продаж новых и подержанных автомобилей, рост курса валют, снижение покупательской способности. Эти факторы действуют на весь рынок автокомпонентов — большинство потребителей не могут позволить себе покупку нового автомобиля и продолжают эксплуатировать свои старые автомобили, что ведёт к росту вторичного рынка автозапчастей, хотя и небольшими темпами, в целом, около 2% в год. Впрочем, в связи с девальвацией вторичный рынок

Мнение



Владимир Михайлов
директор по маркетингу
Завод «Невский фильтр»

Как и весь рынок, сегмент автомобильных фильтров подвержен его глобальным тенденциям и изменениям. Конечно в меньшей степени, но, тем не менее, наряду с продуктами питания техническое

автокомпонентов сократился в долларовом эквиваленте примерно на те же 2%.

В кризис увеличились продажи автомобильных запчастей недорогого сегмента, где определяющим, а зачастую и единственным фактором выбора запчасти является

обслуживание автомобиля требует регулярной замены фильтров. И возникающий в моменте отложенный спрос всегда восстанавливается.

Со снижением курса валют снова возобновилась тенденция импорта фильтров из региона ЮВА. Фильтры ввозятся как на контрактной основе, так и откровенный контрафакт. К сожалению, со снижением покупательской способности населения так называемые «упаковщики» в погоне за сохранением позиций и прибыли всё меньше уделяют внимания качеству.

Соответственно этому на рынке увеличивается доля среднего и низкого ценового сегментов рынка фильтров. Но на рынке фильтров отток потребителей в сегменты менее дорогой продукции не такой значительный как на рынках других автокомпонентов,

автомобильных фильтров И УСТОЯЛСЯ

Текст: Евгений Новожилов

так как разница в цене брендовых и прочих фильтров не очень большая.

Конкуренция на рынке фильтров стабильно высокая, это определяется присутствием известных производителей — отечественных и иностранных, и в гораздо большей степени переупаковщиков, нонейм-продукции и контрафактных фильтров. По некоторым данным, фильтры известных брендов в России занимают не более 25%, но это только предположение в отсутствии информации о доле внебрендовой продукции.

Для рынка фильтров актуальна проблема нелегально произведённых и ввезённых подделок. Фильтры легко изготовить и продать по низкой цене. Потребители к контрафактным фильтрам относятся не так внимательно, как к другим автокомпонентам, так как опасность для автомобиля поддельных фильтров потребители недооценивают.

Исходя из указанных тенденций, можно предположить, что сложившаяся структура рынка и его динамика, скорее всего, сохранятся в ближайшие несколько лет без особых изменений. Рынок автокомпонентов, включая сегмент фильтров, зависит непосредственно от экономической ситуации в стране, и здесь мы не видим заметного оживления. Вероятно, рост рынка авто-

запчастей продолжится, конечный потребитель будет по-прежнему ориентироваться на стоимость и увеличивать тем самым долю контрафактных деталей на рынке. Участникам рынка — производителям и продавцам, придётся продолжать адаптироваться к сложившимся условиям в ожидании лучших времен.

Масляные фильтры

На большинстве автомобилей применяются неразборные масляные фильтры, в среднем на каждый автомобиль приходится 3–4 масляных фильтра, то есть в обороте находится порядка 140 млн масляных фильтров. Темп роста рынка не более 2% в год. Наиболее конкурентные сегменты рынка — средний и низкоценовой, большим спросом пользуются фильтры для отечественных автомобилей, но более перспективен сегмент иномарок. Все ведущие мировые производители фильтров и отечественные на рынке представлены, они конкурируют с упаковщиками и производителями контрафакта. Внешне качественные фильтры от прямых подделок не отличаются, это усложняет работу на рынке производителям качественной брендовой продукции и упрощает деятельность всем остальным.

Структура рынка масляных фильтров в брендовом сегменте

Мнение



Вячеслав Кондратьев
генеральный директор
компании
ООО «Торговая компания
«Диалог»

На рынке фильтров представлены все основные игроки. Все ценовые сегменты рынка закрыты. Российский потребитель имеет большой и разнообразный выбор.

Если говорить о тенденциях, то в силу проблем в экономике, потребитель вынужден экономить. В связи с чем, выбор идет по принципу цена-качество. Если говорить о проблемах, то две основные проблемы — это:

- большое количество подделок известных марок;
- наводнение рынка псевдо европейскими и псевдо японскими фильтрами и фильтрующими элементами.

Основные усилия по продвижению своей продукции мы направляем на работу в местах продаж, где в основном и принимается решение о покупке.

изменениям не подвержена. На первичном рынке российских автомобилей преобладают фильтры ОАО «Автоагрегат». Среди фильтров для легковых автомобилей отечественных марок преобладают ТМ «Ливны», которые, по собственным данным ОАО «Автоагрегат», занимают 80% рынка. В сегменте иномарок — ТМ Finwhale, Mann, Fleetguard.

В ближайшей, как впрочем, и в среднесрочной перспективе, на российском рынке масляных фильтров маловероятны какие-либо изменения, вероятно, будет расти доля внебрендовой продукции. По мере выхода авторынка из кризиса структура рынка может меняться качественно, но до этого ещё далеко. В ещё более отдалённом будущем на рынке будет расти доля более продвинутых масляных фильтров, со сменными фильтрующими устройствами, бескорпусных, сделанных из более экологичных материалов.

Кстати, об экологичности. Отработанное автомобильное масло относится к отходам 3 класса опасности, особенно серьёзный ущерб окружающей среде наносит синтетическое и полусинтетическое масла. И этих масел в каждом отработанном фильтре содержится от 200 до 500 грамм, легко подсчитать, сколько всего поступает автомобильного масла в окружающую среду. Менее экологически опасных

МНЕНИЕ



Николай Жуков

коммерческий директор
ООО «АГИРА»

Современное состояние рынка автомобильных фильтров можно оценить как переломное. Так как с ростом цен на импортные товары из-за падения национальной валюты и снижением покупательской способности населения из-за кризиса, оптовые компании столкнулись со спадом продаж в среднем

фильтров, разборных, пока мало, порядка 1% в общем объёме рынка. А проблема утилизации неразборных фильтров не решается. Пунктов сбора и предприятий по утилизации отработанных фильтров практически нет и эти отходы 3 класса опасности складировать с обычными отходами — металлическими или твердыми бытовыми, но чаще всего выбрасывают, как автовладельцы, так и автосервисные и автотранспортные предпри-

и дорогом сегменте, что вынудило компании искать решения для удержания объемов продаж на приемлемом уровне.

Честных решений не много — всего два: снижение наценки и продажа продукции с убытками так как запас наценок в данной группе очень низкий; либо искать новых поставщиков с более приемлемой ценой, но с хорошим качеством изделий. И здесь в игру вступили российские производители доля которых до кризиса была мала из-за неконкурентной цены, а с ростом доллара они оказались в более конкурентном положении даже перед китайскими игроками.

ятия. Это значит, что почти все масляные фильтры после отработки загрязняют нашу экологию. В связи с общим экономическим упадком в стране внимание к этой проблеме почти нулевое, но рано или поздно (лучше рано) вопросами утилизации придётся заниматься серьёзно.

Воздушные фильтры

На российском рынке воздушных фильтров представлено порядка 25 наиболее востребованных

что в результате приводит к смыванию ранее отфильтрованной грязи обратно в двигатель при его пуске, когда холодное масло (ниже +80°C) не может пройти через фильтрующую бумагу и проходит к перепускному клапану через грязную полость фильтра. И ладно, если речь идет о нагаре, но ведь смывать может и стружку, которая имеет все шансы попасть в рабочие механизмы двигателя. Только представьте, каждый день во время поездки в фильтре авто собирается грязь, стружка, а на следующее утро все это вновь оказывается в двигателе.

Надо сказать, что производителям автомобилей данная проблема давно известна. Ранее этот недостаток уже пыталась решить фирма «Purolator», но увы была куплена известным производителем масляных фильтров, после чего разработки прекратились.

Сегодня эстафету на себя приняла наша компания. Была полностью переосмыслена типовая конструкция фильтра, изучены все нюансы его работы, результатом чего стал инновационный фильтр нового поколения БМ1208 (БМ1208/20).

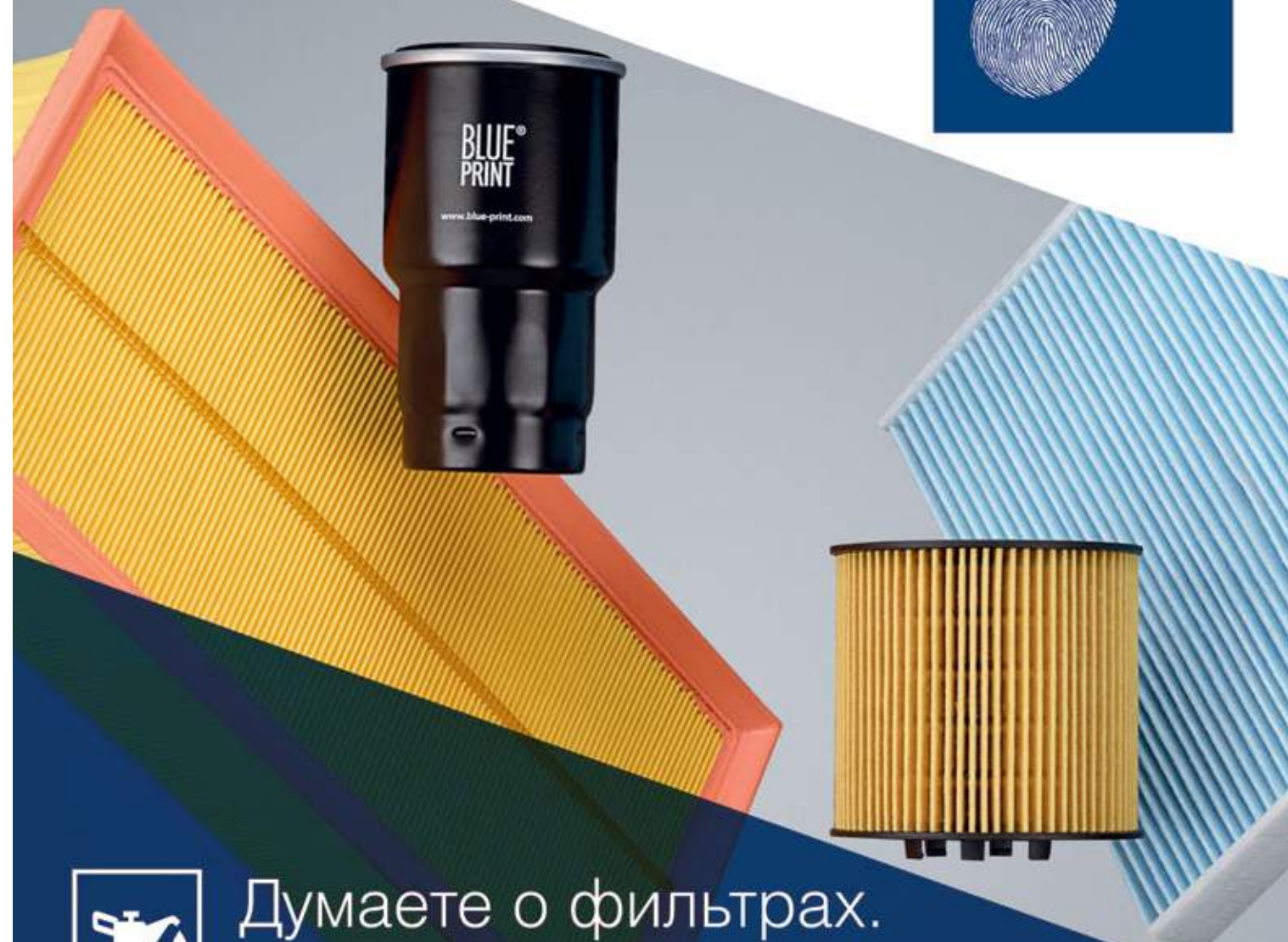
МНЕНИЕ



Юлия Фролова

директор
ООО «НПК
«Базальт»

Основная проблема в том, что на рынке преобладающее большинство фильтров имеют главный недостаток, а именно, последовательное расположение антидренажного и перепускного клапанов,



Думаете о фильтрах. Подумайте о Blue Print

Blue Print представляет на Независимом рынке запасных частей исключительное предложение масляных, воздушных, топливных и салонных фильтров.

- Широкий ассортимент включает в себя более 1,900 наименований разных видов фильтров
- Постоянно ведущиеся исследования и разработки гарантируют актуальное предложение в ассортименте фильтров Blue Print
- Все фильтры спроектированы и изготовлены в соответствии с требованиями производителя оригинальных запасных частей, и подвергаются тщательным и регулярным проверкам на соответствие качества
- Один из лучших в отрасли онлайн-каталогов обеспечивает доступ к выбору нужного фильтра, характеристики которого соответствуют требованиям оригинального производителя
- 20-летний опыт на Независимом рынке автозапчастей

отечественных и иностранных брендов. Для европейских автомобилей наиболее востребованы фильтры брендов оригинальных — Febi Bilstein, Knecht/Mahle, Mann, Filtron, LYNXAuto, Patron, TSN Цитрон, Champion. В сегменте отечественных для новых автомобилей преобладают Filtron, Fortech, Fram, Goodwill, Mann, Knecht/Mahle, SibTЭК, TSN Цитрон. В сегменте азиатских автомобилей наиболее востребованы оригинальные фильтры Mann, Knecht/Mahle, Sintec, Невский фильтр. Доля внебрендовой продукции, упаковщиков, нонейм-продукции и прямого контрафакта неизвестна, но, как и на рынках многих других автокомпонентов, преобладающая по сравнению с брендовой продукцией.

Общий объем рынка воздушных фильтров порядка 50 млн ед., темпы роста 1–2% в год, структура рынка сложившаяся, конкуренция особой остротой не отличается, изменения маловероятны.

Что касается технологического прогресса, то при улучшении ситуации на авторынке быстрее будут развиваться уже наметившиеся тенденции — стремление к максимальной компактности, повышение пылеёмкости за счет фильтровальных материалов нового поколения с волокнами нитрона

МНЕНИЕ



Анна Радчук
руководитель
отдела управления
ассортиментом
компания
ABS-AUTO

Постоянно появляются новые производители в каждой из категорий, которые стараются занять место на рынке, позиционируя то же качество, что и премиум марки, но за меньшие деньги и за счет предоставления лучшего сервиса для своих покупателей. Каждый из

и лавсана и новых конструкций. Впрочем, на российском рынке воздушных фильтров революционных технологических изменений ждать не стоит ещё долго, наверно.

