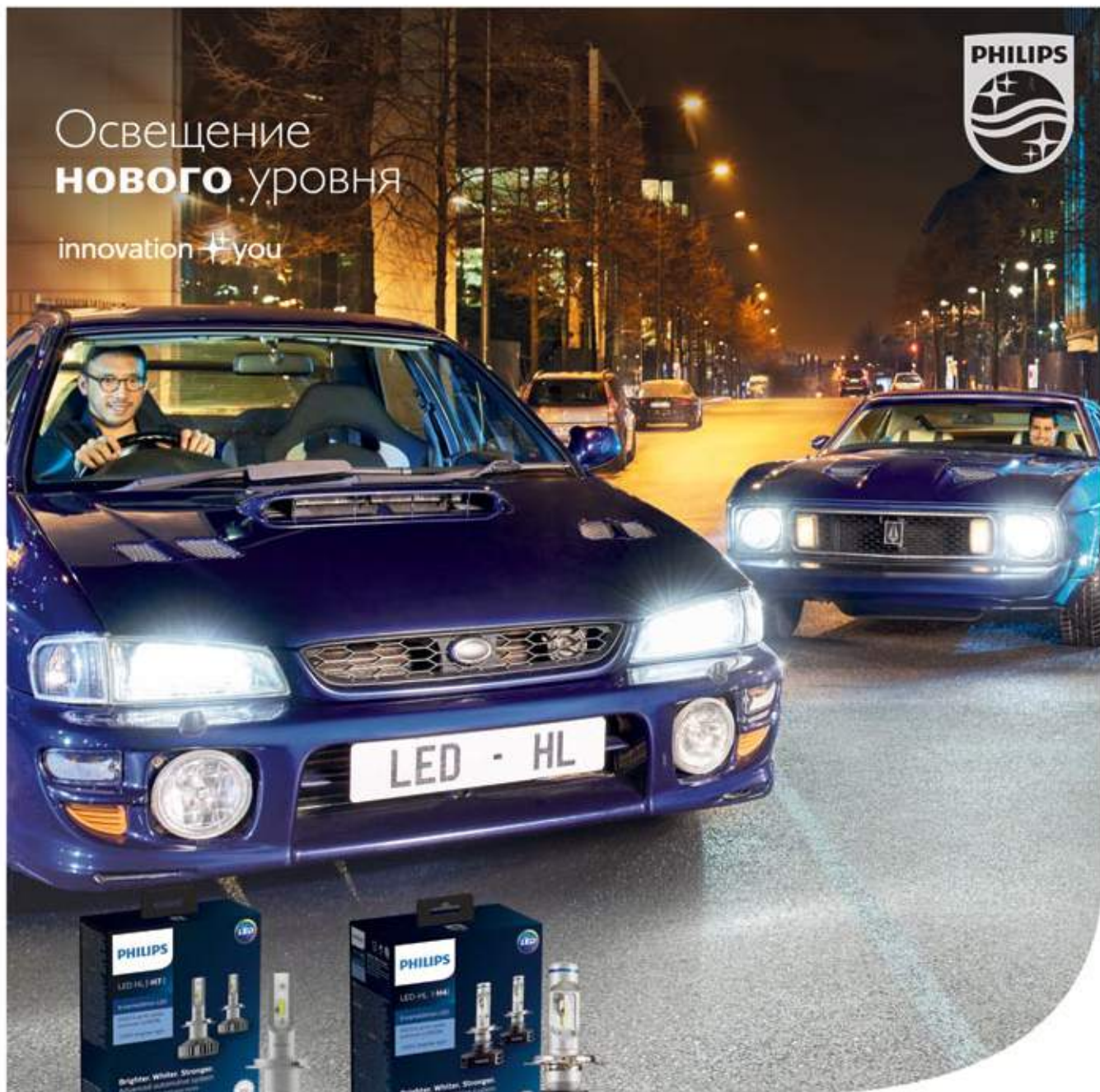




АВТОИНДУСТРИЯ

№10(160) 2017

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ



Philips LED retrofit

www.philips.com/automotive



PHILIPS



Зимний комфорт и безопасность

Шипуемые и фрикционные шины Triangle хорошо подходят для российских зимних дорог.

 **TRIANGLE**[®]
Moving you always

www.triangle.com.cn

www.triangle-shina.ru

МЫ ЗНАЕМ ПРО АВТОМОБИЛЬНЫЙ СВЕТ ВСЁ

THE
WORKSHOP'S
FRIEND 



- Оптика
- Лампы
- Дополнительный свет
- Электрика, электроника

www.hella-russia.ru

Реклама.



VITEX[®]
25 лет

VITEX ULTIMATE - МАСЛО ЧЕМПИОНОВ

Vitex Ultimate 0W40

Полностью синтетическое моторное масло

Спецификации: API SN/CF, ACEA A3/B4-12

Допуски: BMW Longlife-01

Made in Europe

www.vitex.mobi



ОЛЕГ ТАКТАРОВ

Чемпион ULTIMATE
FIGHTING CHAMPIONSHIP (UFC)

Automobile Barcelona

Рекордная Barcelona 2017

Автомобильная выставка в Барселоне отличается прагматичностью. На ней нет футуристических концептов, не видно эксклюзивных электросуперкаров. Automobile Barcelona — выставка для тех, кто присматривает себе реалистичный автомобиль для реальной жизни и ищет партнеров по автомобильному бизнесу. И таких было немало в этом году — по информации организаторов, выставка завершилась с рекордными результатами посещений и подписанных коммерческих контрактов.

43 премьеры



Seat Ateca FR

Seat Ateca FR

На Automobile Barcelona состоялась официальная премьера обновленного Seat Ateca FR. Это первый кроссовер автопроизводителя, модификация модели Seat Ateca. И кроме того, на Seat Ateca FR впервые был представлен четырехцилиндровый бензиновый турбомотор семейства TSI объемом 2,0 л. мощностью 190 л.с. После дебюта в Барселоне Seat Ateca FR поступил в продажу в Европе. По стратегическому замыслу компании-производителя первый кроссовер Seat позволит компании конкурировать с Kia Sportage, Nissan Qashqai, Toyota RAV 4 и Renault Kadjar.



Mahindra KUV100

Mahindra KUV100

Индийские автомобили редкие гости в Европе. Один из таких автомобилей — Mahindra KUV100 небольшой кроссовер производства Mahindra & Mahindra, дебютировавший на Automobile Barcelona. С помощью KUV 100 Индия планирует, ни много ни мало, захватить европейский авторынок. Это автомобиль длиной 3685 мм с колесной базой 2385 мм несколько экзотичной для Европы внешности. Автомобиль оснащается дизельным или бензиновым двигателем объемом 1,2 л. мощностью от 78 до 82 л.с.



Automobile Barcelona 2017

767 649

посетителей



Tesla Model X

Tesla Model X

Илон Маск продолжает овладевать мировым авто-рынком. Обновлённый Tesla Model X был представлен в Барселоне. В основном модернизация ограничилась тем, что программное обеспечение было перепрограммировано, но это позволило Model X в базовой версии наби-

рать 100 км в час со старта на 1,1 секунды быстрее, чем до модернизации, за 4,9 секунды. Кстати, показ автомобилей Tesla сопровождался открытием в Испании сезонного магазина компании в Port Vell в Барселоне, а дилерский салон Tesla начнёт работать до конца года.



УМНЫЕ МОТОРНЫЕ МАСЛА



Официальный эксклюзивный продавец на территории России и в странах СНГ
ООО «Делфин Дистрибушн» тел. +7 (495) 993-46-56 факс +7 (495) 993-46-60 www.spectrol.ru

Automobile Barcelona 2017

1209

журналистов



Alfa Romeo Stelvio

Alfa Romeo Stelvio

Первый кроссовер от Alfa Romeo был представлен в Барселоне. Alfa Romeo Stelvio — результат работы над концептом, который был показан ещё в 2003 году. Автомобиль построен на одной платформе с моделью Giulia, недавно вышедшей на авторынок Европы. На кроссовер Alfa Romeo

Stelvio руководством компании-производителя возложена важная задача — достижение объёма продаж автомобилей Alfa Romeo — 500 тыс. ед. в год. Продвинутая версия Stelvio оснащается бензиновым двигателем V6 рабочим объёмом 2,9 литра мощностью 505 л.с. и восьмиступенчатой трансмиссией.



Basic & New

NIPPON PAINT

АВТОРЕМОНТНЫЕ ПОКРЫТИЯ ИЗ ЯПОНИИ



реклама

nax PP Primer – адгезионный грунт по пластику. Японское качество в аэрозольной упаковке.



Эксклюзивный импортер лакокрасочных материалов для авторемонта Nippon Paint Co. на территории РФ и в странах СНГ ООО «СП БИЗНЕС КАР»



117452, Москва, Балаклавский пр., 26. Тел. +7 (495) 725-33-51 www.paintbc.ru

Международные новости

6 из 10
лидеров в разработке «беспилотников» — европейцы

1,5 года
спрос на машины будет выше ожидаемого

Tesla не попала в топ-10

Европа лидирует в патентной гонке в области автономного вождения, сообщает Институт экономических исследований в Колони, партнёр консорциума CARTRE. Топ-10 компаний, зарегистрировавших больше всего патентов в данной сфере, возглавляют Bosch (958 патентов, январь 2010 г. — июль 2017 г.), Audi (516) и Continental (439). В десятку лидеров вошли также Ford, GM, BMW, Toyota, VW, Daimler, а замыкает её Google (338 патентов).

Ураганы выгодны автопроизводителям США

В сентябре продажи Toyota и GM в США были выше прогнозируемых на 15% и 12% — спрос создали жители Техаса, чьи а/м уничтожил ураган Харви. Другие автоконцерны также отметили рост продаж. В целом влияние трёх недавних ураганов — Харви, Ирмы и Марии — будет ощущаться ещё 18 месяцев, считают в агентстве IHS Market. Один только Харви подарит дилерам 500 тыс. дополнительных проданных а/м.

80% автопоставщиков не успевают за трендами

Трудности роста вторичного рынка

На 3% ежегодно будет прирастать вторичный автомобильный рынок вплоть до 2030 г., говорится в исследовании McKinsey. Рост будет сопровождаться кардинальным изменением всей бизнес-модели авторынка по причине усиления роли цифровых технологий. 80% автопоставщиков, отвечая на вопросы, признались, что не готовы к уже намеченным трендам. Поэтому 42% ожидают снижения прибыльности своего сервисного бизнеса. Лишь 29% уверены, что увеличат прибыль на вторичном рынке.

2/3 британцев не знают, выгоден ли электромобиль

Между тем, солярка накладнее батареек

Британцы не покупают электромобили во многом потому, что не знают о субсидиях, нулевом дорожном налоге и низких эксплуатационных расходах, показал опрос агентства MoneySupermarket. 62% не знают о субсидиях, а 46% просто уверены, что электромобиль — это дорого. Между тем, экономический расчёт даёт шокирующие результаты: при текущих стимулах самой дорогой опцией оказывается дизель — 37 тыс. фунтов стерлингов (включая покупку машины и все последующие расходы), против 31 тыс. для «батарейки».

Российские новости

25 лет
сотрудничают KUKA и КамАЗ

И доросли до стратегического партнёрства

Производитель промышленных роботов KUKA Robotics получил статус стратегического партнёра российского производителя грузовиков. Две компании подписали соглашение, предусматривающее прямые поставки роботов, создание сервисного и учебных центров в области робототехники в Набережных Челнах, участие KUKA в освоении КамАЗом концессии «Индустрия 4.0». Несколько роботов данной компании уже работают на прессово-рамном, моторостроительном и автомобильном заводах автоконцерна.

3% BMW в России продавались через госзакупки

Чтобы вернуть госрынок, нужна локализация

BMW рассматривает возможность создания в Калининграде завода полного цикла. Возможная причина — потеря маркой возможности участвовать в госзакупках после изменения требований по локализации в России в 2017 г. Чтобы вернуть госрынок, компании придётся, как минимум, перенести в Россию сварку и окраску кузовов. Сейчас BMW производятся в Калининграде методом крупноузловой сборки на мощностях «Автотор», объёмом до 40 тыс. шт. в год.

98 тыс. авто в год — мощность завода GM в Петербурге

Купить его может GM Uzbekistan

Власти Узбекистана ищут возможность локализовать в России выпуск автомобилей марки Ravon, чтобы повысить их ценовую конкурентоспособность за счёт федеральных льгот по режиму промборки. Ravon заинтересован в том, чтобы повысить отдачу от 70 дилерских центров, реализовавших за первые 8 месяцев 2017 г. 7739 а/м. В качестве одного из вариантов рассматривается приобретение законсервированного завода GM мощностью 98 тыс. машин в год.