Салонные фильтры

Рынок салонных фильтров в России не успел сформироваться до начала нынешнего кризиса, это автокомпонент не первой необходимости и автовладельцы в основном обходятся без них. По мнению

производителей постоянно старается расширять свой ассортимент, модифицировать уже имеющиеся линейки фильтров и фильтрующих элементов. Хочется подчеркнуть огромную конкуренцию между крупными игроками рынка, которая приводит к ценовой войне, не соблюдению ценовой политики и распространению контрафакта.

В голове у конечного потребителя «каша» из брендов. Четкого позиционирования тех или иных марок фильтров, как и других запчастей, в голове потребителей нет. Маркетинговые программы для конечных потребителей как таковые отсутствуют.

участников рынка, автовладельцам уже понятно, что салонный фильтр желателен в автомобиле, но неочевидна необходимость регулярной замены салонных фильтров. Салонный фильтр пока не воспринимается, как автокомпонент, который реально улучшает условия вождения и снижает нагрузку на здоровье.

В отличие от фильтров масляных и воздушных, салонные фильтры покупают преимущественно для установки в новые автомобили, поэтому сокращение продаж новых автомобилей на рынок салонных фильтров действует быстрее и сильнее. Если ранее темпы роста составляли более чем 10% ежегодно, то сейчас порядка 3–5%. При этом увеличивается доля салонных фильтров производства Китая, Кореи, Индонезии. На рынке широко представлена продукция брендов Mann+Hummel, в меньшей степени Sogefi, Bosch, ООО «Концерн Цитрон». Рынок салонных фильтров будет развиваться дальше, не так быстро, но стабильно, так как на большинство современных автомобилей салонные фильтры устанавливаются при сборке. Сдерживающий фактор, очевидно, слабые показатели продаж новых автомобилей, так что темпы продаж салонных фильтров могут сократиться и до 1–3%. ■

«Экономия на фильтрах бессмысленна»

Концерн MANN+HUMMEL отреагировал на кризисные явления на автомобильном рынке РФ усилением маркетинговой активности, убеждая потребителей выбирать качественную продукцию.



Андрей Алексюк
руководитель отдела маркетинга
ООО «МАНН+ХУММЕЛЬ» в России

Чем характерен рынок автомобильных фильтров в РФ и СНГ в текущем году?

Продолжаются и усиливаются тренды последних нескольких лет.

Число реальных производителей фильтров сокращается за счёт слияний и поглощений. Несмотря на это, торговых марок становится всё больше. К примеру, недавно мы сделали запрос в поисковике по артикулу фильтра на популярную азиатскую модель автомобиля. В ответе было 62 бренда.

В подавляющем большинстве случаев это бренды «упаковщиков». Товары для них делаются в Китае с очень низким качеством и, по сути, фильтрами не являются.

Поскольку дешёвый фильтр не позволяет заработать ни дистрибьютору, ни поставщику, ни розничным сетям, эти бренды «пачка-

ми исчезают» — чудес не бывает. На их место тут же приходят новые предприниматели с мыслью «почему бы и нам не сделать свою марку фильтров».

Конечно, в кризис потребители пытаются сэкономить на фильтрах, но эта тенденция двунаправленная. Нам удаётся доказывать, что на фильтрах невозможно и не нужно экономить. Стоимость фильтров за 3 года эксплуатации автомобиля не превышает 0,5% от всех расходов на него. При этом от маленького фильтра зависит очень многое, а если он плохо справляется со своими функциями, потеря товарной стоимости автомобиля оказывается значительно больше.

Значительная часть потребителей позитивно реагируют на наши доводы.

Стремление потребителей к экономии — главная проблема сегмента фильтров?

Есть ещё более сложная проблема: стремление продавца предложить дешёвый товар, не анализируя и не работая с запросами покупателя. Я вижу эту ситуацию в большинстве торговых точек, и это касается любых расходников. Допустим, клиент просит лампочку. Продавец сразу говорит, например: «Сто рублей», — и даёт лампочку неизвестного изготовителя, хотя в витрине есть лампы и за 200 рублей от одного из известных изготовителей, лидеров в этом сегменте.

Продавцы не умеют продавать хороший продукт и не понимают, что ценовая война не формирует

лояльность покупателя. В следующий раз в соседней торговой точке предложат ещё дешевле и покупатель уйдёт туда.

Какова ситуация с контрафактом?

По нашим наблюдениям, к сожалению, ухудшается ситуация с оригинальными фильтрами на популярные марки автомобилей, а сами автопроизводители практически не применяют никаких мер для борьбы с этим. В России проблема ещё не стала угрожающей, хотя динамика очень негативная, а вот в ряде стран СНГ, за которые отвечает московский офис, оригинальные фильтры целиком вытеснены их подделками.

Одна из причин этой тенденции — расцвет электронной торговли, не защищающей потребителя от подделок. Вы будете смеяться: мы однажды хотели купить оригинальные фильтры на Volkswagen Touareg для своих целей. Три раза пытались это сделать на разных интернет площадках и каждый раз наталкивались на подделку.

Как изменилась ваша маркетинговая стратегия в этом году?

Мы сохранили все инструменты поддержки дистрибьюторов и всю программу участия в выставках. Как и раньше, 50 раз в год проводим тренинги, организуем поездки в Германию. 250 человек посетят заводы компании MANN+HUMMEL и убедятся, что фильтры MANN-FILTER выбирает большинство автопроизводителей в качестве конвейерной комплектации.

МНЕНИЕ



Николай Вашурин
маркетолог
ООО «Б2Мотор-Маркет»

Состояние рынка автомобильных фильтров зависит от автомобильного парка. На сегодняшний день выбывание отечественных автомобилей с рынка происходит быстро, при этом доля иностранных брендов увеличивается. В связи с этим продажи фильтров

к отечественным маркам, по оценкам нашей компании, снизились на 5–7%. К тому же большое количество производителей фильтров разных ценовых категорий усиливают конкурентную среду, давая возможность покупателю подобрать нужный товар по его запросам. Плюс от такого присутствия получают автовладельцы отечественных авто и народных иномарок. Владельцы автомобилей обычно не экономят на масляных фильтрах, предпочитая именитые бренды, такие как Bosch, Mann, а, выбирая воздушный, топливный или салонный, следуют совету продавца.

«Мы за высокое качество выпускаемой продукции, которое всегда стоит для нас на первом месте»



Сергей Волченков

директор по маркетингу
АО «АВТОКОМ»
(АО «АВТОАГРЕГАТ»)

Фильтры и фильтро-элементы — это автокомпоненты, которые всегда будут пользоваться спросом с незначительными колебаниями в зависимости от экономической ситуации и объемов продаж

на первичном и вторичном рынке автотранспортных средств. Объемы рынка в целом не изменились, меняется структура. Покупатели переходят из сегмента фильтров премиум класса к бюджетным фильтрам и наоборот.

По фильтрам ТМ «ЛИВНЫ» мы видим уверенный рост объемов продаж по итогам 2015–2016 гг., хотя наша продукция одна из самых дорогих среди российских производителей. Это означает, что потребитель выбирает «качество конвейерной комплектации» и остается доволен.

К проблемам на рынке фильтров можно отнести большое количество дешевых производителей, которые за счет использования низкокачественных материалов предлагают фильтры с низкой ценой. Они находят своих потребителей, не заботясь о последствиях использования данной продукции.

Излишне говорить о важности фильтров в современном автомобиле. Возрастают нагрузки, ужесточаются требования фильтрации, вводятся стандарты качества. В связи с этим, направлений развития на рынке фильтров очень много: применение новейших фильтровальных материалов, конструктивные изменения фильтров, и т.д. Сейчас конструкторский отдел АО «АВТОАГРЕГАТ» совместно с конструкторо-

рами ведущих моторных предприятий разрабатывают новые конструкции фильтров для двигателей стандарта ЕВРО 4 и ЕВРО 5.

Основной фактор продвижения нашей продукции — это надежная дилерская сеть, которая создавалась годами, и мы одни из немногих производителей фильтров, которых публикуют в открытых источниках информации. Мы поставщики продукции на крупнейшие автомобильные и мотосборочные предприятия России и стран СНГ, такие как КАМАЗ, ВАЗ, ЯМЗ, ММЗ и др. Данные предприятия рекомендуют фильтры ТМ «ЛИВНЫ» при плановом и техническом обслуживании для надежной работы силовых агрегатов. Мы за высокое качество выпускаемой продукции, которое всегда стоит для нас на первом месте.

«Продвижение бренда на рынке, это очень сложный и многоцелевой вопрос»



Игорь Морозов

генеральный директор
GoodWill

Немного истории. Необходимо акцентировать внимание на том, что медленное, но к сожалению уверенное падение рынка автомобильных фильтров началось зимой 2015 года. Сейчас 2017 год, и судя по динамике продаж, а

также финансовым возможностям наших партнеров падение начало замедляться и в настоящее время реальность такова, что рынок автозапчастей достиг своего минимума. Большое влияние на падение рынка сыграли новые, мало кому известные бренды, представляющие дешевые продукты. На эту «удочку» многие покупатели клюнули, забывая о том, что дешево не значит хорошо. Такие дешевые бренды, временно, я подчеркиваю слово временно, оттяну-

ли на себя значительную долю рынка. Но вся беда заключается не в том, что бренды, имеющие свой сегмент рынка, а также деловую репутацию, начали сдавать позиции, беда заключается в тех последствиях, когда покупая дешевый товар, нет никакой гарантии, что для ремонта или восстановления своего автомобиля потребуются большие вложения, а как оценить потерянное время?

Продвижение бренда на рынке, это очень сложный и многоцелевой вопрос. Основное внимание мы акцентируем на профессионализме своего отдела продаж. Почему? Ответ прост: в век бурного развития интернет-торговли замены человеку не существует. Как можно предложить мастеру на СТО установить нашу продукцию, как можно гарантировать не только словами, но и реальными поступками, что мы можем решить любые вопросы и любые сложности.

«Конкурентная среда в сегменте фильтров усиливается с каждым годом»



Сергей Леонтьев

зам. директора по маркетингу и закупкам компании «Цитрон»

На сегодняшний день рынок испытывает стагнацию. Емкость сегмента фильтров для отечественных автомобилей ежегодно падает на 4–5%, при этом сегмент импортных расходных материалов растет на 6–7%.

Многие, так называемые, «упаковщики» уходят от китайских производителей. Компания «Цитрон» за 2016 год увеличила производство для таких партнеров в 6 раз. В 2017 году уже заключено контрактов дающих 2-х кратный рост.

Основные риски лежат в плоскости стоимости соотношения курсов валют, что регулирует объемы поставок «бюджетных» китайских производителей.

Оказывает влияние изменения стоимости сырья. Компания «Цитрон» имеет собственное производство в отличие от 80% представленных на рынке брендов. Это позволяет компании «Цитрон» гарантировать своим партнерам постоянство наличия ассортимента и стабильность цен. То, что в наше время особенно ценно для партнеров.

Компания «Цитрон» сделала ставку на качество и освоение нового ассортимента. За год освоено в производстве 46 наименований продукции. Компанией «Цитрон» внедрены новые стандарты качества. Это потребовало покупки и внедрения нового оборудования для проверки продукции, как на производственных линиях, так и в лабораториях. Мы считаем, что нельзя экономить на качестве даже в период кризиса. И потребители уже это оценили. Многие партнеры заключают с нами контракты на поставку именно по этой причине.

«Даже опытный автолюбитель может затеряться в многообразии представленных названий»



Сергей Енин

продукт-специалист Bosch
по фильтрам

На рынке фильтров полно предложений самых разных брендов. Даже опытный автолюбитель может затеряться в многообразии представленных названий. Усложняет ситуацию то, что сами дилеры активно продвигают на рынке

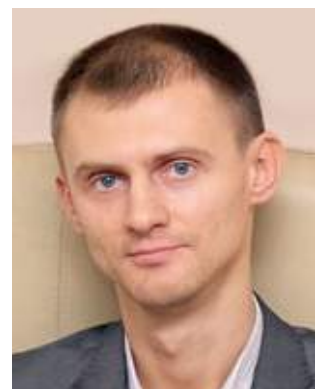
продукцию, производящуюся на стороне с их торговой маркой. Что реально скрывается в коробке за очередным новым именем, доподлинно неизвестно, даже если продавец уверяет, что эта продукция ничуть не хуже, чем у крупных брендов, но при этом не обладает такой

высокой стоимостью. Подобные «упаковщики» даже если заказывают у сторонних производителей добротные фильтры, то попросту не в состоянии контролировать качество производимой для них продукции.

В таких условиях потребителю можно смело дать только один совет: выбирать продукцию известных брендов, имеющих историю и выпускающих фильтры на протяжении многих лет. Они следят за репутацией марки, обладают мощной производственной и исследовательской базой, используют самые современные технологии и постоянно осуществляют контроль качества производимой продукции. И в условиях высокой конкуренции ведут очень осторожную ценовую политику, предлагая фильтры с максимально доступными для данного качества продукции ценами.

Bosch является одним из крупнейших производителей автомобильных компонентов, систем впрыска для двигателей внутреннего сгорания, топливных систем. Автопроизводители выбирают фильтры Bosch, потому что компания знает все требования к ним и производит их в соответствии с нужными параметрами. А обычные потребители — потому что доверяют более чем вековому качеству Bosch.

«Мы осознаем, что любой кризис — это период новых возможностей»



Александр Карпов
менеджер по продуктам
FENOX

На развитие рынка фильтрующих элементов в целом оказывают влияние тенденции и факторы, характерные для всего рынка запчастей. Афтермаркет, по сравнению с прошлым годом, имеет небольшой рост, отчасти

вызванный отложенным спросом и адаптацией к новым экономическим условиям. Снижение дохо-

дов населения привело к смещению спроса в сторону среднего, а особенно низкого ценового сегмента, покупатели выбирают более дешевые бренды автокомпонентов. Небольшое отличие состоит в том, что фильтры, как расходные материалы, имеют более равномерный и постоянный спрос.

Мы осознаем, что любой кризис — это период новых возможностей. И успех придет к тем компаниям, которые сумели выработать оптимальный баланс между качеством и ценой. К примеру, цены на фильтры европейских производителей за счет курсов валют значительно выросли, поэтому сейчас отмечен возросший интерес к продукции отечественных производителей, для них это прекрасный шанс увеличить свою долю на рынке.

В прошлом году компания FENOX презентовала линейку воздушных (58 штук) и салонных фильтров (117 позиций). В ближайшие месяцы у нас появятся новые позиции для наиболее популярных, «народных» автомобилей.

«Это очень хорошо, так как появляется здоровая спортивная конкуренция»



Кирилл Галанкин
директор по развитию
бизнеса TOTACHI INDUSTRIAL
Co., Ltd.

Современный российский рынок автофильтров на данный момент стабилен. Время от времени на рынок выходят новые бренды автомобильных фильтров, но основные игроки уже давно определены. У всех новичков в этом бизнесе есть хороший шанс заявить о себе. Это очень хорошо, так как появляется здоровая спортивная конкуренция. А если появляется конкуренция, то появляются и новые маркетинговые активности, что на руку конечному потребителю.

Основные проблемы: у конечного потребителя есть информационный вакуум. Фильтры относятся к категории деталей, работу которых невозможно ощутить. Некачественные фильтры не грохочут, как разбитая подвеска и не скрипят, как низкопробные колодки. При этом абразивный износ двигателя напрямую зависит от качества фильтров. Мало кто знает из какого материала делается тот или иной фильтр. И в данной ситуации самым незащищенным остаётся конечный потребитель.

На стадии конструкционной разработки TOTACHI INDUSTRIAL CO., LTD. принимает за основу OEM (Original Equipment Manufacturer) требования к тонкости и эффективности отсева, поглощательной способности и межсервисному интервалу службы фильтров. При производстве используются самые современные фильтрующие материалы, в том числе многослойные композиции синтетических или полусинтетических материалов, задерживающие загрязнения и отделяющие воду. Качество, соответствующее строгим требованиям автопроизводителей, является основой стратегии развития фильтров TOTACHI®.

«Производство Fleetguard в значительной степени покрывает потребности в качественной фильтрации владельцев большинства грузовых автомобилей»



Владимир Куличев
руководитель подразделения
Cummins Filtration в России
и СНГ

Находясь под воздействием кризисных явлений, российский рынок фильтров определяется двумя иногда конфликтующими потребностями клиентов: потребностью сэкономить сию-

минутно и потребностью в более продолжительной эксплуатации автомобиля до его замены. Первая потребность выводит на рынок большое количество продукции крайне низкого качества при низкой стоимости. Вторая потребность требует от потребителя понимания рабочих процессов в технике и роли фильтрации в этих процессах, чтобы не поддаваться соблазну сэкономить сиюминутно. Ведь последствия желания необоснованно сэкономить проявляются зачастую не на следующий день, а через несколько сотен тысяч километров и выражаются во внеплановых затратах на ремонт, превышающих в 300 и более раз сиюминутно сэкономленную сумму.

С каждым годом автомобили становятся сложнее, двигатели становятся более эффективными, теплонагруженными, экономичными. Эти тенденции выдвигают все более жесткие требования к системам фильтрации масла, топлива, воздуха. Например, если 50 лет тому назад в качестве фильтрующего элемента использовался мешок, то современный двигатель требует фильтрующий материал NanoNet.

Компания Cummins Filtration, производящая фильтры и системы фильтрации под брендом Fleetguard, уделяет особое внимание объяснению потребителю необходимости использования качественной продукции для бесперебойной и продолжительной эксплуатации автомобилей. Компания продвигает концепцию One Brand Fits All, так как продукция Fleetguard в значительной степени покрывает потребности в качественной фильтрации владельцев большинства европейских, китайских, американских и отечественных грузовых автомобилей.

**Выскажите свое мнение
на страницах нашего журнала**

ai МНЕНИЕ

рейтинг

Бренды автомобильных фильтров в России

В сегменте фильтров есть однозначный лидер, но места на рынке хватает ещё для полутора десятка брендов. Однако в гонке на выживание заявлено в 4 раза больше марок: встречайте рейтинг брендов автомобильных фильтров в России.

Прежде всего, поздравляем концерн MANN+Hummel, занявший убедительнейшее первое место.

Порадовали нас и хорошие результаты топ-5 российских брендов. В суммарном зачёте эта пятёрка заняла соответственно 5 (BIG Filter), 6 («Ливны»), 8 («Невский фильтр»), 12 (TSN «Цитрон») и 17 (Fortech) места.

Теперь о других впечатлениях. Подведя итоги, мы изучили распределение очков между торговыми марками и обнаружили, что есть чёткая лидирующая группа: 10 иностранных брендов и 5–6 российских. Все прочие марки резко проигрывают этой группе.

По большому счёту, распределение очков показывает, что на рынке есть место для 15–16 торговых марок, рассчитанных на широкую аудиторию. Каждая из них может занять свою нишу цены-качества или привлечь покупателей иными преимуществами, которых нет у конкурентов.

Цифру легко объяснить законами психологии потребления: даже профессиональный покупатель не способен усвоить больше десятка марок и поддерживать с ними плотный контакт.

Остальные марки должны умереть? Необязательно. Мы ведь говорили о широкой аудитории, а есть ещё узкие ниши, в которых нужна особая продукция и другая система сбыта: автоспорт, ВПК и другие. Места хватит всем. При условии, что производители оставят ценовую войну, займутся поиском своего уникального покупателя и найдут неповторимый способ его удовлетворить.

Зарубежные бренды

Бренд	Оценка*
1 MANN Filter	2077
2 Knecht	1453
3 Bosch	1404
4 Filtron	1360
5 Fleetguard	1042
6 Hengst	823
7 Sakura	792
8 FRAM	780
9 Champion	703
10 SCT-Germany	699
11 Goodwill	697
12 Finwhale	531
13 Patron	317
14 Febi	301
15 KS Kolbenschmidt	295
16 NipParts	284
17 SogefiPro	284
18 Дифа	283
19 TopFils	270
20 LynxAuto	220
21 Magneti Marelli	195
22 Topran (Hans Pries)	175
23-24 Madfil	123
23-24 Totachi	123
25 Green Filter	98
26 ASAS Filter	96
27 RUEI	92
28 Formpart	87
29 ACDelco	72
30 Polcar	70
31 Miles	67
32 Trucktec	66
33 Arirang	65
34-36 Alco	59
34-36 MFilter	59
34-36 Mistral	59
37 ZZVF	56
38 Auger	53
39 Shaanxi	50
40 Filtran	46

* Методика

Рейтинг сформирован методом анкетирования руководителей высшего звена и директоров по продажам компаний сегмента автомобильных фильтров. Итоговый балл вычислен как сумма квадратов всех оценок, за исключением одной самой высокой и одной самой низкой оценки.

Ограничение ответственности

Данный рейтинг не вычисляет долю компании на рынке и его результаты могут не совпадать с данными измерений других организаций.

Топ-10 иностранных брендов

1 место

MANN-Filter

Страна — Германия
Оборот — 3,04 млрд евро
Число сотрудников — 16,6 тыс.
Число сотрудников в России — н. д.

Концерн MANN+Hummel в разы превосходит по оборотам любого из конкурентов; один только главный завод компании выпускает 170 млн фильтров в год. Ему принадлежит ряд важных инноваций, включая бумажный фильтрующий элемент в воздушных и масляных фильтрах (1951 г.). У MANN есть также заводы во многих странах, включая Россию, а также дочерние компании, выпускающие фильтры под другими брендами.

3 место

Bosch

Страна — Германия
Оборот в мире в 2015 г. — 70,6 млрд евро
Число сотрудников в мире / в России — 375 тысяч / 1700

Фильтры — не тот сегмент и продукт, в котором Bosch отметил новаторством. Крупнейший в мире автопоставщик занимается ими, скорее, по деловой необходимости, предпочитая создавать совместные предприятия с партнёрами, которые на фильтрах «собаку съели» — например, MANN и Denso. Тем не менее, общая высокая репутация марки Bosch позволила ей занять высокое 3 место.

2 место

Knecht

Страна — Германия
Оборот отдела фильтров и управления периферийными устройствами двигателя — 2 196 млрд евро (данные за 2015 г.)
Общее число сотрудников — 76 000 человек
Количество сотрудников в России — 42 человека

Уже с 1930-х годов компания MANHE занимается разработкой и производством фильтров для автомобильной промышленности и отрасли двигателестроения. Имея многолетний опыт в создании и производстве деталей для двигателя, MANHE обладает уникальным на рынке ноу-хау в этом сегменте. MANHE выпускает фильтры, которые защищают другие ее

4 место

Filtron

Страна — Польша
Оборот — н. д.
Число сотрудников — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

Объединение WIX-Filtron, с 2016 г. принадлежащее концерну MANN+Hummel, считается четвёртым в Европе крупнейшим производителем фильтров мощностью 70 млн шт. в год, работающий не только на вторичном, но и на OEM/OES-рынке Евросоюза. Постсоветский мир для Filtron также важная территория: 10 лет назад компания открыла производство на Украине, а спустя 3 года офис в России.

50 млн ед.

объём рынка автомобильных фильтров РФ

продукты — компоненты для двигателей. Сегодня под брендами MANHE Original и Knecht предлагается широкий ассортимент самых различных фильтров.

5 место

Fleetguard

Страна — США
Оборот — \$19,2 млрд (Cummins в 2014 г.)
Число сотрудников — 54600 (Cummins в 2014 г.)
Число сотрудников в России — н. д.

Торговая марка Fleetguard принадлежит подразделению Cummins Filtration концерна Cummins. Её прочная позиция в России отражает, в первую очередь, рыночную силу самого двигателестроительного концерна.

рейтинг

Бренды автомобильных фильтров в России

\$300 млн
объём рынка
автомобильных
фильтров РФ

6 место

Hengst

Страна — Германия
Оборот — н. д.
Число сотрудников — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

Hengst — это семейное предприятие в 3 поколениях, управляемое Йенсом Рёттерингом, внуком основателя компании Вальтера Хенгста. Hengst является постоянным участником выставки IAA с 1962 г., а тормозные колодки на Porsche поставляет с 1968 г. Даже сильный пожар, уничтоживший завод компании в восьмидесятых, не сломил Hengst, компания буквально возродилась из пепла.

7 место

Sakura

Страна — Индонезия
Оборот — н. д.
Число сотрудников — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

Марка Sakura родом не из Японии, а из Юго-Восточной Азии. Владеющая ей группа ADR в 1976 г. приобрела завод, специализирующийся на фильтрах. Нацелившись на западные рынки, ADR мудро начала с покупки лицензии у американского конкурента Donaldson Company. Сейчас Sakura ежегодно производит около 100 млн фильтров и входит в Топ-100 компаний, внесших наибольший вклад в рост благосостояния населения АТР.

9 место

Champion

Страна — США
Оборот Federal-Mogul в 2014 г. — \$7,3 млрд
Число сотрудников Federal-Mogul в 2014 г. — 48600
Число сотрудников в России — н. д.

Изначально компания Champion (а ей уже более 100 лет) специализировалась на свечах, но в 1998 г. она перешла под контроль Federal-Mogul и культовая марка стала зонтичным брендом запчастей и расходников. По оценкам ряда источников, компоненты Champion есть в 8 из 10 новых авто.

10 место

SCT-Germany

Страна — Германия
Оборот — н. д.
Число сотрудников — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

В нашем рейтинге Sudheimer Car Technik — Vertriebs GmbH — это единственный купец в окружении промышленников. SCT начинала в 1993 г. с продажи запчастей широкого ассортимента. Богатая, компания начала приобретать заводы — например, производство смазочных материалов в Литве. Фильтры немцы производят с 1998 г. и у них это неплохо получается, чему подтверждением служит данный рейтинг.

Отечественные бренды

	Бренд	Оценка*
1	BIG Filter	1172
2	Ливны	1095
3	Невский фильтр	834
4	TSN Цитрон	723
5	Fortech	516
6	Ekofil	456
7	Костромской фильтр	323
8	Element	226
9	SibTЭК	152
10	Sintec	141
11	Sedan	139
12	Фильтр-Сервис	137
13	Лухе	121
14	Базальт	120

	Бренд	Оценка*
15	ЧЗАФ	106
16	Салют-фильтр	84
17	TS-Filter	80
18	Эталон	74
19	PAF Filter	68
20	Километр	62
21	РусФильтр	52

* Методика

Рейтинг сформирован методом анкетирования руководителей высшего звена и директоров по продажам компаний сегмента автомобильных фильтров. Итоговый балл вычислен как сумма квадратов всех оценок, за исключением одной самой высокой и одной самой низкой оценки.

Ограничение ответственности

Данный рейтинг не вычисляет долю компании на рынке и его результаты могут не совпадать с данными измерений других организаций.

Под «отечественными брендами» подразумевались торговые марки, созданные российскими владельцами и предназначенные преимущественно для распространения на территории РФ.

Топ-5 российских брендов

1 место

BIG Filter

Штаб-квартира — Санкт-Петербург
Оборот — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

В общем зачёте нашего рейтинга BIG Filter занял 5 место. Это не только самый прочный российский бренд, он ещё и самый успешный экспортёр среди производителей фильтров — в 2015 г. компания поставила продукции за рубеж на 100 млн. руб. Успешна она и на первичном рынке, и в дилерских сетях автопроизводителей. BIG Filter даже участвовал в разработке воздушной системы для Bentley.

2 место

Ливны (ЛААЗ)

Штаб-квартира — Ливны, Орловская обл.
Оборот — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

Фильтры «Ливны» (ООО «Автоагрегат») третий год становятся лучшими отечественными фильтрами премии «Мировые автомобильные компоненты». По собственным оценкам, предприятие держит 80% первичного рынка фильтров в РФ.

Причём данный статус «Автоагрегат» удерживает аж с 1966 г.: ЛААЗ стал первым в нашей стране специализированным производителем данной продукции, поставщиком молодых заводов ВАЗ и КамАЗ.

3 место

Невский фильтр

Штаб-квартира — Санкт-Петербург
Оборот — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

ЗАО «ПКФ «Невский фильтр»» — основной актив группы «Роллман», специализирующейся на выпуске фильтров и фильтровальных элементов. В этом году предприятие отметит 20-летие существования и 10-летие присоединения «Энгельского завода фильтров», ставшего второй производственной площадкой «Невского фильтра».

4 место

TSN Цитрон

Штаб-квартира — Москва
Оборот — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

Ещё одна компания с давними производственными корнями.

«Цитрон» начинался в 1968 г. как радиозавод в структуре ВПК, построенный в г. Михайловск, Ставропольского края. В 1991 г. он перешёл в частную собственность; тогда же появилась автомобильная тематика — «Цитрон» освоил выпуск деталей системы зажигания, а 4 года спустя и фильтров. Сейчас михайловцы работают по немецким технологиям, а продукция находит спрос не только в России, но и в Восточной Европе.

5 место

Fortech

Штаб-квартира — Москва
Оборот — н. д.
Число сотрудников в России — н. д.

Компания «Фортек-Авто», владелец торговой марки Fortech, специализируется на автомобильных фильтрах, колодках, сцеплениях, а в последние 6 лет также на автомобильной оптике. Особое внимание она уделяет расходникам для автомобилей ВАЗ и ГАЗ. А компоненты Fortech для зарубежных автомобильных марок продаются не только по России, но и в странах Европы, Южной Америки и Юго-Восточной Азии.