2,4 млн мотоциклов числится в России

Узкая ниша для сервиса

Мотоциклетный рынок России на порядок меньше автомобильного, а рынок запчастей и сервиса к ним — на два порядка. В России насчитывается 2,39 млн мотоциклов, из них 90% — старая советская техника «Иж», «Урал» и «Восход». Парк иностранных мотоциклов немного превышает 500 тыс. ед. Из них наиболее велики доли японских, чешских и китайских брендов (7%, 6,5% и 3% от всего парка).

3 место занимает АвтоВАЗ на рынке Беларуси

Тольятти меняет местного партнёра

АвтоВАЗ сменил импортёра на белорусском рынке, его партнёром

Цитата



Дмитрий Капишников
генеральный директор «KUKA Robotics Rus»

«Нынешняя ситуация послужит хорошим толчком для развития робототехники в РФ. Роботы могут быть легко адаптированы под изменение запросов рынка; более того, могут быть использованы в различных технологических процессах. К примеру, предприятие использует их для сварки трубопроводной арматуры. В случае изменения спроса собственник может легко поменять номенклатуру и даже тип изделий: например, начать производить газовые баллоны или мангалы. Более того, он может поменять технологический процесс: вместо сварки робот будет выполнять резку, наплавку или работать со станком».

стала компания «Ардера». Новый дистрибьютор намерен сосредоточиться на продвижении фирменного сервиса в областные центры Беларуси. В конце октября открываются автоцентры в Минске и Гомеле, в следующем году они появятся ещё в 6 городах. Сейчас марка Lada в стране занимает 3 место по продажам. В 2017 г. её реализация выросла на 45%, составив за 3 квартала 2331 единицу.

Цитата



Хендрик фон Кюнхайм
старший вице-президент BMW

«В России есть несколько технологических зон, где производятся автомобили, включая Московский, Калужский, Петербургский, Калининградский регионы. Мы проанализировали все варианты и сейчас находимся в стадии принятия решения. Я хочу, чтобы мы расставили точки над i — пойдем ли мы одни или с кем-то в партнерстве. Государственное регулирование иностранных компаний в России изменится в ближайшие годы. И это потребует от нас более глубокой локализации, чтобы полноценно вести бизнес».

automechanika
SHANGHAI

Шанхайская международная выставка производителей автозапчастей и поставщиков услуг

29.11– 2.12.2017

Национальный выставочный центр (г. Шанхай), Китай

Главное место встречи представителей ведущих брендов со всего мира

Не упустите шанс встретить 6 000 международных участников и познакомиться с последними новинками в области "умной" электроники, мобильных и инновационных систем.

Посетите новый раздел выставки REIFEN, посвященный шинам и колесным дискам.

www.automechanika-shanghai.com

Co-located zone



130,000 посетителей | 6,000 участников | 330,000 кв. м.



1500 ЛИСТОВ
сопровождающей документации

Разные взгляды на успех экспорта

Экспорт автотоваров из России растёт — благодаря или вопреки деятельности государства? Представители разных сторон расходятся в оценке текущей ситуации. Иностранные автоконцерны по-прежнему просят упростить прохождение границ (на партию товара делается до 1500 листов сопровождающих документов). Чиновники и банкиры много говорят о субсидирующих инструментах. Но есть и другие мнения: в администрации Татарстана, в частности, больше значения придают развитию связей.



Георгий Ротов,
генеральный директор, «Континентал Калуга»

«В таких товарах, как шины, где вы экспортируете воздух, даже с учётом субсидий РЭЦ нужно искать дополнительные возможности способствовать экспорту. Уже делается достаточно много в плане субсидирования кредитования, транспортных издержек, в том числе малого бизнеса, но остаётся большой блок, связанный с бюрократией и избыточно жёсткими законами. И этот блок делает наш экспорт ещё менее привлекательным, потому

что препоны создаются не только со стороны страны-импортёра, что нормально, но и со стороны родины производителя.»



Петр Фрадков,
генеральный директор,
Российского экспортно-
го центра
«Мы продолжаем
работу по налажива-
нию инструментария.
Представлено более
100 продуктов. По кре-

дитам Российского экспортного банка по субсидированию процентной ставки решено довести ставку до 5,7%, в евро 1,5%, в долларах 1,7%. Это уже международные ставки. Нужно вовлекать максимальное количество небольших компаний.»

Анатолий Артамонов, губернатор Калужской обл.
«Многое начало получаться, несмотря на санкции. Представители бизнеса Швеции на встрече с Мантуровым были вынуждены признать, что российская экономика встала на путь динамичного развития. Каждый процент даётся с большим трудом, но мы научились думать и понимаем, что надо заниматься делом, а не только продавать нефть и газ. Нам вредит нестабильность: то федеральная субсидия на международную сертификацию есть, то нет. Отсутствует пока и поддержка производителей деталей второго звена.»

Николай Любимов, губернатор Рязанской обл.
«В 2017 г. мы стали одним из нескольких регионов, в которых в пилотном режиме осуществляется стандарт развития экспортной деятельности, разработанный РЭЦ. Уже 33 компании заявили с просьбой о поддержке по линии экспорта.»

Сергей Шишанов, менеджер по закупкам запасных частей и аксессуаров «Пежо Ситроен Рус»
«На первый взгляд, было довольно пессимистичное отношение к тому, что в России можно сделать что-то дешевле. Но после пристального рассмотрения были найдены возможности.»

Оливер Грюнберг, директор завода «Фольксваген Груп Рус»
«Россия в третьей фазе: выход на мировой уровень конкурентоспособности. Мы могли бы с нейтральными расходами экспортировать в Турцию, Израиль и Иран.»

Сергей Майоров, председатель правления, Машиностроительный кластер Республики Татарстан
«Мы задумывали веб-сайт для субконтракторов только для республики Татарстан, и он оказался никому не нужен. Потом мы его сделали двуязычным, и сейчас 10 стран и 47 субъектов РФ поддержали наш портал. Премьер-министр Саксонии признал отсутствие у них аналога и у нас пошли заказы из Германии. Чем не экспортный потенциал?»

РЫНОК

автомобильных ламп: настоящее определяется экономикой, будущее – технологиями

Текст: Евгений Новожилов

Российский рынок автомобильных ламп пока не испытывает существенных изменений в связи с ростом авторынка. Если продажи автомобилей продолжают увеличиваться, то это через некоторое время вызовет количественные, а затем и качественные положительные изменения рынка автоламп.

Существенную долю на рынке головного света в будущем могут занять матричные лампы с лазерным модулем

Характер российского рынка ламп для автомобилей в настоящее время определяет ситуация во вторичном сегменте, который в денежном выражении составляет около 750 млн долл, в то время как весь рынок ламп порядка 800 млн долл.

Экономический кризис в России незначительно повлиял на структуру рынка, намечавшиеся изменения в сторону более продвинутых ламп затормозились, но не остановились, и в целом рынок несколько лет находится примерно на одном и том же уровне развития, что и два-три года назад.

Благодаря огромному вторичному рынку автомобилей рынок ламп не понес значительных потерь, напротив, сегмент бюджетных ламп постоянно рос небольшими темпами, что позволяет удерживаться производителям в расчете на более динамичный рост рынка в будущем.

Стабильность структуры

Практически все участники рынка отмечают, что российский рынок ламп принадлежит зарубежным брендам почти полностью, отечественный производитель занимает на рынке максимум 5%.

На рынке представлено более 20 только основных производителей, среди брендов, занимающих значительные доли рынка — Philips, Hella, Narva, Bosch, GE, Valeo, Koito, Брестский электроламповый завод, ТМ «Маяк», «Диалуч», STC, Phoniex, Raybrig и ряд других. На первичном рынке представлена продукция Philips, Hella, Narva, Osram и GE.

Крупных новых брендов не предвидится, однако участники вторичного рынка отмечают активность азиатских импортеров дешевых ламп, прежде всего из Китая. Некоторые предприниматели категорично утверждают, что в России нет продукции из Европы: есть лампы европейских брендов, которые производятся в Китае и есть, собственно, китайская продукция.

На рынке автомобильных ламп традиционно много контрафактной продукции, так как основной фактор выбора на рынке — стоимость. Поэтому основная конкурентная борьба ведется за бюджетный сегмент, в который наблюдается отток потребительского спроса из премиального сегмента.

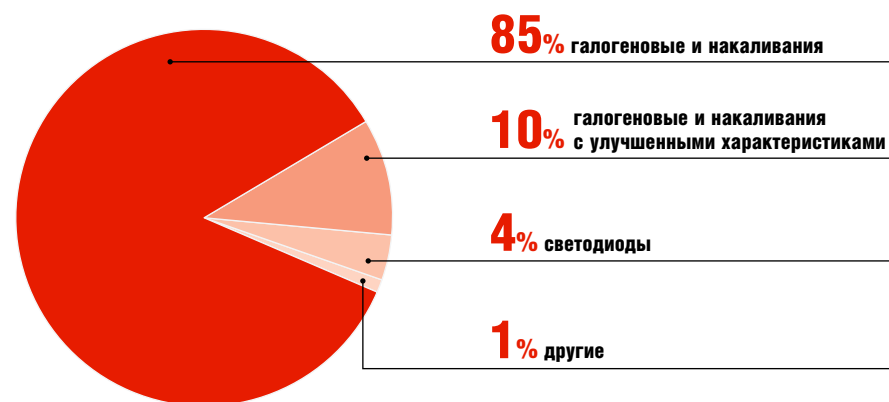
Контрафакт поступает как из Китая, так и из других стран. Подделывают продукцию и отечественных, и зарубежных брендов.

Реализуют и лампы неизвестных марок и происхождения — на кризисном и посткризисном рынке востребовано всё, что позволяет экономить на автокомпонентах. По разным оценкам, контрафакт может занимать долю до 50% на рынке.

На вторичном рынке доминируют галогеновые и лампы накаливания. Это определяется преобладанием в автопарке страны старых автомобилей. Изменения здесь возможны только в отдаленной перспективе и только если рост продаж новых автомобилей не остановится. Изменения на рынке пока связаны с тем, что несколько увеличивается спрос на галогеновые лампы с улучшенными характеристиками и увеличенным сроком службы.



Автомобильные лампы на российском рынке, доля в количественном выражении, %



Но в целом, структура рынка автоламп меняется слабо, объемы продаж галогеновых и ламп накаливания со стандартными характеристиками не сокращаются. Ожидания качественных изменений на рынке связаны с тем, что всё больше автомобилей выпускается со светодиодными лампами. Но их доля на российском рынке пока незначительна, заметный спрос возникнет, в лучшем случае, через два-три года после восстановления продаж автомобилей.

Будущее еще далеко

Но именно в направлении роста продаж светодиодных ламп развивается рынок, хотя и не такими темпами, как планировалось до кризиса. Светодиоды понемногу вытесняют галогеновые лампы так как они экономичнее, долговечнее и технологичнее. Но это происходит гораздо медленнее, чем предполагалось несколько лет назад.

Медленный рост сегмента светодиодных ламп связан не только с низкими темпами роста продаж автомобилей, но и с ограничениями на законодательном уровне, относящихся к безопасности эксплуатации автомобиля. Пока не все типы ламп и не на всех автомобилях могут быть заменены на светодиоды. Нередко при попытках заменить обычные лампы светодиодами возникают технические трудности.

По данным TechNavio, галогеновые лампы будут по-прежнему преобладать на рынке и в 2020 году. Производители светодиодов будут продолжать поиск удешевления производства и наращивания его

объемов. Пока по этим показателям производство светодиодов существенно отстает от производства галогеновых ламп. И всё-таки, через 4 года доля автомобилей с такими осветительными приборами в мире достигнет 20%, по данным Osram Sylvania. Но только после 2030 года светодиоды, возможно, начнут преобладать на рынке, скорее, только в развитых странах. Но всё же, рано или поздно они вытеснят галогеновые лампы.

Можно предположить, что замена галогеновых ламп на светодиоды произойдет быстрее из-за вмешательства государства, также, как это происходит на рынке неавтомобильных ламп. Большинство развитых стран и не только развитых законодательным путем выводят старые лампы накаливания из оборота, заменяя их энергосберегающими. Попытки сделать что-то подобное предпринимались и в России, но слишком удачно, но это лишь временная приостановка прогресса.

То, что власти могут и будут вмешиваться в вопросы автомобильного света, как минимум, в вопросы головного освещения, подтверждается, в частности, тем, что обязательный тест на качество головной оптики уже введен с 2017 г. в США. Перед этим Страховой институт безопасности дорожного движения США (IIHS) провел ряд тестов головной оптики, которые показали, что большинство новых а/м оснащены передними фарами, которые недостаточно эффективно освещают дорогу и это прямо влияет на безопасность всех участников движения.