21–28 апреля 2017 г.
National Exhibition and Convention Center (Shanghai)



AUTO
SHANGHAI
2017 Стремление к лучшей жизни



The 17th Shanghai International Automobile Industry Exhibition

Отечественный фильтр для дизельного впрыска

Начались поставки топливных фильтров российского производства для двигателей с системой впрыска Common Rail. Фильтр, созданный АО «АВТОАГРЕГАТ» (г. Ливны), будет стоить дешевле импортных аналогов при полном соответствии ТУ. Приводим описание новинки с комментариями представителя компании Сергея Волченкова, директора по маркетингу АО «АВТОКОМ».

Новый топливный фильтр ТМ «ЛИВНЫ» ФТ 034.1117040 является аналогом фильтра WDK 962/12 и предназначен для двигателей КАМАЗ 740.63-360, 400, 740.61-320, 740.64-420 и ММЗ 245-260 EURO 4-5 с системой впрыска Common Rail.

Системы топливного впрыска предъявляют повышенные требования к качеству фильтрации и прочности фильтров из-за значительных перепадов давления, поэтому в данном сегменте до сих пор статус-кво держали иностранные поставщики. «АВТОАГРЕГАТ» разбил эту традицию, представив в 2016 г. фильтры ФТ 046.1117010 (аналог WDK 940/1) и ФТ 047.1117010 (аналог WDK 962/1) для двигателей ЯМЗ. Новый «034-й» фильтр дополняет линию фильтров нового поколения.

Разработка фильтра началась с тестирования западных образцов в лаборатории «АВТОАГРЕГАТ», аттестованной для проведения испытаний в Госстандарте РФ, рассказывает Сергей Волченков. Стараясь повторить все выходные характеристики образца, российский производитель не просто выполнил требования европейских и российских стандартов по грязеемкости, прочностным характеристикам, а добился качества, к которому привык потребитель оригинальной продукции.



Топливный фильтр ФТ 034.1117040

Для двигателей КамАЗ, ММЗ с системой впрыска Common Rail

- Высокая пропускная способность
- Высокая степень очистки топлива — тонкость не более 3 мкм
- Повышенная грязеемкость и влагоотталкивающие свойства
- Качественные фильтровальные материалы
- Фильтр выдерживает повышенные перепады давления, гарантируя стабильную работу системы Common Rail
- Предотвращение износа и коррозии системы впрыска топлива
- Эксплуатационная надёжность в течение всего срока службы
- Удобный монтаж и демонтаж фильтра

— Используем лучшую бумагу, итальянскую Ahlstrom и немецкую Hollingsworth, — говорит представитель «АВТОАГРЕГАТ».

— Мы надеемся на вторичный рынок, что владельцы машин, сошедших с гарантии, будут покупать наш фильтр, — сказал Сергей Волченков. — И докажем потребителям, что наш фильтр отвечает всем техническим требованиям и ничем не хуже «оригинала», при этом по цене намного лучше. Ценники на фильтры западных производителей начинаются примерно от 1000 руб., оригинальная продукция ещё дороже, от 2000 руб. Наш фильтр будет стоить около 570 руб.

Наш собеседник не теряет надежду, что новейшие топливные фильтры АО «АВТОАГРЕГАТ» всё же попадут на конвейеры мотор-

ных заводов и в гарантийные сети КамАЗ, МАЗ и ГАЗ — но уже с отечественной системой впрыска топлива для дизельных двигателей. Эти фильтры в настоящее время проходят испытания в компании «Ярославская топливная аппаратура», разрабатывающей данную систему.

— Это будет российский фильтр на российской системе впрыска, — говорит директор по маркетингу АО «АВТОКОМ».



Более подробная информация на www.laaz.ru



Увеличиваем гарантию до 3-х лет!

Самое время покупать амортизаторы KYB



www.kyb.ru

Амортизаторы от поставщика на конвейеры

Расширенная гарантия 3 года или 80 000 км предоставляется при установке полного комплекта амортизаторов на авторизованных СТО KYB. Расширенная гарантия 2 года или 80 000 км предоставляется при установке 2-х амортизаторов на одной оси на авторизованных СТО KYB. Подробнее на www.kyb.ru

Сеть авторизованных СТО и магазинов на интерактивной карте KYB: <http://kyb.ru/map>

Директор для сверхзвукового автобизнеса

Отделение систем фильтрации европейского автокомпонентного концерна Sogefi получило нового главного управляющего. Это событие, далекое от России, для нас стало предлогом ближе познакомить читателей с Sogefi Group. Компания эта пока недостаточно хорошо известна в нашей стране, но она стоит внимания.



Оборот Sogefi в 2015 году составил 1,5 миллиарда евро при росте 11,1%. Что более примечательно, за 2016 год стоимость акций концерна выросла на 147% (по данным Market

Insight) — отличный показатель, особенно учитывая, что мы говорим о крупном бизнесе.

Группа Sogefi существует с 1980 года, это относительно молодая компания по мер-

кам европейского автопрома. Итальянский по происхождению, по сути это международный концерн, в котором работают 6700 человек, а отделения у него есть в 21 стране.

Работает группа преимущественно в трёх сегментах: пружины подвески, климатические и вентиляционные системы, системы фильтрации под четырьмя брендами: Purflux, FRAM®, CoopersFiaam и Sogefi Pro.

Фильтры, вперёд!

Бешеные темпы развития группы Sogefi в первую очередь обеспечены расширением отделения фильтров. В частности, последние из упомянутых торговых марок — Sogefi Pro, бренд систем фильтрации для тяжёлой коммерческой техники — появилась совсем недавно. В этом отделении работают более 700 человек, распределённых по заводам и офисам в Евразии и обеих Америках.

В данной нише Sogefi ориентируется в первую очередь на независимый вторичный рынок: 70% выпускаемых ей фильтров уходят в эту нишу. Хотя и направление OEM развито в полной мере. В системах фильтрации продукты компании — это не только фильтры, но и комплексные модули фильтра-

ции для первичной комплектации мотоциклов, трициклов, легковых и большегрузных автомобилей.

Он волнуется, но верит в себя

Каждой компании, переживающей период быстрого роста, приходится постоянно перестраиваться, сталкиваясь с ранее неизвестными факторами бизнеса. По-видимому, в Sogefi почувствовали, что в 2017 году вновь нужны перемены. С этим вызовом и должен справиться новый генеральный директор подразделения фильтров Фредерик Шосса.

Чтобы поддерживать «сверхзвуковую» скорость развития, нужны филигранные управленческие навыки. «Я с нетерпением ожидаю вступления Фредерика Шосса на должность руководителя подразделения фильтрации, что позволит повысить удовлетворенность клиентов и прибыльность», — сказал генеральный директор Sogefi Лоран Хебенштейт.

Новый глава отделения фильтров явно также чувствует степень возлагаемой на него ответственности за удержание динамики. Особенно учитывая, что он станет начальником тех самых менеджеров, которые обеспечили замечательные показатели в прошлые периоды — Седрика Роси и Мауро Проди, руководителей подразделений OEM/OES (рынок оригинальных компонентов и запчастей) и IAM (независимый вторичный рынок запчастей).

Насчёт своей способности оправдать доверие Фредерик Шосса заме-

Справка



Фредерику Шосса 48 лет, он женат и имеет 4 детей, получил степени магистра технических наук в Горной школе Парижа (Ecole Des Mines) и магистра делового администрирования в бизнес-школе INSEAD, накопил богатый опыт в автомобильном секторе, с тех пор как пришел в отрасль более 25 лет назад. Работал в компаниях Michelin, Valeo и Johnson Controls. Перед переходом в Sogefi Group был генеральным директором подразделения по изготовлению сидений бизнес-класса в Zodiac Aerospace.

тил: «Я воодушевлен этой возможностью; это интересная задача, и я ожидаю, что мой приход придаст новый импульс стратегии развития нашего подразделения систем фильтрации». ■

1,5 млрд евро
составил оборот Sogefi в 2015 году при росте 11,1%

Каков IQ у новой трансмиссии?

Периодически сервисмены ломают голову над проблемой: клиент жалуется, что после замены трансмиссионного масла появились шумы, вибрации, ухудшились разгонные характеристики, коробка стала чаще перегреваться или повысился расход топлива. Вы уверены, что провели замену технически грамотно, масло было куплено у проверенного дилера, исправность самого автомобиля тоже вопросов не вызывает. В таком случае рекомендуется внимательнее отнестись к выбору типа масла.

Ещё недавно подбору моторного масла уделялось гораздо больше внимания, чем трансмиссионного, поскольку характеристики второго гораздо меньше отражались на состоянии автомобиля.

Но в последние годы, с широким распространением многоступенчатых коробок передач и вариаторов (СТV), ситуация кардинально поменялась. Эти сложные агрегаты оказались даже более требовательны к параметрам смазочных материалов, чем ДВС.

Все проблемы в трансмиссиях, связанные с маслами, можно разбить на три группы по причинам появления.

Сохранение рабочих параметров в широком диапазоне температур. Традиционно в сегменте трансмиссионных смазочных материалов доминировали минеральные масла. Однако в новых трансмиссиях мно-

гие серьёзные сбои вызваны недостаточной стабильностью свойств этих масел в пограничных температурных режимах. Возникла необходимость перейти на синтетические масла, сохраняющие высокую текучесть при низких температурах и не образующие отложений при нагреве.

Неправильный подбор жидкости. Современным трансмиссиям типов ATF и СТV требуются низковязкостные смазывающие жидкости. Неправильный выбор по данному параметру повышает расход топлива.

Несоответствие типа. Для разных типов трансмиссий — CVT с ременной или цепной передачей, многоступенчатая ATF — необходимо использовать жидкости с разным составом присадок, одобренных производителем трансмиссии. Неправильный выбор масла по данному параметру приводит

к повышению теплообразования коробки и прочим вышеперечисленным проблемам.

Сервисменам следует учитывать, что производители смазочных материалов из соображений экономии удешевляют продукт, создавая формулы с узкой сферой применения — например, подходящие только для коробок с ремнем.

Умный выбор для мультибрендовых СТО

Мультибрендовым СТО, напротив, узкоспециализированные продукты неудобны. Им нужен поставщик, который обеспечит максимальный охват модельного ряда. Желательно также, чтобы этот охват обеспечивался небольшим количеством продуктов, чтобы минимизировать складской запас и облегчить сервисмену подбор масла под конкретного клиен-

АКПП

МКПП

Вариатор



Yokki IQ ATF MV 134 Plus рекомендуется для трансмиссий последнего поколения Mercedes-Benz, BMW и др. **Yokki IQ ATF MV 71141 Plus** рекомендуются для АКПП компании ZF серии 4HP и 5HP.

YOKKI GEAR OIL 75W90 GL-5 синтетическое масло для широкого применения в трансмиссиях. **Yokki GEAR OIL 80W90 GL-5** обладает высокой стойкостью к окислению, что увеличивает интервал между заменами масла.

YOKKI IQ CVT NS-J отвечает требованиям большинства японских и европейских производителей вариаторов. **YOKKI CVTF XT** также подходит для некоторых гидравлических трансмиссий, механизмов с самоуправлением, гидросистем и т.д.

та. Наконец, станции приходится поддерживать баланс прибыли, не подступаясь при этом качеством услуг.

Именно на эти требования ориентировалась компания Yokki, создав линию трансмиссионных масел Yokki IQ. Акцент сделан на высокую степень унификации: линейка Yokki IQ закрывает 90% потребностей в жидкостях для АКПП, вариаторов и МКПП. В жидкостях Yokki IQ CVT используются присадки, обеспечивающие соответствие

требование производителей как CVT с ремнем, так и с цепной передачей.

Качественные базовые компоненты позволяют трансмиссионным жидкостям Yokki IQ обеспечивать хорошую текучесть во всём диапазоне температур, надежную защиту от износа и отличную синхронизацию, устойчивость к окислению и сдвигу, низкую склонность к пенообразованию, хорошую совместимость с уплотнениями, высокую экономичность и комфорт. Они безопасны при смешивании с другими маслами.

С коммерческой стороны, жидкости Yokki IQ относятся к премиум-сегменту и обеспечивают сервисной станции наценку 25–50%.

Для углублённой работы с независимыми СТО в регионах дистрибутор Yokki компания «Фаворит Ойл» приглашает к сотрудничеству оптовые компании.

С более подробной информацией о продуктах YOKKI IQ вы можете ознакомиться на сайте www.yokkiol.ru



АВТОВАЗ нацелился на Китай

Китай — страна мечты для автопроизводителей всего мира, в том числе и российских. О том, что в Китай устремился АвтоВАЗ, стало известно в начале 2017 года.

Губернатор Самарской области Николай Меркушкин в интервью телеканалу «ВАЗ ТВ» заявил о том, что АвтоВАЗ рассматривает возможность экспорта в Китай до 10 000 автомобилей Lada 4x4 в год. Были анонсированы переговоры о поставках продукции АвтоВАЗа в Китай, которые должны были начаться 22 февраля в Москве. Но подробности переговоров неизвестны.

ИА Синьхуа 20 февраля сообщила о том, что в Китае уже появилась реклама Lada 4x4 Urban. Автомобиль позиционируется как малогабаритный внедорожник низкой ценовой категории, который будет интересен людям старшего поколения, которые, теоретически, могут испытывать ностальгию по Китаю до того, как он начал стремительно трансформироваться в капиталистического дракона. АвтоВАЗу поставки в Китай могли бы помочь достичь роста экспорта, так как этому направлению развития уделяется особое внимание в последнее время.

Тем временем, с 1 января 2017 года внедорожники Lada 4x4 уже официально поступают на китайский рынок. Но экспортирует их не АвтоВАЗ, а казахстанская компания Азия Авто, партнёр АвтоВАЗа. Автомобили собираются из российских машинокомплектов на заводе в Усть-Каменогорске. До конца этого года в Китай планируется экспортировать 3,5 тыс. автомобилей. Сборка машин на экспорт в Казахстане рентабельнее, чем в России, так как курс тенге упал ниже, чем рубль, кроме того, логистика поставок из Казахстана в Китай оптимальнее.

Из других российских автопроизводителей УАЗ предпринимает практические шаги по продвижению в Китай и уже организовал поставку первой партии порядка 500 моделей Hunter. Продолжение поставок намечено на второй квартал текущего года и по итогам всего года планируется реализовать в Китае несколько тысяч автомобилей.

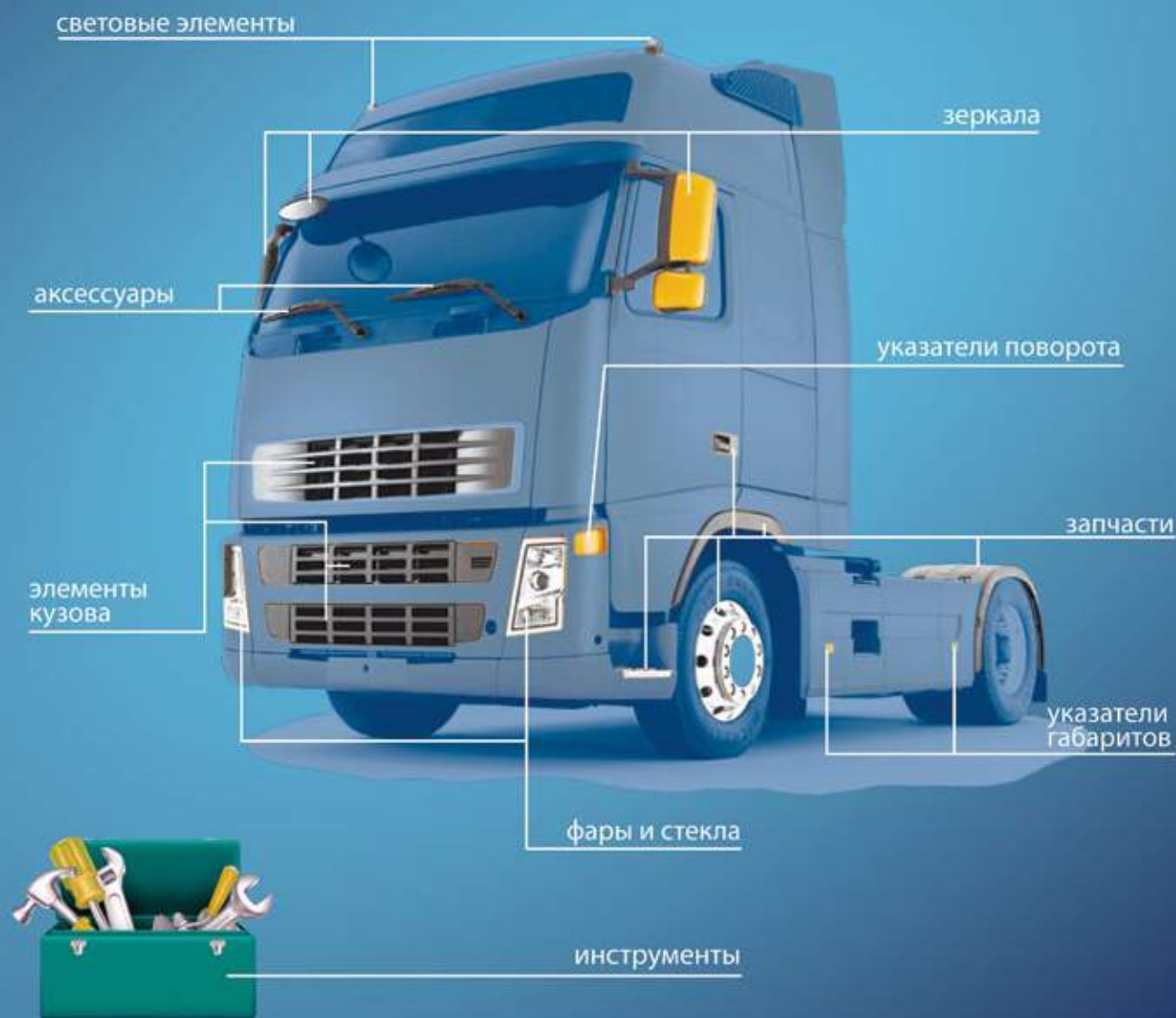
Другие российские автопроизводители пока не рассматривают возможности экспорта в Китай. Это определяется тем, что китайский авторынок, при всей его необъятности, высококонкурентный. На нём представлены автомобили всех мировых брендов и множество местных. И те и другие производят и продают огромное количество самых разных автомобилей. Вероятно, российские автомобили могут претендовать на какую-то узкую нишу рынка, это станет ясно в ближайшие годы.

Возможности российских производителей могли бы увеличиться с организацией производства в Китае, но это требует таких инвестиций, которые российские производители не могут себе позволить в современных условиях. И сейчас Китай, не испытывающий недостатка в инвесторах, предъявляет к желающим воспользоваться возможностями своего рынка всё более сложные требования. ■



АКСЕССУАРЫ И ПРИНАДЛЕЖНОСТИ ДЛЯ ГРУЗОВИКОВ

ВСЕГДА В НАЛИЧИИ БОЛЬШОЙ АССОРТИМЕНТ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЦЕНЫ



И МНОГОЕ ДРУГОЕ...

+7 (495) 902 63 69
adt@taurauto.ru
vk.com/taurauto

www.taurauto.ru

Трудное ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Текст: Елена Кочемас

Процесс импортозамещения в российской автомобильной отрасли продолжается, хотя успехи в этом направлении нельзя назвать выдающимися, так как импортозамещение тесно связано с целым рядом других проблем российского автопрома, которые требуют безотлагательного решения.



По всей видимости, власти оценивают успехи импортозамещения достаточно высоко. В частности, глава кабинета министров Дмитрий Медведев осенью 2016 года назвал автопром лидером в импортозамещении. По его словам, создание совместных автопроизводств с иностранными компаниями снизили среднегодовую долю импорта в отрасли на 22,5% в 2015 году.

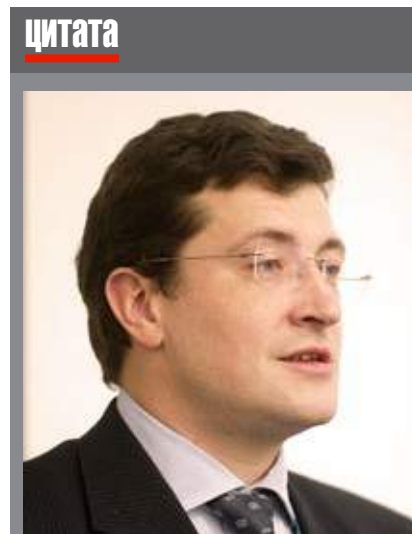
Программы импортозамещения действуют на предприятиях всех крупнейших автопроизводителей страны. Некоторые импортные автокомпоненты уже заменяются российскими. Так, в ноябре 2016 года на заводе запасных частей и компонентов и на заводе двигателей КамАЗа началась реализация программы импортозамещения вала промежуточного, двух видов шестерен, вала привода заднего моста и шестерни дифференциала для раздаточной коробки РК-6522. Пока эти детали изготавливаются австрийской компанией. В серийное производство продукция может поступить в 2017 году. А с начала этого года на модели КамАЗ-5490 и КамАЗ-65206/207 устанавливаются новые спальники российского производства. Ранее их поставляла компания Daimler.

В свою очередь, Группа ГАЗ была номинирована компанией WABCO Europe на поставку корпуса клинового разжимного механизма тормозных систем для автомоби-

лей Урал Next и Урал-М. Литье будет поставлять металлургическое производство ГАЗа, механическую обработку выполнит Канашский автоагрегатный завод Группы ГАЗ. Опытная партия автокомпонентов будет поставлена в апреле 2017 года, серийные поставки могут начаться ближе к концу года. ГАЗ в рамках импортозамещения собственными силами выпускает системы выпуска отработавших газов, крепежа, ступиц, дисков, поворотных кулаков. Готовится выпуск подвески для 9,5-метрового автобуса по качеству аналогичной импортной брендовой, в сотрудничестве с компанией Knorr-Bremse и Daimler производятся детали лицевого оперения.

Калужский завод ПСМА Рус по соглашению с НПП «Полипластик» локализует производство полимерных композиционных материалов на 80%. Из этих материалов изготавливаются дверные карты, панель приборов, бамперы, подкрылки и прочее. При этом генеральный директор ООО «ПСМА Рус» Франк Мюллер заявил: «Наша цель — локализовать всю цепочку производства комплектующих вплоть до сырья, что избавит от необходимости импортных поставок».

Импортозамещение на автопредприятиях в Самарской области может значительно продвигаться после подписания решения об объединении Некоммерческого партнерства «Автомобильный кластер Самарской области» (НП АКСО)



ЦИТАТА

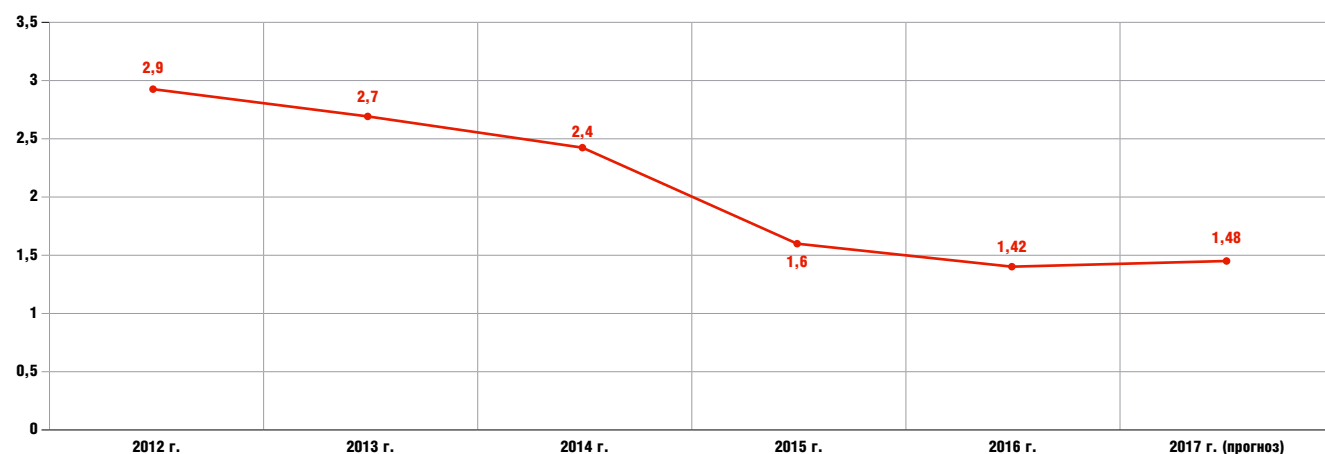
Глеб Никитин

первый заместитель министра промышленности и торговли РФ

«Если мы вспомним 2015 год, тогда с 65 рублей за доллар в январе-феврале мы упали до 50 в апреле, и сразу впервые произошло падение промышленного производства на 7%. Это был самый страшный месяц вообще для отечественной промышленности. Поэтому я думаю, что, например, 55 рублей за доллар теперь это уже будет проблема».

и Ассоциации предприятий машиностроения «Кластер автомобильной промышленности Самарской области» (АПМ КАПСО). По край-

Динамика российского авторынка, млн ед.



ней мере, одной из целей АПМ КАПСО заявлено импортозамещение на автопроизводстве альянса АвтоВАЗ-Рено-Ниссан. Участники объединения получают полный доступ к государственной поддержке проектов, направленных на импортозамещение.

Есть ещё ряд примеров, но при всём желании назвать импортозамещение успешно развивающимся нельзя. В недавнем докладе РАНХиГС, Института Гайдара и ВАВТ, в котором анализируется процесс импортозамещения, говорится о том, что краткосрочное преимущество от падения курса рубля и введения санкций и контрсанкций — не стали основой устойчивого роста отраслей, так как не были осуществлены необходимые преобразования.

В январе 2017 года при подготовке к правительственному заседанию говорилось о том, что будут рассматриваться 11 проектов по импортозамещению общей стоимостью более 560 млрд руб. с объемом госфинансирования более 300 млрд руб. Среди них было только два проекта из отрасли автопроизводства — создание СП «Форд-Соллерс» и пять локализационных проектов АвтоВАЗа. В итоге выяснилось, что 10 из 11 проектов курирующие их ведомства не рекомендовали к исполнению, так как заявленные предприятия больше не нуждаются в импортозамещении. Всё, что предприятия могли сделать в этом направлении, они уже сделали. Кстати, в начале 2015 года власти говорили о 2,5 тыс. инвестпроект-

тов, которые могли рассчитывать на господдержку в рамках импортозамещения, к началу 2016 года их стало около 200. Вероятно, такая динамика показательна больше, чем декларации о поддержке импортозамещения в автомобильной промышленности.

А ведь без импортозамещения не будут реализованы два стратегических направления развития российского автопрома — локализация автопроизводства и экспорт. Правительству и концернам приходится решать задачу как добиться углубления локализации при недостаточных темпах импортозамещения. В настоящее время Минэкономразвития и Минпромторг готовят новую редакцию режима промсборки, потому что прежние правила локализации станут неактуальны к 2020 году, но в большей степени из-за того, что поставленные цели не были достигнуты, несмотря на изменения правил промсборки. Особенно большие проблемы в локализации технически сложных узлов и агрегатов — двигателей, коробок передач, электронных систем управления.

Локализация подавляющего большинства зарубежных автопроизводителей не превышает 50% и процесс углубления локализации крайне медленный. Так, крупнейший российский автопроизводитель АвтоВАЗ в течение ближайших двух лет планирует

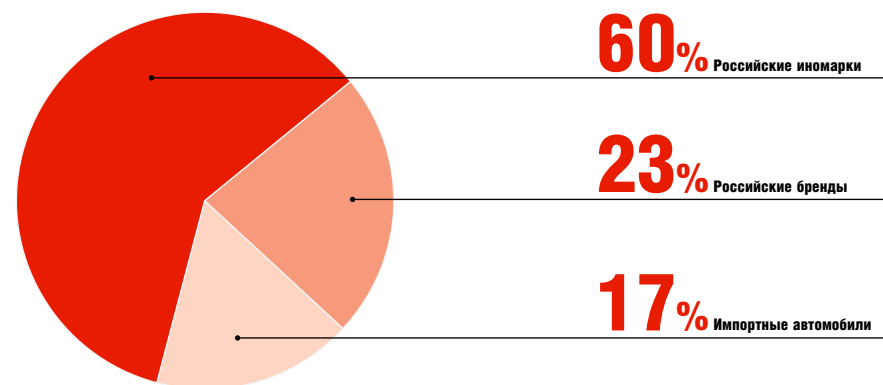
увеличить локализацию всего на 2% — об этом заявил министр промышленности и технологий Самарской области Сергей Безруков по итогам совещания с поставщиками автопроизводителя. Но фактически локализация может быть ещё меньше заявленной, так как многие компоненты российского производства делают из импортных элементов. Ранее власти просто ужесточали требования к автопроизводителям, чтобы побудить концерны выполнять требования промсборки, но по мере сокращения авторынка это стало бесполезно, так как компании не будут выполнять правила, когда продажи автомобилей не растут.