Существенную долю на рынке головного света в будущем могут занять матричные лампы с лазерным модулем. Такие «лазерные» лампы уже используются на премиальных автомобилях BMW и Audi. Они имеют преимущество в экономичности, отсутствии перегрева, большой дальности и в то же время большей сфокусированности в отличие от всех других видов ламп.

Как и в случае с массовым производством светодиодов, основную трудность представляет дороговизна производства. Кроме того, лазерные фары обладают более сильным ослепляющим эффектом. Это ведет к необходимости установки дополнительного оборудования, которое снижает ослепляющий эффект. Когда проблемы дороговизны массового производства и безопасности фар будут решены, «лазеры» смогут заменить все другие виды головного света на многих автомобилях, но не в бюджетном сегменте.

Все существующие виды автомобильных ламп имеют как свои недостатки, так и свои преимущества. Поэтому автопроизводители изыскивают возможность использования нескольких видов ламп в фарах, которые могут автоматически переключаться в зависимости от ситуации на дороге. Это шаг на пути повышения системности. Так как не только замена галогеновых ламп светодиодами или лазерами определяет будущее рынка автоламп.

Главное направление — повышение системности автомобильных осветительных приборов. Они должны трансформироваться в комплекс программного обеспечения и электроники, связанный со всеми другими функциями автомобиля. Развитие системы освещения идет по пути глубокой интеграции со всеми другими системами полностью автономного автомобиля.

Но и это только «начальный уровень» интеграции. На следующем уровне все системы и функции автомобиля должны быть интегрированы в окружающую среду, так, чтобы автомобиль мог взаимодействовать со всеми участниками дорожного движения — по этому пути идет развитие городских автомобилей будущего. ■



Мы делаем планету ярче

Автомобильные лампы 12/24 В



ООО «Электроприбор» г. Екатеринбург, т. (343) 263-90-80
info@epribor.com, www.epribor.com

www.keptm.ru

«Российские автолюбители действительно любят свои авто», —

утвеждает Михаил Новиков, руководитель отдела продаж ООО «Люмиледс Евразия» и рассказывает о тенденциях, перспективах и особенностях российского рынка.



Как и в каком направлении развивается сегмент российского рынка автомобильных ламп, электрики и электроники сегодня? Наблюдаются ли отличия от мировых процессов?

Российский рынок автомобильных ламп имеет свои особенности. Наши автолюбители действительно любят свои авто. Такое отношение к своему автомобилю все еще сохранилось в умах многих автолюбителей со времен СССР, когда автомобиль был прежде всего роскошью, а не средством передвижения. Это одна из причин, почему все самые последние новинки в области автомобильного освещения очень востребованы именно в России. Это касается всех типов автомобильных ламп — галогеновые, ксеноновые, светодиодные. Компания Philips — мировой лидер в области автомобильного освещения и каждый год


выпускает на рынок новые продукты, которые сразу же становятся востребованными на российском рынке. Самым растущим сегментом автомобильных ламп в России являются безусловно светодиодные лампы как для освещения салона, габаритов, стоп-сигналов, так и для головного и противотуманного освещения.

Каковы тенденции и перспективы рынка?

Пока самыми распространенными остаются и еще останутся на довольно продолжительное время галогеновые лампы и обычные лампы накаливания. Однако, и здесь происходят некоторые изменения. Мы наблюдаем увеличение спроса на галогеновые лампы с улучшенными характеристиками — с увеличенным световым потоком, например лампы Philips X-treme Vision и Racing Vision, которые освещают дорогу на 130% и 150% лучше, чем стандартные лампы. Этот сегмент рынка галогеновых ламп динамично развивается и все большее число автолюбителей обращает свое внимание именно на этот элемент активной безопасности автомобиля, то есть свет. Чем больше света на дороге, тем безопаснее вождение в темное время суток. То же самое можно сказать о ксеноновых лампах. Спрос на ксеноновые лампы с увеличенным световым потоком также растет. Изменения касаются и типов галогеновых ламп. На пер-

вичном рынке уже присутствуют новые типы H18 и H19, которые вскоре будут востребованы и на вторичном рынке автозапчастей. Вместо обычных ламп накаливания для освещения салона, габаритов, стоп-сигналов все большее распространение получают светодиодные лампы. Этот сегмент рынка растет очень стремительно. По нашему мнению, в не таком уж и далеком будущем такие светодиоды могут полностью вытеснить лампы накаливания. Развивается рынок и светодиодных ламп для головного и противотуманного освещения. В нашем ассортименте, например, уже есть светодиодные лампы типов H7, H4, H8/H11/H16 X-treme Ultinon. Словом, рынок меняется в сторону более качественных, ярких, безопасных источников света для автомобиля, в которых используются самые передовые технологии.

Какие современные методы продвижения продукции вы используете

Наш бренд настолько узнаваем, что не нуждается в повышении его узнаваемости, а вот новую продукцию, которую мы выпускаем на рынок, мы стараемся продвигать различными способами. Начиная от публикаций в журналах, заканчивая работой с блогерами. Также мы организовываем различные промо-акции для наших клиентов, что положительно сказывается на продвижении продукции. 

TRW – Safety

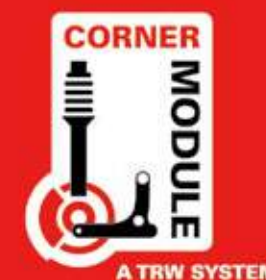
TRW



Миссия: Завершена.
CORNER MODULE.

Как ведущий партнер автомобильной промышленности, мы предлагаем уникальную концепцию «Corner Module», объединяющую комплекс технологий: тормозную систему, рулевое управление и подвеску.

Благодаря новому ассортименту амортизаторов, пружинных рессор и защитных комплектов TRW, производимых на специализированном заводе в Европе, вы и ваши клиенты можете рассчитывать на качество продукции и технологические ноу-хау ведущего производителя оригинального оборудования. Узнайте больше о концепции «Corner Module» у местного представителя TRW или на нашем сайте.



www.trwaftermarket.com/cornermodule

Тормозная система. Рулевое управление. Подвеска

Традиционно в середине осени наше издание обращает пристальное внимание на процессы, происходящие внутри рынка автомобильных ламп, электрики и электроники. Наши читатели — ведущие эксперты отрасли — отмечают главные тенденции развития этого сегмента.

«В России цена ламп является одной из определяющих характеристик при выборе. Покупатель ищет оптимальное соотношение цена — качество»



Ксения Воноткова
руководитель отдела маркетинга ООО «Хелла»

Рынок по всему миру развивается. Общий вектор движется в сторону выбора светодиодных источников света, которые в скором времени очень сильно потеснят позиции ксенона. Спрос на ксеноновые лампы будет устойчив еще

какое-то время, но будущее за LED и галогенными лампами. В России цена ламп является одной из определяющих характеристик при выборе. Несмотря на это, покупатель ищет оптимальное соотношение цена — качество, и еще одной немаловажной характеристикой является имя производителя. Основные игроки рынка играют во всех сегментах, занимая лидирующие позиции в премиум, и ведя агрессивную ценовую политику в среднем и бюджетном ценовых сегментах.

Рынок растет. Одним из важных направлений развития считаем ретрофит, в связи с этим спрос на LED и

лампы с улучшенными характеристиками будет расти особенно активно во всех сегментах. В электрике и электронике актуальны высокотехнологичные решения, поскольку все новые авто оборудованы большим количеством электроники. Появляются новые уникальные продукты, которые будут пользоваться спросом по мере взросления «карпарка».

Мы стремимся быть клиентоориентированной компанией. Активно работаем с нашими партнерами, оказывая им различную поддержку — техническую, маркетинговую, коммерческую. Прислушиваемся к запросам наших клиентов в плане продвижения. Помимо этого, мы стремимся усилить свое присутствие в интернете и активно общаемся с пользователями на крупнейших площадках.

«Потребители голосуют за нас рублем»



Вячеслав Малюгин
заместитель руководителя отдела активных продаж ООО «Электроприбор»

При общем росте цен на продукцию российских заводов у конечных потребителей наоборот прослеживается спрос на более дешевую продукцию. В следствие чего, многие поставщики автоэлектрики начали

разворачивать свои производства в Китае. Это, естественно, удешевляет конечную стоимость продукта, но не всегда положительно сказывается на качестве. В данном случае четко проявляется преимущество компаний, которые занимаются данным производством порядка 10 лет и более, например наша компания.

В свете того, что потребительский рынок все же шаг за шагом выходит из кризисного состояния спрос будет расти. При этом развитие получит как бюджетный сегмент, так сегмент с дорогой «брендовой» продукцией.

Нашу марку «КЭП» продвигаем как традиционными методами (участие в выставках, реклама в профильных СМИ и др.), так и с помощью SMM.

Российский рынок автомобильных ламп, электрики и электроники

Немаловажным аспектом продвижения, который работает на узнаваемость марки, является широкая представленность автоламп, фонарей, фар и электродвигателей различного назначения нашей марки «КЭП» в розничных сетях. Потребители голосуют за нас рублем.

«В последние годы рынок не получил желаемого роста, но и снижения спроса ему не грозит»



Александр Карпов
менеджер по продуктам FENOX Global Group

Среди ламп головного освещения лидирующие позиции занимают лампы Н4 и Н7. И если модификация Н4 постепенно сдает свои позиции, то Н7 показывает стабильный рост. В ближайшей перспективе ситуация не изменится,

так как большинство продаваемых авто оснащаются именно этими лампами.

Растет популярность ламп Н11, нашедших широкое применение в противотуманных фарах. На первичном рынке наблюдается расширение типоразмеров галогенных ламп, используемых в противотуманных фарах, а так же замена ламп вспомогательного освещения на безцокольные варианты, что в ближайшие годы может несколько изменить структуру спроса.

Автомобили премиум-класса все чаще оснащаются ксеноном и светодиодами, но с учетом макроэкономической ситуации, в ближайшее время значительного роста в данном сегменте не ожидается.

В последние годы рынок не получил желаемого роста, но и снижения спроса ему не грозит по причине своевременного запуска государственной программы стимулирования спроса на новые автомобили. По итогам 2017 г. ожидается небольшой рост продаж автомобилей.

Позиции на рынке по-прежнему определяются оптимальным соотношением цены и качества, кроме

того одним из ключевых моментов является гарантия производителя. Компания FENOX предоставляет 1 год гарантии на лампы головного освещения.

«Ксенон, в скором времени, станет «раритетом», будущее за светодиодными источниками света, матрицами и микромодулями»



Сергей Коршунов
менеджер по развитию ассортимента ООО «АВТОРУСЬ Логистика»

Развитие вышеуказанного сегмента рынка в настоящее время идет по пути HighTech Technologys с применением интегральных микросхем, микроЧИПов и специализированных процессоров в раз-

ных узлах и блоках электрики и электроники автомобиля, традиционные лампы накаливания уходят в прошлое, ксенон, также, в скором времени станет «раритетом», будущее за светодиодными источниками света, матрицами и микромодулями.

Указанный сегмент рынка является индикатором, подобно «лакмусовой» бумажке, уровня развития науки, техники и производства новых изделий. Именно в сегменте электроники и светотехники достижения человечества наиболее заметны и осязаемы в повседневной жизни (для авто это системы освещения, навигации, экономии топлива и новые источники энергии, в сфере СТО — компьютерные комплексы общей и системной диагностики).

Современные перспективы рынка — это создание multifunctionальных узлов и модулей для автомобиля, причем каждый производитель будет стремиться создавать что-то своё эксклюзивное, уходить от универсальности применения на других марках авто, дабы удерживать клиентов и «косвенным» образом вынуждать их покупать комплектующие только этого, отдельно взятого бренда.

Благодаря увеличению показателя термостойкости, светодиодные лампы Philips X-tremeUltinon служат до 12 лет

Светодиодные лампы Philips X-treme Ultinon

Выведи свои гоночные возможности на высший уровень

Сюрен, Франция. Водители, готовьтесь! Предлагаем полный спектр модифицированного светодиодного освещения Philips. Усовершенствованные рабочие характеристики и стиль приходят на смену всем галогенным лампам в вашем автомобиле. Благодаря мощным светодиодам LUXEON, новое светодиодное головное освещение X-tremeUltinon обеспечивает до 200% более яркий свет¹ и максимально эффективное вождение автомобиля в ночное время.

Благодаря интенсивному яркому лучу, обеспечивающему равномерное распределение света, светодиодное головное освещение X-tremeUltinon улучшает видимость и увеличивает контрастность. Водитель располагает большим временем для того, чтобы среагировать на ситуацию впереди, что делает вождение более безопасным и эффективным. Проще

говоря, чем больше вы видите, тем быстрее вы реагируете, тем вернее и безопаснее ваши действия.