Власти полагают, что решением проблемы увеличения продаж может стать экспорт российских автомобилей, по крайней мере, эта идея активно муссируется. Реальность пока не соответствует желаниям. На поддержку экспорта в 2016 г. было потрачено 3,3 млрд руб., но показатели его сокращаются: экспорт легковых автомобилей в РФ в 2016 г. упал на 30,2%, до 68 тыс. ед. и на 28,5% до 14,3 тыс. грузовых автомобилей по сравнению с показателями 2015 года. Однако к 2025 году долю экспорта автомобилей в России планируется увеличить до 25% от общего объёма продаж. И даже если будут достигнуты цели по экспорту, это уменьшит избыточные мощности до порядка 20% (сейчас около 50%). Впрочем, пути достижения и этой цели тоже пока неясны.

Участники авторынка в целом подтверждают замечание Медведева, что наибольший эффект от импортозамещения в автомобильной промышленности наблюдался с третьего квартала 2014 года до четвертого квартала 2015 года. Но уже на рубеже 2015–2016 годов процессы импортозамещения в отрасли остановились по разным причинам.

Одной из причин было укрепление курса рубля. Даже не слишком существенный рост курса привёл к росту доли импорта по некоторым товарным группам. В декабре 2016 года первый заместитель министра промышленности и торговли РФ Глеб Никитин заявил: «Если мы вспомним 2015 год, тогда с 65 рублей за доллар в январе-феврале мы упали до 50 в апреле, и сразу впервые произошло падение промышленного производства на 7%. Это был самый страшный месяц вообще для отечественной промышленности. Поэтому я думаю, что, например, 55 рублей за доллар теперь это уже будет проблема». Ещё одна причина отставания в импортозамещении в том, что банки неохотно участвуют в поддержке импортозамещения. Участники рынка говорят, что бюджетные средства, направляемые на поддержку импортозамещения поступают в банковский оборот. Условия кредитования предприятий в то же время ужесточаются. Эти и многие другие проблемы ставят успех импортозамещения в автопроме под сомнение. ■

Автомобили на российском рынке, %



Continental
The Future in Motion



Ясность вместо
пустых слов:

5-летняя гарантия.

Профессионалы в автосервисе не нуждаются в пустых обещаниях — им нужно качество, на которое они могут положиться. Поэтому для зарегистрированных партнеров мы обеспечиваем 5-летнюю гарантию на все товары ContiTech Power Transmission Group для рынка послепродажного обслуживания автомобилей. Без «если» и «но». www.contitech.de/5



Power Transmission Group
Automotive Aftermarket

ContiTech

Итоги и прогноз Экспорт и импорт автомобилей

Текст: Олег Брянский

В 2016 году и ввоз автомобилей в Россию, и вывоз автомобилей из России сокращались существенно. Прогноз на наступивший год скорее негативный, но российский автопром заинтересован в увеличении экспорта.

По итогам одиннадцати месяцев 2016 года экспорт легковых автомобилей из России сократился на 30% по сравнению с показателями 2015 года и составил 60,9 тыс. ед., в денежном выражении 993 млн долларов. Поставки в страны дальнего зарубежья составили 20,2 тыс. автомобилей (498,8 млн долларов), в страны СНГ 40,7 тыс. ед. (494,2 млн долларов.)

Экспорт грузовых автомобилей сократился на 27,2% до 12,3 тыс. ед. на 300,9 млн долларов. В страны дальнего зарубежья поставлено 5,1 тыс. грузовиков (175,5 млн долларов), в страны СНГ 7,2 тыс. ед. (125,5 млн долларов).

В рассматриваемый период АвтоВАЗ экспортировал около 20 000 автомобилей, что более чем на 30% меньше, чем в 2015 г. И это при том, что весной 2016 года директор «Lada Ижевск» Михаил Рябов предполагал, что экспорт Lada в 2016 г. может увеличиться до 50 000 ед. Тем не менее, за 9 месяцев экспортная выручка АвтоВАЗа сократилась на 45% до 4,27 млрд руб.

На АвтоВАЗе сокращение экспорта связывают с тем, что Казахстан ввёл утилизационный

сбор на импортные автомобили. Для АвтоВАЗа Казахстан был крупнейшим внешним рынком сбыта, поэтому срыв поставок сюда повлиял на показатели экспорта в целом. АвтоВАЗ прекратил поставки автомобилей и начал экспортировать машинокомплекты, кроме того, компания локализовала в Казахстане сборку некоторых моделей на мощностях предприятия «Азия авто».

Объем продаж автомобилей УАЗ за рубеж в 2016 году составил 3 467 ед., хотя в 2015 году объём продаж составил 4 903 ед., что также может быть связано с ситуацией в Казахстане.

В 2016 году значимого прогресса в экспорте достигло российское предприятие Nissan. Поставки за рубеж Nissan и Datsun увеличились на 45% к показателям 2015 года, до 4,1 тыс. автомобилей, это около 5% объёма производства. Крупнейшими рынками сбыта для компании были Казахстан и Белоруссия, куда поставлялись в основном модели QQ и X-Trail. Кстати, Nissan один из немногих поставщиков компонентов за рубеж из РФ, так, в сентябре 2016 года начался экс-

Цитата



Максим Орешкин
глава Минэкономразвития РФ

«Те меры поддержки, которые мы как правительство внедрили последние два года, были ориентированы на поддержку спроса, оказали положительное влияние на эту отрасль, но не привели к структурному решению долгосрочных проблем».

порт в Европу передних и задних бамперов на X-Trail с предприятия в Санкт-Петербурге. В 2016 году должно было быть экспортировано 6 тыс. бамперов, план на 2017 год около 10 тыс. ед.

Что касается модели Datsun, то крупнейшим внешним рынком сбыта для этих автомобилей стал Ливан, куда было экспортировано

В В В Компания «Три-В Плюс»
ПРОИЗВОДСТВО КАЧЕСТВЕННЫХ ВЫХЛОПНЫХ СИСТЕМ И ДЕТАЛЕЙ



ГЛУШИТЕЛИ

Широкий выбор (в том числе из алюминия) по оптимальным ценам. Все глушители проходят специальную антикоррозийную 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.

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.

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.

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

Nissan один из немногих поставщиков автокомпонентов за рубеж из РФ: в сентябре 2016г. начался экспорт в Европу передних и задних бамперов на X-Trail с предприятия в Санкт-Петербурге

880 автомобилей с июня 2016 года. Кроме того, автомобили поставляются в Украину, тоже с июля, а с ноября — в Азербайджан.

Экспорт автомобилей Ford российского производства в 2016 году вырос в 4 раза, хотя это всего 880 автомобилей. Крупнейший внешний рынок сбыта для компании — Казахстан, экспорт осуществляются также в Беларусь и Армению. Больше всего за рубеж поставляются Ford Transit, Ford Focus, Ford Fiesta, а из коммерческих автомобилей — модели Ford Transit.

Прогноз на 2017-й

В 2017 году российские автопроизводители планируют увеличить экспорт автомобилей, к тому же к этому подталкивают их власти. По оценке Российского экспортного центра (РЭЦ) в 2017 году из РФ должно быть экспортировано 105 000–110 000 автомобилей. Государственная поддержка экспорта в 2016 г. составила 3,3 млрд руб.

АвтоВАЗ позиционирует экспорт, как основное или по меньшей мере как одно из основных направлений работы в текущем году. АвтоВАЗ планирует расширить поставки на рынки стран СНГ и европейских стран, прежде всего, в Венгрию и Германию. В Германии работает партнёрская компания АвтоВАЗа, которая уже продвигает российские автомобили через свою дилерскую сеть. Среди перспективных направлений страны Ближнего Востока и Латинской Америки.

Готовится к экспансии и Ульяновский автозавод. В 2016 году компания уже расширила географию поставок, начав экспорти-

ровать в Мексику, Перу, Эквадор, Гаити, Парагвай, Боливию, на Филиппины. А в январе 2017 года во время визита делегации из Демократической Республики Конго на Ульяновский автомобильный завод было подписано соглашение с дистрибьюторской компанией Congo Multiservices на поставку автомобилей бренда на рынок Конго. В 2017 г. УАЗ планирует экспортировать 10 000 автомобилей и машинокомплектов, что в 2–2,5 раза больше, чем в 2016 году.

В свою очередь, Группа ГАЗ планирует увеличить долю экспорта своих автомобилей до 50%, правда не в 2017 году, а за несколько лет. Но и сейчас объёмы экспорта компании составляют порядка 20% от объёма продаж, это довольно много для российской компании. На ГАЗе рассматриваются варианты строительства сборочных производств на Кубе, во Вьетнаме, Иране и Египте. К этому времени Группа ГАЗ подписала меморандум о поставках 900 автобусов ЛИАЗ в иранские города Тебриз, Карадж, Кум и Урмия.

А вот КамАЗ планирует сократить поставки автомобилей с 6500 в 2016 г. до 6000 ед. в 2017 г., что объясняется падающим спросом в странах СНГ.

Власти продолжают поддерживать экспорт и, возможно, господдержка экспорта в 2017 году увеличится в 2–3 раза. Причину пояснил глава Минэкономразвития РФ Максим Орешкин, который в рамках Гайдаровского форума заметил: «Те меры поддержки, которые мы как правительство внедряли последние два года, были ориентированы на поддержку спроса, оказали положительное влияние

на эту отрасль, но не привели к структурному решению долгосрочных проблем». И поэтому, по мысли М. Орешкина, необходимо развивать экспорт, а не усиливать стимулирование внутреннего спроса, как то практиковалось ранее.

Импорт

По данным ФТС, импорт легковых автомобилей в Россию по итогам одиннадцати месяцев 2016 года сократился на 22,6% до 244 тыс. ед., на 5 млрд 483,2 млн долларов. Из стран дальнего зарубежья было импортировано 232,8 тыс. ед. на 5 млрд 318,3 млн долларов, из стран СНГ — 11,2 тыс. автомобилей на 164,9 млн долларов. Импорт грузовых автомобилей в январе-ноябре тоже сократился на 9,2% до 17,7 тыс. ед. общей стоимостью 897,2 млн долларов, при этом 14,5 тыс. грузовиков (476,3 млн долларов) были импортированы из стран дальнего зарубежья и 3,2 тыс. автомобилей (420,9 млн долларов) из стран СНГ. Импорт автомобилей в Россию сокращается с сентября 2013 года и только в августе 2016 года была отмечена положительная динамика — 21 тыс. автомобилей, что на 5,3% чем в августе 2015 года, что впрочем, на итоги в масштабах года не повлияло.

Импорт иномарок вряд ли будет расти, по понятным экономическим причинам. Более того, он может совсем прекратиться, уже не по экономическим причинам. Дело в том, что с 1 января для оформления ПТС требуется представить свидетельство о безопасности транспортного средства, в котором указано, что автомобиль оснащен модулем ЭРА-ГЛОНАСС. Автомобиль, не оснащённый модулем, не пропустит таможеню. И это требование может полностью прекратить ввоз иномарок, которые, очевидно, модулем ЭРА-ГЛОНАСС не оснащены. Как реагируют власти на растущее негодование автовладельцев, предпочитающих импортные иномарки, сложно сказать. ■

КУВ расширяет гарантию

Компания КУВ — один из крупнейших в мире производителей деталей подвески автомобилей — расширяет гарантию на свою продукцию. С 1 марта 2017 гарантия на амортизаторы и пружины КУВ увеличена до трех лет с даты розничной продажи или 80 000 км пробега автомобиля.

Введение трехлетней гарантии на фирменную продукцию компании КУВ поддержать автомобилистов в непростых экономических условиях. По данным аналитиков, в период кризиса среднегодовой пробег машин в России сократился почти на треть. Другими словами, среднестатистический новый автомобиль простаивает треть своего гарантийного срока, притом что сроки гарантийных обязательств большинства производителей запчастей и комплектующих не изменились. Действуя в интересах своих потребителей, компания КУВ увеличила срок действия фирменной гарантии до трех лет или 80000 км пробега при условии установки на машину четырех амортизаторов КУВ, а также при установке не менее двух пружин КУВ серии K-Flex.

«Увеличение гарантийного срока — продуманный шаг, соответствующий нашей сбытовой политике, — поясняет Сергей Бескоровайный, руководитель отдела маркетинга компании КУВ. — В премиальном сегменте рынка амортизаторов, на котором мы оперируем, ценовая конкуренция не имеет первостепенного значения. Ведь затраты потребителя складываются не только из цены самой запчасти, но и работ по ее установке на машину, поэтому короткий срок службы низкокачественных деталей и их частые замены в конечном счете обходятся заметно дороже.



Следует учитывать еще и тот факт, что низкокачественный или изношенный амортизатор усиливает износ прочих элементов подвески, сокращая их ресурс и влияя на безопасность и комфорт вождения».

Увеличение срока гарантийных обязательств свидетельствует об уверенности компании в высоком качестве выпускаемой продукции. Процессу серийного производства амортизаторов и пружин КУВ предшествует длительный период исследований, создания прототипов и тестирования продукции в соответствии с жесткими стандар-

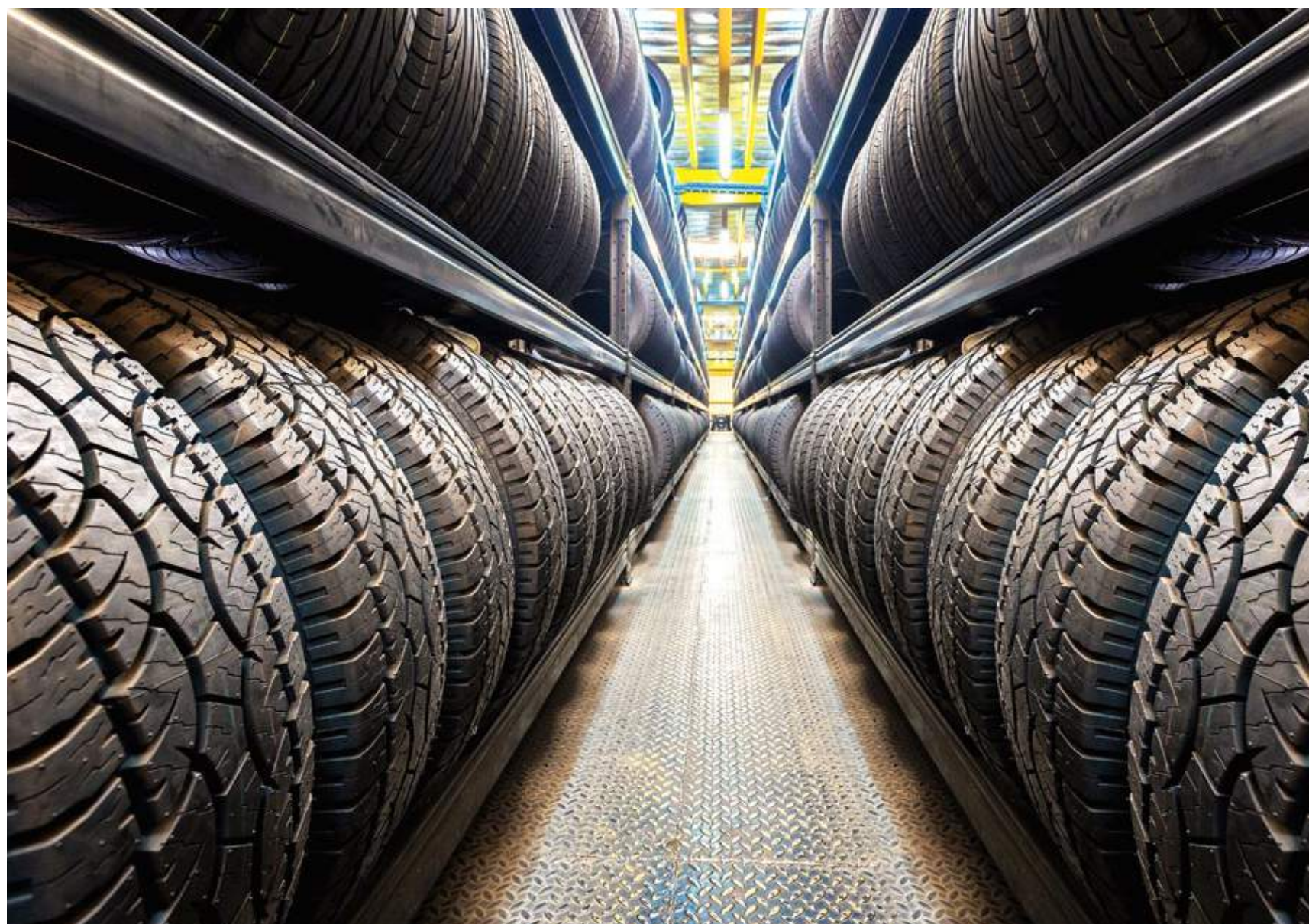
тами «КУВ Corporation», что подтверждает крайне низкий показатель брака.