Превосходные характеристики светового луча светодиодных ламп головного света X-tremeUltinon производства Philips делают вождение более приятным. Благодаря цветовой температуре 6500К внешний вид вашего автомобиля становится более современным и совершенным.

«С новыми светодиодными лампами X-tremeUltinon вы получаете мощный яркий свет и точную направленность луча в сочетании с высококлассным стилем, — говорит Стивен Циммер, вице-президент по продажам на вторичном рынке компании Lumileds. — Теперь, когда доступна полная линейка модифицированных светодиодов Philips, модернизированное освещение



Перед использованием усовершенствованных светодиодных ламп убедитесь, что это разрешено законодательством. Lumileds не несет никаких обязательств и/или ответственности за неправильное использование данной продукции.

будет производить такое впечатление, словно вы усовершенствовали весь ваш автомобиль».

Передовые светодиодные технологии для интеллектуального освещения

Светодиодные лампы выделяют тепло, требующее контроля. Технологии Philips AirFlux² и AirCool³ — это интеллектуальные системы управления теплообменом, которые отводят тепло от важных компонентов лампы. Благодаря увеличению показателя термостойкости, светодиодные лампы Philips X-tremeUltinon служат до 12 лет. Поскольку в течение этого времени происходит замена или модернизация большинства автомобилей, с высокой вероятностью эти лампы будут служить на протяжении всего срока эксплуатации вашего транспортного средства.

Светодиодные сигнальные лампы LED-T10 оснащены системой охлаждения CeraLight, в кото-

рой для улучшения тепло- и виброустойчивости лампы используется керамический материал.

Светодиодные лампы Philips X-tremeUltinon также оснащены технологией SafeBeam. Она позволяет направлять мощный луч света именно туда, где он больше всего нужен. При более точном световом контроле водители получают лучшую видимость, что делает вождение в ночное время более безопасным и комфортным.

Полная линейка модифицированных светодиодных ламп

Откройте для себя всю линейку светодиодных ламп Philips X-tremeUltinon — от головного освещения и сигнальных огней до освещения интерьера. Световые решения с улучшенными рабочими характеристиками приходят на смену всем галогенным лампам в вашем автомобиле. Теперь у вас есть возможность получить более яркое внутреннее освещение для макси-

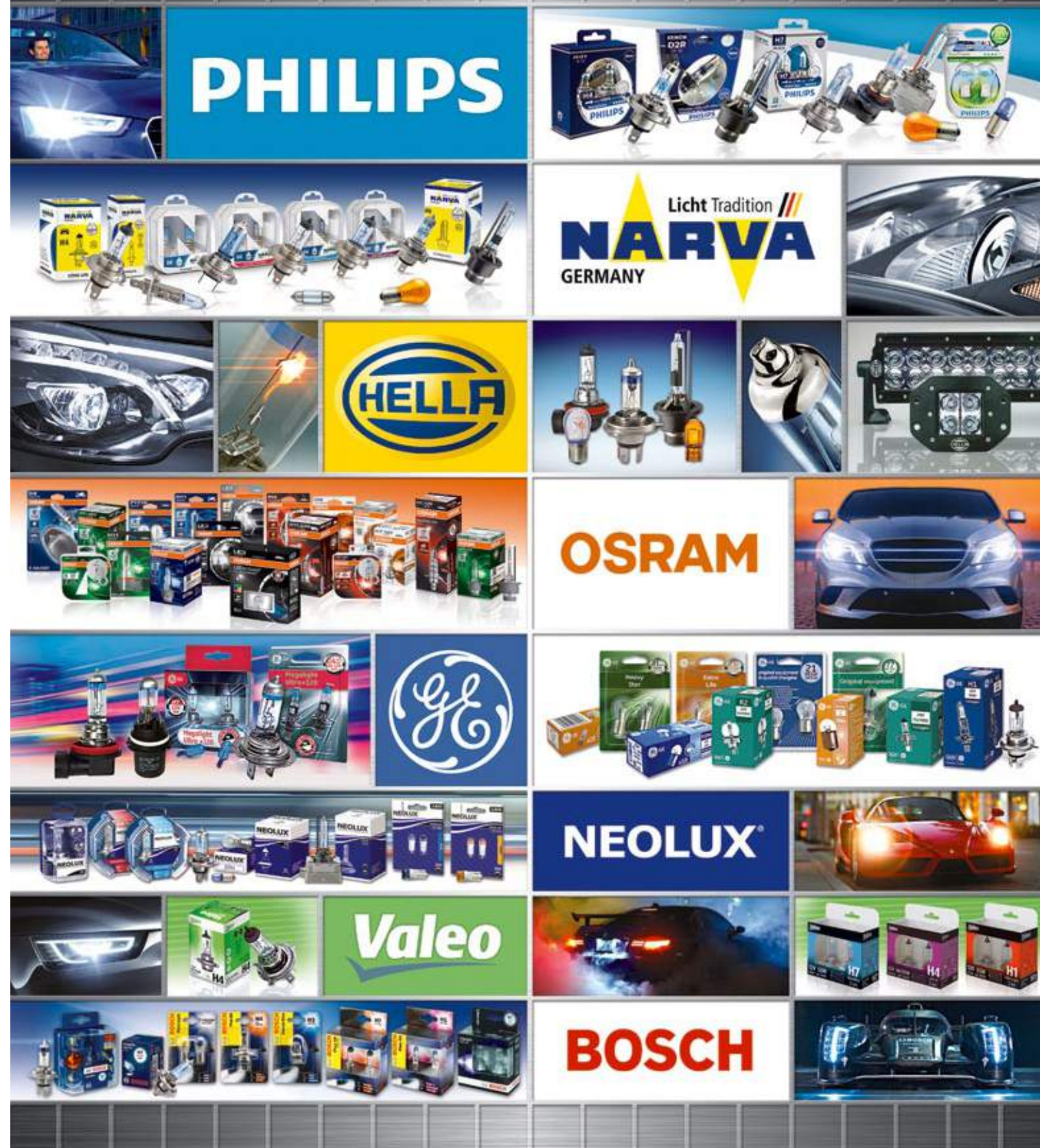
мального комфорта и стильного интерьера или увеличить мощность головного освещения для получения более четкой картинки перед вами. А мгновенное включение стоп сигналов делает экстренное торможение более безопасным.

«Инновационные светодиодные лампы X-tremeUltinon — это усовершенствование вашего автомобиля по последнему слову техники. Учитывая более чем столетний опыт компании в автомобильной индустрии, вы можете безоговорочно доверять качеству Philips, — добавил Стивен Циммер. — Светодиодные лампы X-tremeUltinon — лучшие в своем классе, как и все изделия Philips — задают новые стандарты, предлагая передовую систему светодиодного освещения для более безопасного, плавного и эффективного вождения».

¹ По сравнению с минимальным разрешенным стандартом.

² Технология AirFlux применяется в моделях LED-HL [-H4] и LED-HL [-H8/H11/H16].

³ Технология AirCool применяется в модели LED-HL [-H7].



Узнайте больше на сайте www.philips.com/automotive



Торговый дом БИЛАЙТ
 тел.: +7 (495) 788-8281, 981-3719, 981-3720
WWW.BILIGHT.BIZ e-mail: opt-torg@bilight.ru

Филиалы: г. Новосибирск, тел.: (383) 335-0035; г. Казань, тел.: (843) 273-4374; г. Самара, тел.: (846) 278-8536

HELLA: новейшие технологии в искусстве света

Жидкокристаллические фары HD



Автомобильные фары новой конструкции на базе ЖК-дисплея были разработаны компанией HELLA. В основе лежит новаторская концепция, созданная в рамках проекта экспериментальной разработки, и задачей которого было создать

полностью адаптируемое «умное» решение по распределению света, гарантирующее эффективность и надежность автомобильных систем освещения «ЖК-фары» были созданы HELLA в сотрудничестве с целой группой партнеров. Благодаря высо-

чайшим характеристикам разрешения и резкости, эта технология открывает перед автомобильной отраслью принципиально новые горизонты развития систем автомобильного освещения», — рассказал д-р Михаэль Кляйнкес, Вице-президент HELLA по развитию технологий освещения и инновациям. ЖК-фара формирует проекцию плотностью 30 000 пикселей, которая направляется на дорогу. Эта «умная» технология позволяет непрерывно регулировать весь набор параметров освещения в реальном времени с учетом конкретных параметров дорожной ситуации. «Новое решение на базе ЖК-дисплея — еще один шаг в направлении перехода на цифровые технологии в сфере систем освещения», — прокомментировал Кристиан Шмидт, глава направления Предпроектных исследований по технологиям освещения HELLA.

Датчики дождя и света



Компания Hella представляет четвертое поколение датчиков дождя и света, пользующихся признанием уже в течение многих лет. Теперь один датчик обладает пятью функциями в одном изделии: измерение дождя, измерение освещенности, солнечного излучения и влажности, а также регулировка интенсивности освещенности Head-Up дисплея. Изделие получило оптимизированный дизайн, который имеет компактное монтажное пространство. Датчик взаимодействует с другими системными компонентами автомобиля через

LIN-интерфейс. При этом датчик снабжается питанием и включается блоком управления верхнего уровня. Датчик предоставляет системе информацию, не имея при этом с ней прямого контакта.

«Умные» датчики аккумуляторной батареи IBS



Датчики разработаны с использованием новейших технологий, применяемых в автомобильной промышленности. Благодаря им пользователи смогут определять состояние заряда и степень старения тяговой и стартерной АКБ еще точнее. HELLA также усовершенствовала соответствующее программное обеспечение, благодаря чему данные датчики могут использоваться с несколькими АКБ, подключенными параллельно, а также с батареями большей емкости до 500 ампер-часов. Дополнительным преимуществом является компактный дизайн датчика, позволяющий легко устанавливать его в труднодоступных для монтажа местах.

Автономные отопители Eberspächer КОМФОРТНАЯ РАБОТА В ЛЮБОЙ МОРОЗ!



Автономный отопитель Eberspächer это:

- Надежный запуск двигателя и прогретый салон
- Экономия топлива, денег и времени
- Увеличение срока службы двигателя



Акционерное общество
«Эберспехер Климатические Системы РУС»
ул. Верхняя Красносельская 2/1, стр.1
тел.: + 7 (495) 212-05-90

Обособленное подразделение
«Эберспехер - Северо-Запад» АО «ЭКСП»
г. Санкт-Петербург, ул. Магнитогорская 30, лит. Б
тел.: +7 (812) 448-07-06

Обособленное подразделение
«Эберспехер - Поволжье» АО «ЭКСП»
г. Нижний Новгород, ул. Коновалова 21
тел.: +7 (831) 212-37-81

www.eberspaecher.ru

Телефон единой справочной: 8 800 200 32 37
(звонок по России бесплатный)



«Автомотив» рекомендует АКБ AlphaLINE

Для надёжного запуска двигателя ключевой фактор — аккумулятор. Компания «План Т», оптовое подразделение ГК «Автомотив», предлагает более 1000 моделей АКБ, приобретая их напрямую у заводов (такие, как южнокорейские CENE и российские Titan и «Тюменский медведь») или у официальных дилеров.

Потенциальным партнёрам компания «Автомотив» рекомендует обратить особое внимание на продукцию бренда AlphaLINE — аккумуляторы южнокорейского производителя Atlas BX, зарекомендовавшие себя в качестве надёжных и долговечных устройств. Батареи этого бренда отличаются повышенным значением пускового тока, поэтому даже в самые суровые морозы стартер работает как часы.

Корпорация Atlas BX входит в «большую четвёрку» производителей аккумуляторов Южной Кореи с мощностью более 15 млн. усл. ед. АКБ в год. Она основана в 1944 г. и стала известна как разработчик первых необслуживаемых батарей в Корее (1980 г.). В 2008 г. Atlas BX стала вторым мировым производителем, применившим технологию штамповки решёток

Аккумуляторы AlphaLINE включают весь спектр передовых технологий: технологии EFB, решётки X-frame, кальциево-оловянное легирование материала решёток Calcium+, сепараторы GPS и высокопрочные корпуса из современных материалов. В конструкцию входят, конечно, и индикатор заряда, и эргономичная ручка для переноски, и высококачественные мостики и клеммы — все это обеспечивает премиальное качество продукции бренда.

Вся линия аккумуляторов AlphaLINE делится на следующие категории:

AlphaLINE SD (Super Dynamic) — аккумуляторы класса премиум для широкой массы потребителей. Возможно, это самое выгодное предложение на российском рынке среди аккумуляторов с эталонной надёжностью.

AlphaLINE Ultra — аккумуляторы супер-премиального качества. Их стартовый ток на 20–30% выше, чем у стандартных моделей, а ресурс пусков и срок службы увеличены на 25%.

AlphaLINE EFB специально разработаны для использования в режиме Start-Stop. При заглушённом двигателе такой аккумулятор надёжно обеспечивает электроэнергией бортовые потребители и гарантирует повторный запуск двигателя за доли секунды. Батарея способна выдерживать более глубокий разряд, не теряя при этом функциональности.

AlphaLINE AGM изготовлены по передовой технологии с абсорбированным электролитом и имеют высочайшие электрические характеристики, устойчивость к низким разрядам и большее число циклов заряда-разряда. Такие аккумуляторы применяются на автомобилях, оснащённых системой Start-Stop, и дают максимально возможную уверенность в запуске двигателя.

AlphaLINE DC (Deep Cycle) предназначены для водного транспорта. Устойчивость к глубоким разрядам позволяет использовать их не только в качестве стартерных, но и как резервные и даже как тяговые аккумуляторы. При этом модели AlphaLINE DC имеют весьма конкурентную цену по сравнению с аналогами того же назначения.

Оптовыми поставками аккумуляторов торговой марки AlphaLINE и других брендов в группе компаний «Автомотив» занимается подразделение «План-Т». В 11 регионах России успешно работают 12 филиалов подразделения. В 2016 году открыто представительство и региональный склад в Москве.

За годы сформирован портфель надёжных торговых марок и эта работа продолжается. Ассортимент охватывает АКБ для легковых и грузовых автомобилей, сельхозтехники и мотоциклов, водного транспорта, тяговые и тепловозные аккумуляторы, стационарные модели для резервного питания и др. В рамках философии развития ГК «Автомотив» мы активно развиваем линейку собственных брендов, объединяя под ними лучшую продукцию разных производителей.



ПЛАН
АККУМУЛЯТОРЫ ОПТОМ



www.plan-t.pro
www.avtomotiv.ru



Москва (499) 110-70-15
Новосибирск (383) 383-25-77

AlphaLINE

Первая буква вашего автомобиля

Atlas BX Co. (Южная Корея)



В последние 2 года General Electric активно расширяет свою долю на рынке автомобильных ламп России. Учитывая этот тренд, мы подготовили обзор премиум-серий автомобильных галогеновых ламп GE для специалистов по продажам. Статья поможет вам научить убеждать клиентов выбрать более качественный и дорогой товар.

Автовладельцы редко стремятся купить самый дешёвый товар. Согласитесь, большинство людей любят хорошие вещи. Если вы сумеете объяснить, что за небольшую дополнительную сумму потребитель получит значительную выгоду, то скорее всего он выберет премиум-продукт и при этом получит от покупки большее удовлетворение. Ваша выгода в этом случае заключается в продаже более наценочного товара.

Имея на витрине премиум-лампы GE, грамотный продавец без затруднений подберёт оптимальное предложение для каждого покупателя. Далее мы объясним, как это сделать.

Весь ассортимент ламп бренда GE разбит на 10 серий; каждая из них включает широкий выбор продуктов. Описывая каждую серию, мы привяжем их к потребностям разных групп автовладельцев.

Megalight Ultra

Среди частных автомобилистов преобладает ориентация на безопасность и комфорт. Эти клиенты охотно выберут лампы, дающие широкое и яркое световое пятно.



Спектр излучения должен обеспечивать наилучшую цветопередачу и быть неумтомительным для глаз.

Определив, что конкретный клиент относится к этой группе, познать его для начала с лампами Megalight Ultra +130%. Благодаря сверхтонкой нити и специализированной системе изоляции световая отдача этих ламп на 130% выше стандартной, что заметно увеличивает площадь зоны освещения при одинаковой мощности.

Наполнение колбы чистым ксеноном делает их свечение искристо-белым, близким к дневному

спектру. Улучшенная цветопередача повышает видимость дорожных знаков и препятствий на дороге.

Эти качества ламп Megalight Ultra +130% повышают безопасность движения, уменьшают утомляемость и позволяют водителю двигаться на большей скорости, сохраняя контроль над ситуацией. Серия обрела огромную популярность, потребители начали активно искать их в продаже ещё до того, как производитель начал кампанию по продвижению.

За свою цену Megalight Ultra +130% обеспечивают наилучшую отдачу по техническим характеристикам. Если они всё же не по карману небогатому автовладельцу, предложите ему компромисс: чуть более скромные характеристики за меньшую цену. Серии Megalight Ultra +120%, +90% и +50% позволяют подобрать предложение под любой кошелек. Каждая из этих серий даёт заметное улучшение безопасности и комфорта по сравнению с любыми лампами сегмента «эконом».

Sportlight и Sportlight Ultra

В легковом сегменте есть вторая подгруппа клиентов, для которых



на первый план выходит стиль. Они хотят, чтобы автомобиль выделялся внешним видом.

Предложите таким клиентам галогеновые лампы GE Sportlight. Их спектр свечения белее, чем у стандартных жёлтых ламп, и смотрится более эффектно (цветовая температура 3700K). Лампы GE Sportlight обеспечивают наилучшую видимость в зоне периферии и дают на 50% больше света, чем стандартные лампы.

Среди автовладельцев этой категории популярны нелегальные комплекты для переоборудования автомобиля с галогеновой оптикой под ксеноновые лампы. Предложите такому клиенту законную альтернативу — лампы GE Sportlight Ultra с молочно-белым светом, имитирующим спектр ксеноновых ламп (температура 4200K). Эти лампы ярче штатных на 20%, а их свет не утомляет глаза водителя при длительной поездке. При этом они легальны и имеют сертификаты автопроизводителей.

Справка

Все описанные в статье продукты GE производятся в Венгрии на трёх заводах компании GE Hungary KFT, входящей в корпорацию General Electric. Венгерская марка Tungsram имеет столь же давнюю историю, как и сама General Electric, она существует ещё с 1896 г. General Electric выкупила компанию Tungsram в 1989 г. и инвестировала \$1,3 млрд в модернизацию производства. К концу 1990-х американцы восстановили позиции Tungsram в Западной Европе. Сейчас данное отделение объединяет заводы в 3 городах, входит в топ-10 крупнейших венгерских компаний и выпускает 250 миллионов ламп в год. В Россию лампы эконом-класса Tungsram официально не поставляются. Хотя в Восточной Европе Tungsram остаётся одной из лидирующих марок, на рынках отдельных стран её доля превышает 90%.

Обратите также внимание клиента на серебристое напыление на конце колбы. Такое напыление есть на всех премиум-лампах GE для легковых автомобилей, оно улучшает внешний вид фары, особенно в фарах головного света с прозрачными линзами.

Extra Life

Серия Extra Life подойдёт самым экономным водителям, ценящим надёжность. Потребительский расчёт прост: на 40% выше цена, в 2 раза больше срок службы. Экономия увеличивается также за счёт более редких заездов в СТО для замены ламп. У GE Extra Life повышенная виброустойчивость и увеличен-



ный эксплуатационный ресурс, а характеристики световой отдачи и цветопередачи соответствуют стандартной лампе. Поэтому лампы Extra Life оптимальны для использования в качестве ближнего света в дневное время и при езде по хорошо освещённым трассам.

MC Motorcycle

Для мотоциклистов в линейке премиум-ламп GE предусмотрена отдельная линия MC Motorcycle, включающая 3 серии. Лампы Motorcycle Megalight Ultra +120% по характеристикам соответствуют



автомобильным лампам с тем же названием, это самые яркие лампы. Лампы Sportlight +50% обеспечивают интенсивный белый свет и площадь зоны освещения на 50% больше стандартной.

Лампы Multicolor — третья мотоциклетная серия — излучают искристый желтый-белый свет с флуоресцентным эффектом. Отблеск света от этих ламп идет вбок, повышая заметность мотоцикла в потоке и привлекая к нему внимание окружающих водителей, что повышает безопасность. Площадь зоны освещения этих ламп на 30% больше стандартной, при одинаковой мощности.

Все мотоциклетные лампы GE обеспечивают большее пятно освещения и более естественный цвет, что повышает безопасность вождения двухколёсной техники.

Heavy Star

Для грузовых автомобилей и спецтехники в ассортименте GE предусмотрены 24-вольтовые лампы Heavy Star. Они имеют усиленную конструкцию и выдерживают повышенные вибрации, ударные нагрузки, перепады температуры и напряжения, неизбежные при грузоперевозках, работе на стройке или на ферме. Их надёжность снижает простои техники, связанные с заменами ламп.



Для удобства корпоративных гаражей вспомогательные лампы GE Heavy Star поставляются в упаковках по 10 шт.

Rally

Галогеновые лампы Rally — единственная серия GE, не имеющая одобрения типа для использования на дорогах общего пользования. Эти лампы предназначены для использования в дополнительных светильниках внедорожников, максимально освещая дорогу и периферию.

Внимание к деталям

Некоторые сведения об автомобиле и образе жизни клиента повысят ваши шансы продать премиум-товар.

Поинтересуйтесь, из какого стекла сделана оптика его автомобиля. Во всех лампах GE используется кварцевое стекло, сокращающее ультрафиолетовое

излучение, что замедляет появление желтизны на пластиковых фарах.

Если вы узнали, что покупатель планирует поездку в страны Евросоюза, сообщите ему, что все лампы GE имеют маркировку E1, позволяющую их использование на дорогах стран ЕС.

Для владельцев гарантийных автомобилей важно, что галогеновые лампы GE любой серии имеют сертификаты соответствия от всех крупнейших автопроизводителей. Это даёт возможность их применения на станциях техобслуживания официальных дилерских центров. Лампы GE поставляются на автомобильные конвейеры, включая российские АвтоВАЗ и КамАЗ.

В сегменте автозапчастей понятие «премиум» несёт иной смысл, чем на рынке бытовых товаров. Бесплезно и неправильно произносить слово «статус». Наоборот,

с премиум-запчастями напрямую связано слово «экономия». Меньшая утомляемость водителя, большая надёжность и безопасность, парная упаковка, в которой продаются все автомобильные лампы GE — всё это в конечном счёте снижает нагрузку на кошелек потребителя.

Именно поэтому все потребители при самых разных потребностях получают выгоду, выбрав премиум-лампы GE.

Официальные дистрибьюторы автомобильных ламп GE в России:

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

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



Стандартные лампы	Megalight Ultra +130	Megalight Ultra +120	Megalight Ultra +90	Megalight Plus 50-60	Sportlight Ultra	Sportlight	Extra Life	MC Motorcycle	Heavy Star
Улучшите свой автомобиль с премиум-лампами GE	Максимальное количество света на дороге, высочайшая безопасность, 100% наполнение ксеноном	Высокая эффективность и безопасность, 100% наполнение ксеноном	Лучшая видимость и количество света на дороге	Высокая освещённость, больше света на дороге	Стильный, искрящийся белый свет при большем количестве света	Интенсивный бело-голубой свет при большем количестве света	Удвоение ресурса по сравнению со стандартными лампами	Превосходная заметность, уникальная мультицветовая опция	Увеличенная надёжность и ресурс
	Ярчайшая, свербелая и производительная галогеновая лампа головного света для безопасного вождения	Способствует повышению качества ночного вождения	Способствует повышению качества ночного вождения	Способствует повышению качества ночного вождения	Оптимальное сочетание улучшенной освещённости и цвето-передачи. Стильный свет фар	Повышает видимость в сложных погодных условиях	Безопасное дневное и ночное вождение, применимость в дневных ходовых огнях (DRL)	Уникальный цвет, выделяющий вас на фоне остальных участников дорожного движения	Меньше интервалы на замену ламп, более длительное вождение
	До 130% больше света на дороге	До 120% больше света на дороге	До 90% больше света на дороге	До 50-60% больше света на дороге	До 30% больше света на дороге	До 50% больше света на дороге		До 30% больше света на дороге	

МЫ ГАРАНТИРУЕМ НАДЕЖНОСТЬ РАБОТЫ И ВАШУ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НАШИХ ДЕТАЛЕЙ

8 (8482) 55-90-10

avtostandart-llt.ru



Денис Ракчеев:

Текст: Михаил Милошевич

«Наша цель – помочь нашим партнерам развить успех»

Маркетинговый слоган компании Hella — «HaCTOящий друг», или в оригинале «Workshop's friend», означающий абсолютно новый подход к взаимодействию с СТО и розницей. Что это значит на практике и каким образом это может помочь дистрибьюторам компании, рассказывает Денис Ракчеев, коммерческий директор «Хелла Россия и СНГ».

Помню, в девяностых годах казалось, что на каждой второй машине стоят «противотуманки», закрытые белыми крышками с надписью Hella. Это был настоящий продукт, не контрафакт?