Обязательное условие расширенной гарантии КУВ — покупка амортизаторов и пружин у официального торгового партнера компании и установка их на СТО, авторизованной по программе «КУВ Сервис». Сеть авторизованных станций техобслуживания и магазинов КУВ на территории России и стран Таможенного Союза насчитывает более 950 точек, адреса которых можно найти на интерактивной карте КУВ на сайте www.kyb.ru.

ШИННЫЙ РЫНОК

Текст: Игорь Бек

Актуальные проблемы в отсутствии динамики

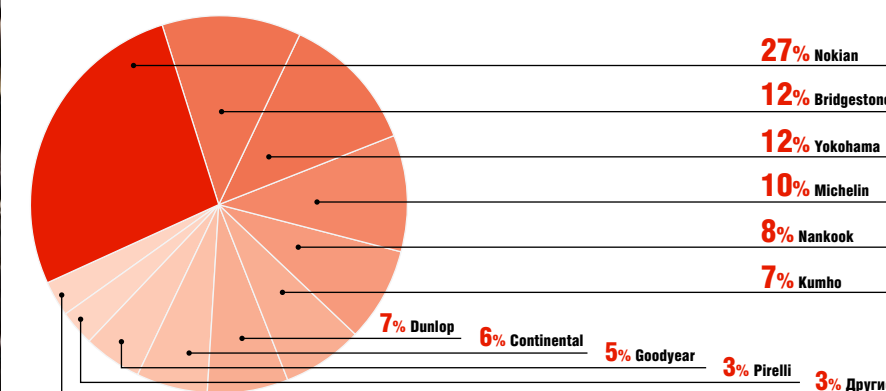


Рынок шин в настоящее время ничем существенно не отличается от прочих — производство, спрос на шины и объём продаж сокращались, изменялась структура рынка. В текущем году никто из участников рынка не ожидает улучшения ситуации.

Тенденции спада на рынке шин установились в 2014 году, когда падение продаж составило 17,5% в количественном выражении или 15,2% в стоимостном. В 2015 году сокращение российского рынка автомобильных шин углубилось и составило 21,9% к показателям 2014 года. Поставки шин на конвейеры уменьшились на 27%.

Ситуация на рынке определялась снижением спроса на шины, по разным оценкам, от 5% до 20%. Структура спроса на рынке шин изменилась в сторону предпочтения продукции более низкой ценовой категории, что естественно, так как цены на шины в течение 2015 года увеличились от 10% до 30%. Эта тенденция новая для рынка, так как в период с 2012 по 2015 гг. средние

Доля брендов на российском рынке шин в высокой и средней ценовых категориях, %

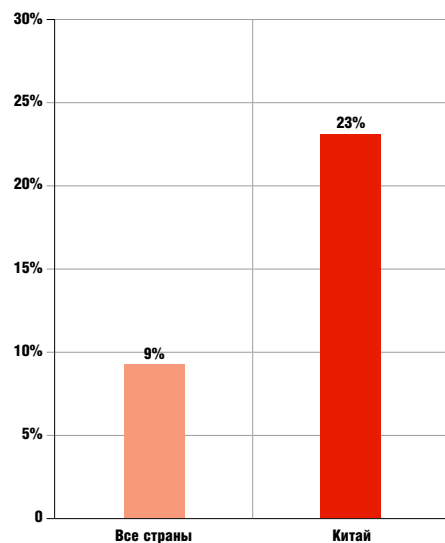


цены производителей на шины для легковых автомобилей сократились почти на 2%, а в 2013 году темпы падения цен к предыдущему году достигали 7%.

Рост цен заставил потребителей экономить на зимних шинах ещё в 2014 году, когда сокращение этого сегмента составило 7%. За девять месяцев 2015 года объём продаж составил 21,9 млн зимних шин, что на 32% меньше, чем в прошлом году. Спад продаж зимних шин во многом определяется обрушением продаж новых автомобилей более, чем на 30% в 2015 году. Но количество реализованных машин около 1,2 млн ед., то есть сами по себе продажи машин не могли бы привести к таким негативным последствиям для шинного рынка.

Следовательно, меняется модель поведения потребителей, и именно это приводит к глубинным структурным изменениям рынка, по всей видимости, многолетним. В числе таких изменений — сокращение количества специализированных торговых точек по продажам шин и увеличение доли крупных магазинов — сетевиков и супермаркетов. Кроме того, отвоёвывает всё большую долю интернет-торговля, в 2014 году она составляла 25%, по 2015 году пока нет сведений.

Прирост импорта шин в РФ с 2011 по 2015 гг., %



Китайские шины были не только вдвое дешевле других импортных шин, но и дешевле шин производителей стран ЕАЭС

Китайская угроза

Вопрос импорта актуален для отечественного шинного рынка из-за поставок китайской продукции, это, прежде всего, касается грузовых шин. В 2014 году жалобу на китайских шинников подали в ЕЭК шесть производителей: «Омскшина», Ярославский шинный завод, «Нижекамскшина», Нижнекамский завод грузовых шин, Нижнекамский завод шин ЦМК и белорусская «Белшина».

ЕЭК проводила шесть расследований по демпингу со стороны китайских производителей и выяснила, что если общий объём импорта грузовых шин в страны ЕАЭС вырос с 2011 по 2014 гг. на 9,2%, то импорт шин из Китая увеличился на 27,1%. Китайские шины были не только вдвое дешевле других импортных шин, но и дешевле шин производителей стран ЕАЭС. В результате прибыль некоторых компаний упала в 10 раз, рентабельность продаж сократилась более чем на 8%.

Можно констатировать на этом этапе победу отечественных шинников: Евразийская экономическая комиссия ввела против китайских производителей шин для грузовых автомобилей, автобусов, троллейбусов, самосвалов, прицепов и полуприцепов антидемпинговые пошлины по максимальной ставке порядка 35% (для компаний Deruibao Tire, Guizhou Tyre, Shandong Wanda Boto Tyre, Triangle Tyre). Для рынка шин для легковых автомобилей, видимо, китайская проблема не настолько актуальна.

О том, как повлияют пошлины на цены на отечественные шины ничего не известно. Но очень сомнительно, чтобы отсутствие дешёвой альтернативы привело к уменьшению стоимости шин для потребителя. Зато вполне вероятно, что вырастут не только цены, но и доля контрафакта.

Оптимизм шинников

В начале 2016 года участники рынка шин были взбудоражены сообщением о том, что правительство готово ввести шины в акцизный список. Сообщения СМИ звучало вполне убедительно, так как их фактически подтвердил председатель правления Ассоциации производителей шин и генеральный директор «Nokian Tyres Россия» Андрей Пантюхов. Он же одним из первых дал оценку предполагаемому нововведению: автомобиль сам по себе является акцизным товаром и введение дополнительного акциза на комплектующие будет избыточным, шины будут расти в цене.

В акцизный список хотели внести пальмовое масло, газированные напитки, чипсы и электронные сигареты, как продукты считающиеся вредными для здоровья россиян. Предположительно, дополнительная пошлина сделала бы их менее доступными. Шины в этом ряду выглядели бы несколько нелепо, но вряд ли кто-то удивился бы этому. Однако вскоре участников рынка шин успокоил министр финансов РФ Антон Силуанов, который заявил о том, что решения о введении акцизов на автомобильные шины нет.

Несостоявшийся ввод акцизов на шины показывает, что участники рынка пребывают в тревожном состоянии, так как нет полной ясности в понимании будущего рынка — за пределами 2016 года. По итогам 2016 года — снова спад, на 11%, хотя это лучше, чем спад 2015 года на 20%. Это послужило поводом для оптимизма крупных иностранных игроков рынка, которые полагают, что два наиболее трудных года для отрасли позади и в этом году выпуск шин продолжит рост.

Есть три фактора, на которые надеются в 2017 году производители шин: возможная стабилизация экономики и, следовательно, авторынка, улучшение потребительских настроений и реализация отложенного спроса. ■

MIMS automechanika MOSCOW

21^я Международная выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобилей

21 - 24 августа 2017

ЦВК «Экспоцентр»
Москва

Получите Ваш билет на
www.mims.ru



Организатор

ITEMF
EXPO



Текст: Ольга Васильева

Концерн General Motors покинул российский автопром в марте 2015 года (к концу лета 2015 года прекращено контрактное производство на ГАЗе в Нижнем Новгороде). С тех пор разные источники периодически сообщают о грядущем возвращении GM, но ни одно такое сообщение не подтверждается самим автопроизводителем.

Вопреки предположениям о том, что GM трудно будет уйти из РФ, не было заметно, чтобы концерн как-то пострадал от своего внезапного для участников российского авторынка решения. В отличие, между прочим, от производителей автокомпонентов. Так, из-за прекращения производства GM (и снижения

поставок на Ford) закрыла завод в Ленинградской области компания Johnson Controls, а также канадская компания Magna, а японская компания Unipress приостановила строительство предприятия в Санкт-Петербурге.

Возможно, это определялось тем, что российский рынок для GM был важен, но не стратеги-

чески значим и компания интегрировалась с производственной структурой страны не так тесно, как Volkswagen или Hyundai. Завод GM работал в Шушарах с 2006 года, объём инвестиций в предприятие составил 300 млн долл.

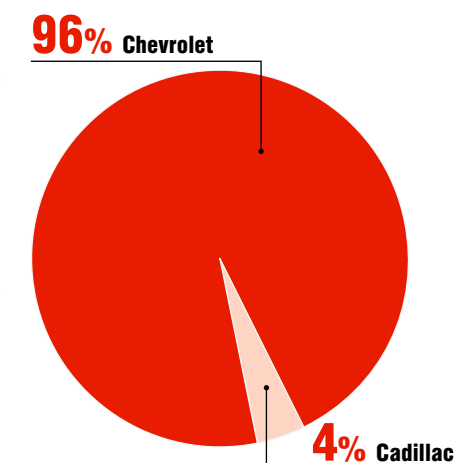
Объём производства достаточно быстро рос на фоне бумообразного роста продаж иномарок.

Автомобили «штамповались» в три смены и в начале 2012 года с конвейера сошёл уже 100-тысячный автомобиль (Chevrolet Cruz). Тем не менее, когда в России грянул кризис, GM немедленно ушёл из России. Настолько быстро, что сразу возникла конспирологическая версия о политической подоплёке действий автоконцерна. GM, впрочем, сразу отверг эту версию, объявив, что меняет свою стратегию в России из-за экономической ситуации. Глава компании в Европе, Карл-Томас Нойманн в марте 2016 года пояснил, что компания не имеет желания постоянно терпеть затраты ради удовлетворения требований к локализации в условиях,

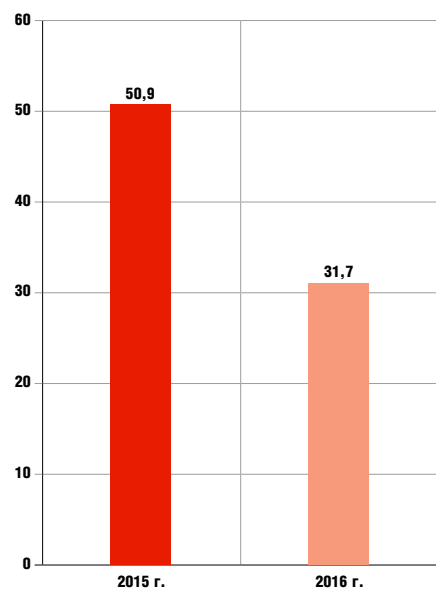
когда эти затраты не могут окупиться из-за ситуации на рынке. Динамика авторынка после ухода компании доказывает, что решение GM на тот момент вряд ли было ошибочным.

Заметим, кстати, что компания законсервировала производство, но не избавляется от него. В феврале 2016 года Карл-Томас Нойманн заявил, что у GM нет планов по возобновлению производства, но заметил, что у автопроизводителя есть «строительные блоки», на случай если будет принято решение о восстановлении производства в России: «Мы по-прежнему имеем дилерскую сеть. Так что «никогда не говори никогда». Относительно завода Нойманн

Соотношение брендов GM на российском авторынке в 2016 г., %



Продажи автомобилей GM в России, тыс ед.



подчеркнул: «Если мы продадим его, то получим небольшую выгоду в краткосрочной перспективе, но держать его нам обходится недорого». В то же время Нойманн, по сути, отверг возвращение в Россию автомобилей бренда Opel.

В июле 2016 года стало известно, что, якобы General Motors будет продавать автомобили, импортируя их в Россию из Казахстана. Поставки машин Chevrolet планируется наладить в течение трёх лет с завода «Азия авто», сообщалось в некоторых медиа-источниках. Насколько известно, GM не подтверждал существование такого проекта.

Позднее в компании GM заявили о том, что планируют сконцентрироваться на премиальном сегменте российского автомобильного рынка. В рамках этой стратегии концерн отказался от бюджетных моделей Chevrolet и машин Opel, хотя обслуживание этих автомобилей продолжается. Кстати, в сентябре российское подразделение концерна General Motors ООО «Джи Эм Авто» отозвало из России 3 тыс. 257 автомобилей Chevrolet Cruze и Chevrolet Orlando реализованных с октября 2011 г. по июль 2012 г. Причина отзыва —

возможная неисправность обратного шланга гидроусилителя рулевого управления.