Сейчас уже сложно наверняка сказать, слишком давно это было. Но свою роль белые крышечки с названием компании сыграли — о бренде узнали, бренд стал ассоциироваться с качественной дополнительной оптикой. Отечественный автопром преобладал, но все машины были похожи друг на друга. Да и качество заводской оптики часто не соответствовало ожиданиям водителей. Именно спрос на дополнительные качественные противотуманки, способные улучшить освещение и выделиться из потока позволил так хорошо «выстрелить» нашему бренду. Hella действительно очень удачно попала в рынок с этим продуктом.

Сформулируйте в общих чертах вашу политику в отношении компаний.

Hella — немецкая компания с европейским подходом к организации партнерской сети. И нашей основной задачей я вижу предложение единых, выгодных и конкурентных условий нашим дистрибьюторам без привязки к региональному признаку или товарообороту. В таком случае каждый наш партнер будет уверен, что у него такие же возможности, как и у остальных. Вместе с тем, мы не ограничиваем конкуренцию и у нас нет понятия рекомендованной цены.

Хотя это создает определенные сложности с защитой наценки дистрибьюторов, ведь интерес к бренду напрямую связан с доходом от его продажи. Именно поэтому мы очень тщательно выбираем партнеров среди тех компаний, которые

нацелены на долгосрочное взаимовыгодное сотрудничество, а не сиюминутную выгоду.

Помимо создания условий для наших клиентов необходимо также обеспечить спрос со стороны конечного потребителя. Это также одна из приоритетных задач, которая выразилась в слогане «workshop's friend». В настоящее время, не смотря на хорошую сложившуюся дистрибьюторскую сеть, знание бренда остается на том уровне, который нас не устраивает.

Специфика нашей дистрибуции такова, что главные офисы крупнейших дистрибьюторов расположены в Москве. Хотя у нас много и региональных партнеров. Конечно, привязка к городу сейчас ничего не значит, большая часть партнеров имеет филиальную сеть и логистику по всей России. Нашу продукцию можно приобрести в любом



Hella не новичок на российском рынке, однако в последние пару лет концерн развил бурную активность. Существенно расширен ассортимент: по бренду Hella на 28%, Pagid (хорошо знакомый россиянам бренд тормозов входит в состав концерна) на 38%, климатические и охладительные системы Behr Hella — на 37%. Анонсирована новая маркетинговая концепция Hella «HaCTOящий друг»: друзьям-дилерам — товары, друзьям-механикам — поддержка.

городе, но так уж сложилось, что чем дальше от столицы, тем осведомленность потребителя о бренде и ассортименте Hella меньше. Именно информационная поддержка СТО, розницы и конечных клиентов, в том числе через концепцию «workshop's friend», позволит нам донести информацию о бренде до клиентов наших дистрибьюторов, обеспечив спрос.

Сколько звеньев проходит продукция Hella, пока попадет к конечному потребителю?

Если конечным потребителем считать автовладельца, то чаще всего два звена: дистрибьютор и СТО/розница/интернет-магазин. В некоторых случаях три: дистрибьютор, субдилер, СТО/розница/интернет-магазин.

Значит здесь возможности для оптимизации исчерпаны?

На мой взгляд, возможности еще есть. Ключевой канал сбыта нашей продукции — это наши дистрибьюторы. И я не вижу, что эта схема может измениться в ближайшем будущем. Поэтому мы должны быть надежным партнером, на качество продукции которого можно положиться. Мы обеспечиваем наличие

нашей продукции, предоставляем гарантию, осуществляем профессиональную техническую и информационную поддержку и гибкий подход к клиентам. Мы помогаем делать бизнес быстрее, проще и выгоднее, гарантируя надежное будущее для каждого партнера.

Но мы понимаем, что наши партнеры как профессионалы рынка послепродажного обслуживания, работают со многими другими брендами и не могут целенаправленно продвигать только наш бренд.

Поэтому прямая информационная поддержка СТО и розницы, а также любого конечного клиента для нас является важной возможностью дополнительной оптимизацией продвижения нашего бренда. Такая работа позволит нам лучше понимать рынок и потребности конечных потребителей и, что еще важнее, создать спрос, который обеспечит продажами наших прямых дистрибьюторов.

Кроме того, в условиях сильной конкуренции между участниками рынка и борьбе за потребителя, наценка на премиальные бренды снижается. Непосредственные контакты с СТО и розницей позволят нам лучше понять ценообразование и ожидания клиентов, что в дальней-

шем поможет обеспечить условия, при которых доход дистрибьюторов от продажи нашей продукции будет выше, чем в среднем по рынку.

И речь идет не о регулировании рынка, ведь мы за свободную конкуренцию. Мы говорим о создании условий, при которых возможно развитие и процветание каждого участника рынка.

В таких вопросах как заказные позиции или гарантийный обмен, есть потребность в ускорении документооборота?

Сейчас мы не испытываем трудностей с документооборотом при работе с заказными позициями или гарантийном обмене.

Если в целом говорить об упрощении документооборота между компаниями, то запрос на переход на электронный документооборот существует. Но так как участники рынка зачастую используют разные системы: 1С, SAP, собственные разработки, наладить между ними взаимодействие не всегда просто.

Есть ли желание оптимизировать логистическое плечо?

Продажу нашей продукции мы осуществляем через склад в подмосковном Климовске. На складе



постоянно поддерживается необходимым количеством как товаров группы А, на которые есть регулярный спрос, так и товаров группы В и С — редкого спроса. Но поддержание наличия максимального ассортимента необходимо, так как время поставки в настоящее время очень важно, а отсутствие какой-либо позиции резко снижает вероятность ее продажи.

Основной вызов для нас сейчас состоит в дальнейшей оптимизации склада за счет лучшего прогнозирования. Автопарк динамично меняется, спрос на одни запчасти может резко упасть, на другие серьезно вырасти и такие тенденции не всегда удастся угадать. Конечно, мы бы хотели, чтобы наши дистрибьюторы сами поддерживали наличие на своих складах, но оптимизация собственного хранения более эффективна.

Как вы мотивируете фронтмена сети сбыта — продавца за прилавком или сервисмена?

В настоящее время у нас нет такой возможности. Безусловно, мы регулярно проводим маркетинговые акции, которые направлены на дистрибьюторов или клиентов дистрибьюторов, но я не могу сказать, насколько они достигают тех людей, которые непосредственно продают запчасть конечному потребителю.

Я убежден, что их роль крайне важна, потому что потребителю сложно разобраться в огромном количестве брендов и он зачастую полагается на совет продавца или сервисмена.

Мы работаем в этом направлении. У Hella будут акции, направленные на самых близких к потребителю участников.

Какие стимулы для дистрибьюторов в России работают хорошо, а какие плохо?

Как я отметил, дистрибьюторы работают со множеством брендов, и каждый крупный бренд регулярно проводит различные маркетинговые акции разного формата. Но на самом деле большая часть акции сводится к формуле «купи продукцию — получи бонус, подарок, скидку и т.д.»

Конечно, очень важно совместно с партнерами проводить акции, привлекая внимание к бренду. Но из-за большого количества разных акций сложно придумать что-то по-настоящему оригинальное.

То есть важнее присутствие, чем способность отличаться?

Конечно, активное присутствие очень важно.

Что нужно дистрибьютору от производителя? Востребованный ассортимент, наличие товара, обеспечение достаточной наценки,

качество продукции и конечно маркетинговая поддержка. Это основные требования.

Уникальная маркетинговая акция заинтересует больше, работает эффективнее и обеспечит востребованность продукции, но и классические акции дают результат.

Расскажите о планах Hella в области региональной политики?

На сегодня у нас есть сеть профессиональных и надежных дистрибьюторов, которые обеспечивают нам хорошее региональное присутствие. За каждым дистрибьютором закреплен менеджер по продажам Hella, задача которого — обеспечить всеобъемлющую помощь и поддержку дистрибьютору и достичь поставленных планов продаж.

Вместе с тем мы планируем развивать штат региональных торговых представителей в основных макрорегионах, где присутствует Hella и есть потенциал для дальнейшего развития. Сейчас мы смотрим на Юг, Поволжье и Урал. Мы хотим укреплять сотрудничество с нашими дистрибьюторами на уровне отдельных регионов и, безусловно, главная цель, которую мы хотим достичь с помощью региональных представителей — обеспечить нам и нашим партнерам рост продаж и сделать бренд еще более популярным и узнаваемым. ■



ТОПЛИВНЫЕ ФИЛЬТРЫ



МАСЛЯНЫЕ ФИЛЬТРЫ



САЛОННЫЕ ФИЛЬТРЫ



ВОЗДУШНЫЕ ФИЛЬТРЫ



ЩЕТКИ СТЕКЛООЧИСТИТЕЛЕЙ
КАРКАСНОГО И БЕСКАРКАСНОГО ТИПА



ТОРМОЗНЫЕ КОЛОДКИ

ШИРОКИЙ ВЫБОР АВТОЗАПЧАСТЕЙ ДЛЯ ИНОМАРОК ОПТОМ

Поставка запчастей GoodWill для российских, японских, европейских, американских и азиатских автомобилей. Гарантия отменного качества по самым выгодным ценам. География поставок охватывает всю территорию России и страны ближайшего зарубежья. Оптовые поставки запчастей для автомобилей любых марок возможны в самые сжатые сроки. Удобные варианты доставки.

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

+7 (495) 651-09-58

+7 (495) 662-84-29 (многоканальный)

www.goodfil.com

МЫ ПОМОЖЕМ ВАМ РЕШИТЬ ЛЮБУЮ ЗАДАЧУ

рейтинг

Бренды противотуманных фар и источников света в России — 2017

Мы хотели в этом выпуске представить вам рейтинг противотуманных фар. Однако детальное исследование сегмента показало, что он глубоко связан с сегментом источников света (ламп) того же назначения. Во многих моделях автомобилей роль противотуманных фар исполняют дополнительные лампы в блок-фарах. Тем интереснее было проверить, какой принцип побеждает на рынке: специализация или унификация?

Направление специализации представляли производители «противотуманок» как отдельных светильников. Хотя ряд из крупных концернов не ограничивается только оптикой, а добавляет к ней лампочку под той же торговой маркой — хорошие примеры Hella и Bosch.

Представителями тренда на унификацию в сегменте авто-мото-светотехники стали производители противотуманных ламп — в первую очередь речь идёт о Philips и GE, двух крупнейших производителей ламп в мире.

Победила, как видим, специализация, хотя и с небольшим отрывом.

Какие другие выводы нам дало исследование? Примечательно, что вторичный сегмент светотехники находится под сильным влиянием первичного (далеко не для всех товарных категорий это так). Лидерами рейтинга стали крупнейшие мировые OES-производители. Тройку российских лидеров также образуют поставщики первичного рынка.

Кстати о россиянах: торговые марки российских производителей и торговых операторов хотя и не попали в топ-5, но представлены достойно. Мы насчитали 9 брендов, от итало-российского ALRU до КЭП, и пять из них оказались в верхней половине таблицы.

Бренд	Оценка*
1 Hella	481
2 OSRAM	338
3 Bosch	242
4 Magneti Marelli	222
5 Valeo	218
6 Philips	214
7 Automotive Lighting (ALRU)	190
8 Wesem	182
9 Depo	177
10 ОСВАР	154
11 Автосвет	143
12 BESF1TS (Hyundai Mobis)	101
13 MTF Light	99
14 TYC	91
15 GE	83
16 Polcar	70
17 Optima	67
18 PIAA	67
19 Sonar	59
20 SAT (SibAutoTrade)	53
21 Eagle Eyes (Тайвань)	48
22 Тюн-Авто	44
23 BSG (Basbug)	44
24 Jakoparts (Herth+Buss)	44
25 OSSCA	43
26 Monark	40
27 Auger	37
28 Diamond (DPA)	37
29 BOLK	36
30 Eagle Eye Lights (США)	35
31 DLAA	31
32 Diederichs	29
33 France Car	29
34 JD	29
35 ASAM-SA	28
36 ZZVF	28

* Методика

Рейтинг сформирован методом анкетирования руководителей высшего звена и директоров по продажам компаний сегмента противотуманных фар и источников света к ним. 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 зарубежных брендов

1 место

Hella

Страна — Германия
Оборот в мире в 2015 г. — 6,4 млрд евро
Число сотрудников — 34 тысячи

В 1990-х противотуманные фары Hella были популярны у российских автомобилистов, как недорогой и практичный способ выделиться в потоке. Один из старейших производителей автомобильной светотехники и мировой лидер данного сегмента (Hella входит в глобальный топ-40 автопоставщиков) и сейчас вне конкуренции. Не в последнюю очередь благодаря технологическому лидерству.

4 место

Magneti Marelli

Страна — Италия
Оборот — 7,3 млрд евро
Число сотрудников в мире / AL-Automotive Lighting — 41 тысяча / 18 тысяч

С момента основания в 1919 г. Magneti Marelli входит в группу Fiat-Chrysler. В свою очередь, Magneti Marelli владеет компанией AL-Automotive Lighting, основанной в партнёрстве с Bosch (с 2003 г. в 100% собственности итальянцев) и расположенной в Германии — это отделение и производит светотехнику для Magneti Marelli. На глобальном рынке фар по объёму Automotive Lighting уступает только Hella.

2 место

OSRAM

Страна — Германия
Оборот в 2015 г. — 5,6 млрд евро
Число сотрудников — 43 тысячи
Оценочное число сотрудников в России — около 1500

Хотя даже в своих корпоративных отчётах OSRAM признаёт доминирование Philips, в сегменте противотуманных фар ему удалось обойти «бренд номер один» с серьёзным отрывом. OSRAM в нашей стране знают со времён Маяковского. Сейчас Philips, OSRAM и Hella находятся в состоянии жёсткой гонки за лидерство в быстрорастущем сегменте автомобильной LED-светотехники.

5 место

Valeo

Страна — Франция
Оборот в мире — 14,5 млрд евро
Число сотрудников в мире — 21,7 тысячи (отделение Powertrain Systems)

Как и Magneti Marelli, Valeo занялась системами освещения, будучи уже зрелым концерном, в 1970 г. Сейчас подразделение Valeo Lighting Systems включает в себя 17 заводов, на которых трудятся около 9 тысяч сотрудников, а автосвет вкуче со стеклоочистителями составляют 28% оборота компании.

3 место

Bosch

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

Bosch начал производить автомобильные лампы ещё в 1913 г. Поскольку крупнейший автопоставщик мира фокусируется на других направлениях, не менее инновационных — электронные помощники водителя, новые силовые установки, беспроводная транспортная инфраструктура — светотехника и лампы остаются дополнением ассортимента. Однако интегральная сила бренда Bosch настолько велика, что он занял 3 место в нашем рейтинге.

9%

мирового рынка
автомобильной
светотехники приходится
на противотуманные фары

рейтинг

Бренды противотуманных фар и источников света в России — 2017

\$2,48 млрд
составил мировой рынок противотуманных фар в 2016 г.

6 место

Philips

Страна — Нидерланды
Оборот в 2014 г. — 21,4 млрд евро
Число сотрудников — 105 тыс.
Число сотрудников в России — н. д.

Старейший после GE производитель ламп присутствует в России ещё с 1914 г., а инновации, качество и вездесущность в торговой сети стали залогом его успеха. Позитивному отношению к Philips со стороны потребителей автомобильных товаров помогает эмоциональный перенос из сегментов бытовой техники и светотехники, в которых у этой марки также высокая репутация.

7 (8**) место

Wesem

Страна — Польша

Польский специализированный производитель фар в этом году отпраздновал 40-летие. Wesem начал своё развитие с первичного рынка — он был поставщиком светотехники для только что построенного местного завода Fiat. Сейчас 60% продукции Wesem уходит на экспорт, преимущественно в Италию и Россию. Wesem стремится не отставать в технологиях от глобальных концернов, и к настоящему времени уже освоил LED-фары.

** место в общем зачёте

8 (9) место

Deru

Страна — Тайвань
Оборот — \$520 млн (2016 г.)
Число сотрудников — 3400 (2016 г.)

Deru Auto Parts — специализированный производитель автомобильных светильников. Существует компания с 1977 г. под наименованием Ming Yang. Бренд Deru родился в 1990-х гг., а в 2002 г. и название компании сменилось на Deru. В последние 10 лет Deru Auto Parts входит в 35 самых популярных тайваньских брендов по версии Interbrand.

9 (12) место

BESF1TS

Страна — Корея
Оборот — \$32 млрд (2015 г.)
Число сотрудников — 7600 (2014 г.)

Корпорация Hyundai Mobis — шестой крупнейший автопоставщик мира, подразделение концерна Hyundai-KIA в области сервиса и производства компонентов. Её бренд BESF1TS предназначен специально для рынка постгарантийного обслуживания, на официальных дилерских станциях Hyundai и KIA данная торговая марка не применяется.

10 (14) место

TYC

Страна — Тайвань
Оборот — \$530 млн
Число сотрудников — 4200

Как поставщик первичного рынка, TYC Brother Industrial Company (основана в 1986 г.) сотрудничает, в частности, с Suzuki и Isuzu. В 2017 г. именно TYC поставила полностью светодиодный блок фары для итальянского производителя мотоциклов Ducati. Основные рынки сбыта TYC — США, ЕС и Китай, а её производственные мощности расположены в Тайланде и КНР.

Топ-3 отечественных брендов

Конкуренция среди российских производителей автомобильной светотехники высока: на нашу страну приходится сразу 3 специализированных завода. Два из них ведут историю с советских времён, третий (Automotive Lighting) образовался с приходом иностранного бизнеса, но ему тоже уже два десятка лет. Именно эти предприятия образуют «большую российскую тройку» нашего рейтинга противотуманных фар. Всех их объединяет статус поставщика OEM и ориентация на первичный рынок. Automotive Lighting ещё и один из лидеров российского экспорта автокомпонентов.

6,9%

составит ежегодный рост сегмента до 2023 г.

1 (7) место

Automotive Lighting (ALRU)

Штаб-квартира — Рязань
Основана в 1996 г.

Завод «Аутомотив Лайтинг» в Рязани построил Robert Bosch. Сейчас предприятие входит в холдинг Automotive Lighting, принадлежащий Magneti Marelli, и поставляет продукцию на первичный рынок России и Европы. Под брендом Automotive Lighting продукция предприятия продаётся только в России. «Аутомотив Лайтинг» первым в России освоил производство рефлекторов со свободной поверхностью из синтетического материала и рассеиватели без корректирующей призматуры.

2 (10) место

ОСВАР

Штаб-квартира — Вязники (Владимирская обл.)
Число сотрудников — 2500

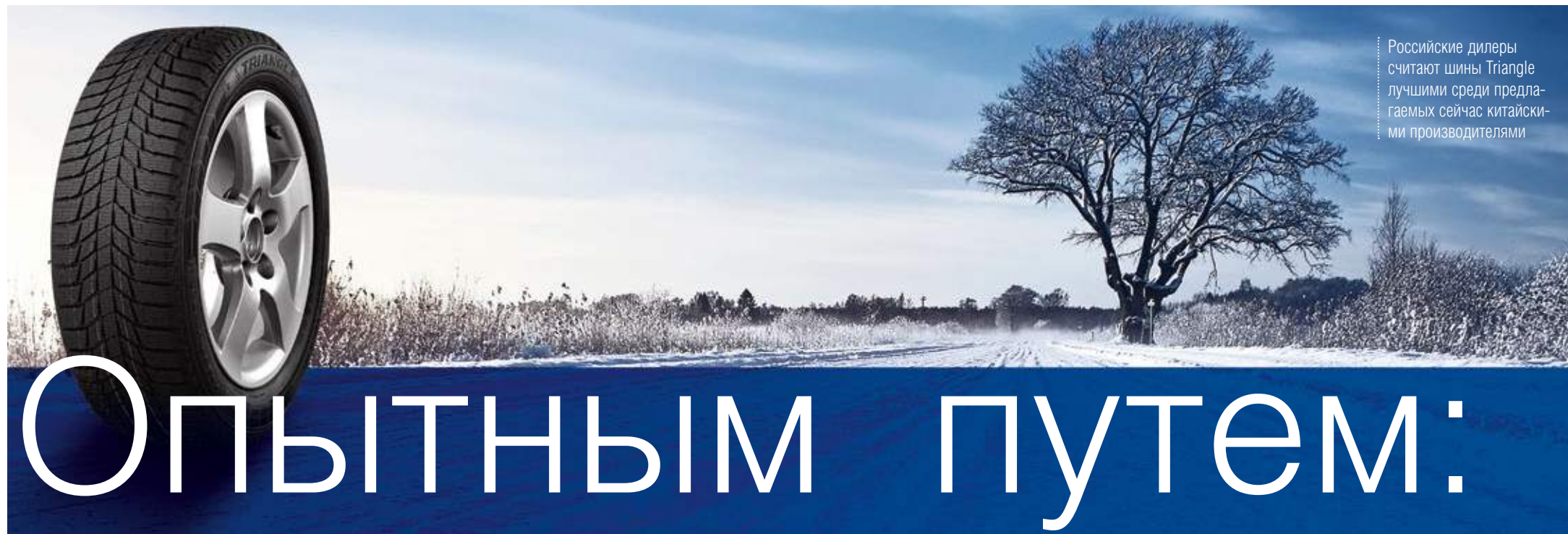
Во времена СССР ОСВАР был основным поставщиком светотехники для автопрома. И сейчас предприятие остаётся одним из флагманов российской автокомпонентной отрасли, выпуская выше 500 видов светотехнических приборов для конвейеров АвтоВАЗ, ГАЗ, УАЗ, КамАЗ, УралАЗ, «Павловский автобус» и МАЗ — и, конечно, на вторичный рынок.

3 (11) место

Автосвет

Штаб-квартира — Димитровград

С 1992 г. под торговой маркой «Автосвет» работал завод в Киржаче Владимирской обл., во времена СССР носивший имя «Красный Октябрь». В 2010 г. предприятие вошло в холдинг ОАТ, после чего производство автомобильной оптики передали на «Димитровградский завод светотехники», по этому случаю модернизированный и переименованный в «Автосвет». А в 2017 г. к димитровградскому заводу отошли права на товарный знак «Автосвет».



Российские дилеры считают шины Triangle лучшими среди предлагаемых сейчас китайскими производителями

ОПЫТНЫМ ПУТЕМ: ЗИМНИЕ ШИНЫ Triangle

«Отбалансировалась отлично — поставил и поехал. Температура за бортом +12°C, дождь: держит отлично. Сделал пару «аварийных» остановок, ABS даже не «крякнул»! Дождь: держит отлично. Сделал пару «аварийных» остановок, ABS даже не «крякнул»! Дождь: держит отлично. Сделал пару «аварийных» остановок, ABS даже не «крякнул»! Дождь: держит отлично... Из снега на обочине выезжает отлично, не срывается даже «антибукс». Температура -12°C, дорогу раскатали до гололеда: опять-таки, никаких признаков сноса, держит дорогу, машину «не кидает», на руль отклик хороший», — так описывает один водитель свои впечатления после приобретения зимних шин PL01 225/45R17.

Возникает вопрос — в какой стране сделана шина, о которой этот отзыв? Финляндия? Япония? Германия? Нет. Это китайские шины Triangle.

«Triangle Tyre» («Трайангл шина») — один из ведущих производителей в Китае, и входит в топ-500 самых сильных китайских предприятий.

Годовая мощность завода составляет 22 миллиона комплектов шин, в ассортименте представлены различные виды автомобильных покрышек — пассажирские,

коммерческие, крупногабаритные (КГШ), сверхкрупногабаритные (СКГШ). Типоразмерный ряд составляет более 5 тысяч вариантов. На данный момент 55% продукции реализуется за рубежом, 45% — на внутреннем рынке. С использованием капитала биржевого фонда в перспективе завод будет производить в год более 30 млн покрышек.

Торговая сеть охватывает более 180 стран и регионов мира, торговая марка зарегистрирована в 161 стране мира. Компания поставляет шины на комплектацию для более 50 авто-

мобильных заводов. Они устанавливаются на автомобили и технику компаний Volkswagen, Chery, Nissan, Hyundai, Volvo, Foton, Great Wall, Suzuki, Yutong и многих других. Кроме допусков OEM, шины Triangle прошли сертификацию CCC, ECE, DOT, E-SOUND, INMETRO, LATU, GSO, SNI, в том числе и EAC.

Компания существует с 1976 года и в процессе своего многолетнего развития непрерывно ведет модернизацию производства, а также инновации в технологии. В «Трайангл» созданы Технические

исследовательские центры, государственного уровня на территории завода, а также и в Америке, построена единственная государственная инженерная лаборатория в шинной отрасли Китая и работает первая пост-докторская исследовательская станция для шинных предприятий. 7 лет подряд с 2010 г. «Трайангл» является председателем правления «Стратегического союза по технологическим инновациям в национальной шинной индустрии».