Прекратив продажи машин массового сегмента, компания продолжает продажи моделей Cadillac и классических американских моделей Chevrolet — Corvette, Camaro и Tahoe. Следует заметить, что сегмент автомобилей премиального сегмента в России растёт, в отличие от бюджетного.

Для сравнения, по итогам девяти месяцев 2016г. на российском рынке было реализовано 22947 автомобилей GM из них 22063 автомобиля относятся к массовому сегменту бренда Chevrolet, что на 45% меньше к АППГ, но автомобилей бренда Cadillac было продано в рассматриваемый период на 33% больше (849 ед.). Кстати, после ухода из России General Motors подписал соглашение с белорусским автозаводом «Юнисон» о крупноузловой сборке Cadillac Escalade четвертого поколения и Chevrolet Tahoe — для поставок на российский авторынок.

В сентябре 2016 года снова появилась информация о том, что предприятие General Motors в Санкт-Петербурге может возобновить сборку автомобилей. Особенность этой новости была в том, что она исходила от главы комитета по промышленной политике и инновациям Максима Мейксина.

По его словам, в конце 2016 — начале 2017 года на предприятии GM в Санкт-Петербурге возобновится производство легковых автомобилей, но не GM™, что само по себе необычно, поэтому в СМИ озвучивались разные версии, что же это могут быть за автомобили. Впрочем, версиям не суждено было подтвердиться, так как GM опроверг информацию о возобновлении работы завода в Петербурге. В свою очередь и Минпромторг России заявил, что не получал предложений о возобновлении производства на площадке завода General Motors — об этом рассказал на Санкт-Петербургском Международном газовом форуме министр промышленности и торговли России Денис Мантуров.

Ещё один сентябрьский слух о заводе GM — возможная передача своего петербургского автозавода в управление белорусскому автопроизводителю — ЗАО «Юнисон» для выпуска автомобилей Cadillac. Предположительно, соглашение об этом компании подпишут в октябре 2016 года, но детали проекта пока неизвестны. Первый заместитель министра промышленности Беларуси Геннадий Свицерский, не опровергнув сам факт переговоров между GM и ЗАО «Юнисон», подчеркнул, что реальных планов по управлению заводом в Санкт-Петербурге не существует.

25 января 2017 года слух о возобновлении производства GM в РФ вновь понемногу оживает, вице-губернатор Сергей Мовчан поведал: «Идут переговоры. Никаких подробностей сказать не могу». Мы вынуждены ждать опровержения либо подтверждения этой информации от представителей GM.

Одно из предположений, почему GM с лёгкостью покинул российский авторынок в 2015 году и не торопится возвращаться, было то, что в это время авторынки развитых стран в основном преодолели кризис, мировые продажи GM стабильно увеличивались и к тому же компания справилась с колоссальным скандалом 2014 года, связанным с отзывом миллионов неисправных автомобилей бренда по всему миру.

По некоторым данным, потери General Motors (GM) от ухода с российского рынка оставили 443 млн долларов — об этом стало известно в начале 2016 года, а в 2015 году эта цифра составляла 644 млн долларов (по итогам третьего квартала), но, видимо, эти потери существенного вреда компании не принесли. Так, уже по итогам 2016 года General Motors ожидает рекордную прибыль, а основным рынком становится китайский, где было продано 3 870 000 автомобилей, это на 7,1% больше, чем в 2015 году, и это рекордный показатель продаж.

А в России, по итогам прошлого года, объём продаж автомобилей GM составил 31737 ед., на 53% меньше, чем в 2015 году. 96% этого числа — автомобили Chevrolet, 4% — Cadillac. ■

PSA Group

завоюет мир с помощью Opel и Vauxhall

В марте стало известно, что PSA Group договорилась с General Motors о покупке Opel и Vauxhall за 2,2 млрд евро. С брендами Opel и Vauxhall, PSA Group занимает 17% европейского авторынка и по основным показателям выходит на второе место среди автопроизводителей в Европе.

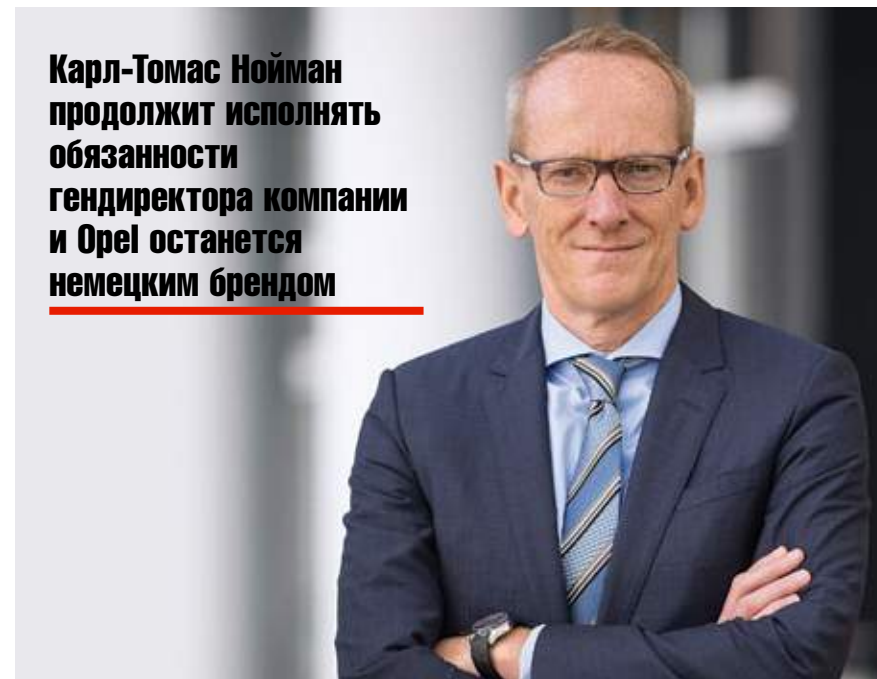
По условиям сделки PSA и GM, стоимость Opel составила 1,3 млрд евро, стоимость Vauxhall 0,9 млрд евро. Впрочем, PSA заплатит только 1,13 млрд евро: 670 млн евро за активы Opel/Vauxhall плюс 460 млн евро за 50% Opel Bank, так как BNP Paribas оплатит другие 50%, плюс ценные бумаги на 650 млн евро, которые GM сможет конвертировать в 4,2% акций PSA после 2022 г.

В 2016 году выручка Opel и Vauxhall достигла 17,7 млрд евро, за тот же период выручка PSA составила 54,03 млрд евро. Вместе с двумя новыми брендами PSA Group уступает в Европе только Volkswagen Group. Карл-Томас Нойманн продолжит исполнять обязанности гендиректора компании и Opel останется немецким брендом.

В периметр сделки вошли бренды Opel и Vauxhall, шесть сборочных заводов и пять автокомпонентных предприятий и инженерного центра Russelsheim. При этом, Opel и Vauxhall будут пользоваться лицензиями GM на интеллектуальную собственность. Но постепенно бренды перейдут на платформы PSA.

Сделка была высоко оценена участниками и со стороны PSA и GM. В частности, Мэри Барра, глава GM, оценила новое положение брендов Opel и Vauxhall как более выгодное в долгосрочной перспек-

Карл-Томас Нойманн продолжит исполнять обязанности гендиректора компании и Opel останется немецким брендом



тиве. А гендиректор PSA Карлос Таварес назвал Opel/Vauxhall правительным партнёром.

Предполагается, что, в составе PSA, Opel/Vauxhall получит больше возможностей для расширения за пределы Европы, чем в структуре GM. Соответственно, PSA Group может приступить к реализации планов глобальной экспансии, о чём заявил Жан-Филипп Пежо, представитель семьи акционеров группы. Reuters приводит его слова: «Это позволит группе завоевать остальной мир шаг за шагом. Это остается важной целью

для PSA». Очевидно, имеется в виду то, что продажи Opel в Германии, а Vauxhall в Великобритании, больше автомобилей, чем у группы Peugeot.

Кроме того, считается, что в результате сделки PSA Group сэкономит 1,1 млрд евро к 2020 г. и будет экономить 1,7 млрд евро каждый год до 2026 года. В частности, планируется сократить расходы в организации производства, материально-техническом обслуживании и разработке дизайна. При этом в PSA утверждают, что смогут сохранить рабочие места в Opel и Vauxhall до 2021 года. ■

Путь Анатолия Сердюкова



Директор по авиационным программам госкорпорации «Ростех» — такова была первая серьёзная должность Анатолия Сердюкова после увольнения с поста министра обороны. Но на этом его возобновившаяся карьера не завершилась.

поруции «Ростех», он вошёл и в состав правления госкорпорации «Ростех».

В октябре 2016 года Анатолий Сердюков вошёл в состав совета директоров «Вертолетов России» вместе с такими персонами как президент Татарстана Рустам Минниханов, замминистра промышленности и торговли Андрей Богинский, председатель совета директоров АвтоВАЗа Сергей Сковрцов, первый замгендиректора «Ростеха» Владимир Артяков и так далее. Кроме того, в конце года стало известно, что бывший министр обороны РФ уже полгода как входит в совет директоров Брянского электро-механического завода (АО «БЭМЗ»).

В начале 2017 года появилась информация о том, что Анатолий Сердюков может стать заместителем генерального директора «Ростеха». Но заместителем генерального

директора «Ростеха» был назначен бывший управляющий директор по непрофильным и проблемным активам госкорпорации Александр Назаров, хотя и Сердюков вовсе не был обделён. Так как правительство РФ выдвинуло его в совет директоров «Объединенной авиастроительной корпорации» (ОАК), в который также вошли советник президента ОАК Борис Алешин, замминистра обороны Юрий Борисов, замминистра экономического развития Евгений Елин, замминистра финансов Андрей Иванов, министр промышленности Денис Мантуров, замминистра транспорта Валерий Окулов, президент ОАК Юрий Слюсарь, первый зампредела коллегии Военно-промышленной комиссии РФ Иван Харченко.

Позднее, уже в марте 2017 года, экс-министр обороны России Анатолий Сердюков был выдвинут в совет директоров ПАО «Камаз», входящего в госкорпорацию «Ростех». Решение об этом было принято на заседании совета директоров компании. Совет будет избран на годовом собрании акционеров «КамаЗа», которое состоится 23 июня 2017 года в Набережных Челнах. ■

В марте 2017 года, экс-министр обороны России Анатолий Сердюков был выдвинут в совет директоров ПАО «Камаз», входящего в госкорпорацию «Ростех»

ЖУРНАЛ «АВТОИНСТРУКЦИЯ»



на всех мобильных устройствах

скачивайте бесплатно



ai-media.ru



ROVERS®



 **PROTECTION. RELIABILITY. SAFETY.**

www.rovers.mobi

55 000
тираж



48
регионов
России



100%
целевая
аудитория:

Производители и дистрибьюторы компонентов и запчастей

**Оптовые поставщики
Розничные продавцы**

Журнал для автоспециалистов «Автоинструкция» 

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, Игорь Бек, Михаил Милошевич, Алексей Морозов, 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 объявлений 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.

Мобильная версия журнала



www.ai-media.ru



www.gelighting.com/eu

Автомобильные лампы GE - СМЫСЛ В КАЧЕСТВЕ!

Сделано в Венгрии



Дистрибьюторы GE Automotive Lighting в России:

Драйв Лайтинг
+7 (495) 363-02-35
www.lampaavto.ru
info@lampaavto.ru

ТД БИЛАЙТ
+7(495) 788-82-81,
981-37-19, 981-37-20
www.bilight.biz

АВТО-ЕВРО
+7 (495) 937-28-28
www.autoeuro.ru
info@autoeuro.ru

Тобис Калининград
+7 (4012) 93-55-94
office@tobis39.ru

ВАШ ВЫБОР ДЛЯ ЗАМЕНЫ МАСЛА В АКПП, МКПП И ВАРИАТОРАХ

Увеличьте прибыль Вашего автосервиса вместе
с трансмиссионными маслами YOKKI IQ



МАСЛА ДЛЯ АКПП



МАСЛА ДЛЯ МКПП И ВАРИАТОРОВ



YOKKI IQ ATF
D-III

YOKKI IQ ATF
MV 71141 PLUS

YOKKI IQ ATF
MV 3309 PLUS

YOKKI IQ ATF
WS

КОНСИСТЕНТНАЯ
ЛИТIEВАЯ СМАЗКА
для подшипников

YOKKI IQ
CVTF NS-J

YOKKI IQ
CVTF XT

YOKKI GEAR OIL
75W-90 GL-5

YOKKI IQ ЯВЛЯЮТСЯ 100% АНАЛОГОМ ОРИГИНАЛЬНЫХ ТРАНСМИССИОННЫХ МАСЕЛ

YOKKI IQ ATF MV 3309 Plus: • Рекомендуется для АКПП, производимых Aisin-Warner; • Отвечает стандартам Type T-IV, JWS 3309 и др.; • Обеспечивает мягкое переключение передач; • Обладает высокой вязкостной стабильностью. **YOKKI IQ ATF WS:** • Разработанное для АКПП Toyota после 2005 года выпуска; • Отвечает Jaso 1A и Allison C-4; • Устойчиво к окислению; • Обладает противовибрационными свойствами. **YOKKI IQ ATF MV 71141 Plus:** • Рекомендуется для АКПП компании ZF серии 4HP и 5HP; • Обладает высокой защитой от износа, коррозии, пенообразования; • Имеет высокую окислительную стабильность. **YOKKI IQ ATF D-III:** • Отвечает требованиям стандартов Dextron III 6297-M и Ford Mercon M2C185A, Allison C-4; • Низкая летучесть и неагрессивность ко всем типам сальников; • Устойчивость к окислению. **YOKKI GL5 75W-90:** • Предназначены для МКПП, задних мостов и др. **YOKKI IQ CVTF XT:** • Обладает превосходной защитой от износа; отвечает требованиям Toyota CVTF TC, Toyota CVTF FE, Nissan NS-1, Honda HMMF. **YOKKI IQ CVT NS-J:** • Рекомендован для трансмиссий компании Jatco; • Подходит для автомобилей Nissan, где рекомендована жидкость NS-2. **YOKKI NLGI EP 2** (Консистентная литиевая смазка для подшипников) идеально подходит для: • Антифрикционных подшипников; • Компонентов шасси; • Крестовин карданов, шаровых соединений и подшипников ступиц автомобилей с дисковыми тормозами

ООО "Фаворит Ойл Трейд" - эксклюзивный дистрибьютор масел YOKKI на территории РФ +7 495 730 20 96