«Трайангл» основал интеллектуальный завод 4.0, сочетая применение роботов, системы управления производством (MES), штрих-кодов, радиочастотной идентификации (RFID) и больших данных. Новая модель производства значительно сократила количество работников и повысила уровень технологий, стандартов, эффективности и безопасности производства, обеспечив значительное улучшение ключевых характеристик продукции, в том числе износостойкости, динамической балансировки и эксплуатации на разных дорожных поверхностях, и снижение шумового эффекта.

До середины 2017 года «Трайангл» получил 397 патентов. Компания всегда ориентируется на международные стандарты. Проектирование

и производство продукции соответствуют трем главным международным стандартам ETRTO (ЕС), TRA (США) и JATAMA (Япония). Корпорация участвовала в установлении 7 международных стандартов. В 2016 году «Трайангл» был выбран как эксклюзивное предприятие по разработке китайских стандартов пассажирских шин на влажной дорожной поверхности C1 и C2.

В области производства легковых шин завод уделяет особое внимание научной разработке продукции для

дорог и бездорожья, адаптированной к требованиям разных потребителей из разных регионов мира. На этот сезон поставляются фрикционные модели зимних шин TR737, TR767, TR777, TR787, TR797, PL01, PL02, LL01 и шипуемые PS01 и TR757. Знакомые российским автолюбителям протекторы рисунков PL01, PL02, LL01 и PS01 разрабатывались командой лучших китайских и финских специалистов с учетом климатических условий северных регионов Европы. Эти шины с модернизированным рецептом резиновой смеси отличаются тем, что обеспечивают более высокую эластичность, отличное сцепление при холодах, и в то же время сохраняют высокую износостойкость, гарантируя длительный срок службы. У каждой модели есть свои уникальные особенности и преимущества.

Автолюбители, предпочитающие фрикционные шины, выбирают PL01, которая обеспечивает высокий уровень производительности на заснеженных зимних дорогах. При создании PL01 были учтены все реалии российской действительности. Выпускается несколько десятков типоразмеров данной шины, что позволяет ставить ее на большинство видов легковых автомобилей, включая внедорожники и минивэны. Модель представлена в размерах с посадочным диаметром от 15 до 21 дюймов. V-образное строение протектора с оптимизированным расположением блоков гарантирует





PL01



PS01

ет шине уверенные сцепные и тормозные характеристики. В результате управляемость автомобилем на скользких дорогах улучшается, препятствуя возможности заноса. Обеспечить устойчивость при разгоне и торможении позволяют два ряда блоков в этой же боковой зоне. Высокоэластичный состав резиновой смеси сохраняет рабочие характеристики в широком спектре температур. Кроме этого, многошаговая конфигурация понижает уровень шума.

Специальная форма отверстий PS01 значительно снижает риск выпадения шипов. Удлиненные блоки протектора располагаются ближе к центру от периферийной зоны, а оптимизированное расположение шипов протектора позволяет улучшить управляемость автомобилем на обледенелой и засыпанной снегом дороге. Направленный рисунок протектора гарантирует быстрый отвод грязи. Чтобы покрышка хорошо держала вес автомобиля, в боковых областях размещены дополнительные металлокордовые вставки, изготовленные из увеличенного количества металлической нити. Преимущество данного дизайна протектора для избежания неравномерного износа также очевидно. В резиновую смесь внесены специальные добавки, благодаря чему покрышка более стойка

к порезам и проколам. Эта модель доступна в линейке типоразмеров с ходовым посадочным диаметром 15–17 дюймов и подходит для легковых автомобилей и кроссоверов.

Шины PL01 и PS01 прошли испытания на шведском полигоне Arctic Falls. PL01 показали характеристики ускорения и торможения, сравнимые с ведущими европейскими аналогами: в зависимости от типоразмера и назначения шины, сцепление составляло 95%–109% от показателей контрольного образца. В той же серии испытаний шины PS01 показали надёжность сцепления в диапазоне 88,3%–103%.

Кроме этих двух моделей, классические модели (например, TR777 и TR797) также пользуются спросом, имея своих давних почитателей.

В настоящий момент зимняя продуктовая линейка насчитывает десять моделей шин и около двухсот типоразмеров для колес с посадочным диаметром от 13 до 21 дюймов. Привлекательность шин Triangle для потребителя заключается в том, что при доступной цене покупатели получают резину очень хорошего качества. Вот почему в России и СНГ все больше и больше оптовых шинных компаний стали приобретать эту марку. Приведем некоторые отзывы российских дилеров:

«Качество китайских производителей улучшается на глазах, — гово-

рит Алексей Мартынов, руководитель развития продаж отдела легковых шин ООО «Еврогрупп». — Что касается Triangle, в последние 3–4 года бренд совершил прорыв. Из «китайцев» это сейчас лучшие шины, которые по многим показателям, не уступают премиальным брендам. Средний пробег зимних шин, по отзывам конечных потребителей, составляет около 70 тысяч километров».

«Линейка зимних шин Triangle сейчас действительно отличная, — соглашается Валентин Ивлев, генеральный директор компании «Шина88.ру». — Изюминка производителя в том, что он даёт клиенту на выбор два привлекательных рисунка: «ёлочка» (TR777) и «асимметричный» (PL02). В магазинах Triangle выделяются по привлекательному дизайну и цене».

Для российских дорожных условий шины Triangle очень хорошо адаптированы, считают оба дистрибьютора, благодаря укреплённой боковине.

«Шины Triangle имеют специальный корд на боковине, защищающий диск, а его капроновая нить очень устойчива к грыжам», — поясняет Валентин Ивлев.

«При качестве наших дорог попадание в ямы часто оборачивается повреждением боковины. Что касается шин Triangle, я сталкивался со случаями, когда в подобной ситуации приходилось менять диск, а шина выдерживала. Конечно, это повышает лояльность потребителей», — добавляет Алексей Мартынов.

«Основные характеристики шин Triangle — рисунок, мягкость, ресурс, шумность, не уступают другим мировым брендам. А выгодное соотношение цены и качества — параметры, которые исключительно важны при выборе продукции», — замечает Валентин Ивлев.

«Неудивительно, что в этом сезоне партия, которую мы взяли на всю зиму, разошлась за месяц, — говорит Алексей Мартынов. — Больше всего впечатляет, когда мы видим, что все больше и больше конечных потребителей из разных городов ищут шины Triangle».

www.triangle.com.cn

www.triangle-shina.ru

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

Стенды для ремонта и восстановления дисков



Алюминиевые
легкосплавные



Стальные
штампованные



Универсальные



**СЕГОДНЯ ВЫ МОЖЕТЕ ПРИОБРЕСТИ
ОБОРУДОВАНИЕ «СИБЕК» —
ЗАВТРА ОНО НАЧНЕТ ПРИНОСИТЬ ВАМ
ПРИБЫЛЬ!**



Экспортные субсидии

Что мешает их взять?

Тест: Роман Назаров

Инструменты господдержки несырьевого экспорта недостаточно пользуются спросом, считают в федеральном правительстве. Опыт применения данных инструментов и проблемы, мешающие бизнесу их осваивать, обсуждались на 8-м форуме «АвтоЭволюция».

Экспорт завладел вниманием кремлёвских экономистов в 2016 г., как-то незаметно вытеснив импортозамещение из повестки дня. В прошлом году тенденция падения поставок за рубеж прекратилась, страна получила совокупный рост несырьевого экспорта на 2,1%. Более того, первая половина 2017 г. показала существенный рост этого направления — 16,1% в январе-июле.

Чтобы развить успех, Минпромторг разработал ряд мер поддержки, а реализация их возложена на новую структуру, работающую в правительстве с этого года — Российский экспортный центр (РЭЦ), включающий в себя страховое агентство ЭКСАР и Росэксимбанк.

РЭЦ вывесил оферту на более чем 100 инструментов, частью монетарные, частью нефинансовые — кредиты по субсидированию процентной ставки, компенсация транспортных и сертификационных издержек, страхование экспортных поставок и множество других.

На форуме «АвтоЭволюция» приводилось немало примеров,

когда освоение данных инструментов приводило к стремительному росту экспортных продаж по отдельным направлениям автобизнеса: кожа на 35%, освещение на 37%, детские кресла практически вдвое.

Но достигнутые результаты пока не удовлетворяют чиновников, и вот почему. Согласно базовому сценарию «Стратегии развития экспорта автопрома до 2025 г.», проект которой был представлен Минпромторгом РФ в июне этого года, рост продаж за рубеж должен увеличиться до \$4,9 млрд в год.

В реальности, с начала этого года экспорт легковых машин вырос на 38,2% до \$802 млн, а автомобильных шин на 5%, составив \$612 млн. Эти две группы товаров образуют львиную долю российского автоэкспорта (остальные группы пока далеко не дотягивают до этого объёма), и, если динамика сохранится прежней, заданная Минпромторгом планка не будет достигнута.

Как подсчитали в ЭКСАРе, в 2016 г. в транспортном секторе поддержкой воспользовались экспортеры товаров на сумму \$590 млн,

в 1 полугодии — ещё \$250 млн. Очевидно, что субсидиями поддерживается не более шестой части всех поставок. Хотя интерес со стороны предпринимателей велик, слишком часто они не идут дальше теоретического ознакомления с предлагаемым инструментарием, констатируют представители РЭЦ.

Пилотный год

«Этот год — пилотный, хотя мы уже распределяем достаточно большие средства, — объясняет причины этого явления Пётр Фрадков, гендиректор РЭЦ. — В следующий год будет проще». Глава экспортного центра считает неналаженность процессов основной причиной «горящего» плана по распределению средств. Законодательство пока отстаёт от практики, а отсутствие чётких правил отпугивает компании.

Представители бизнеса с этим в целом согласны. На «АвтоЭволюции» об этом тоже говорили — например, упоминали трудности с включением господдержки в прозрачную структуру стоимости изделий.

Navigator nano S и IDC5 CAR Light

Один из лучших диагностических приборов для вашего СТО!



Диагностические решения TEXA гарантируют непревзойдённую скорость и эффективность среди мультимарочных приборов. Прибор Navigator nano S и программное обеспечение IDC5 CAR Light станут незаменимыми помощниками для всех диагностов, отличаясь высокой практичностью и многофункциональностью, благодаря широчайшему покрытию по транспортным средствам.



www.texa.ru

TEXA

Цитата



Анатолий Артамонов
губернатор
Калужской
области

«Бизнес, получая бюджетные деньги, должен становиться открытым. И тут многие задумываются, выгодно ли им это».

Математика кнута и пряника

Другой вопрос, является ли это главной проблемой?

По мнению многих ведущих бизнесменов, РЭЦ уже сейчас работает нормально, без скидок на «пилотный год». Однако экспорт в целом остаётся рисковым

и непривлекательным направлением для большинства производителей.

Выступая на «АвтоЭволюции», директор завода «Фольксваген Груп Рус» в Калуге Оливер Грюнберг привёл следующие цифры. Расходы на транспортировку новых автомобилей между ЕС и РФ составляют 500 евро на единицу. Для сравнения, в перевозках между Турцией, Израилем, Северной Африкой и Ираном с одной стороны и ЕС с другой имеют место нейтральные логистические расходы. С Турцией, Израилем и Ираном у России могли бы быть те же отношения, предположил топ-менеджер VW. Но пока только теоретически.

Дороговизной перевозки финансовые проблемы экспортёров заканчиваются, но не начинаются. В России расходы на материалы (опять же, в пересчёте на автомобиль) на 1000 евро больше, а себестоимость производства в нашей стране на 3% выше, чем в Германии. Для сравнения, в большинстве

стран Восточной Европы, Азии и Латинской Америки она, наоборот, ниже на 84-92%.

Оливер Грюнберг не сказал об этом прямо, но из его выкладок можно предположить, что совокупные бонусы от инструментов РЭЦ пока не перевешивают минусы производства в России на экспорт.

В своём выступлении немецкий менеджер также упомянул, что если правительство усилит ограничения на импорт со следующего года, как собирается, это ещё сократит список экспортёров. Сложно не согласиться с прогнозом Грюнберга: российские предприятия сильно зависят от импорта сырья, компонентов и оборудования. В таких сегментах, как автомобильные фильтры, производство почти на 100% построено на западном сырье по причине отсутствия качественного российского заменителя.

К издержкам прибавляются таможенные риски, которые на «АвтоЭволюции» подробно разобрал Георгий Ротов, генеральный

директор завода «Континентал Калуга». Примерно в 10–15% случаев предприятиям не удаётся получить нулевую процентную ставку НДС. Чувствительные взыскания за ошибки в документах отбивают охоту экспортировать. К примеру, штраф за просрочку в представлении документов может достигать до 100% от суммы поступления. А правила таковы, что подобные ошибки неизбежны.

Вас просят «белеть»

Завод «Континентал Калуга» в 2015 г. экспортировал 19% своего выпуска шин, в 2016 г. — 30%. В 2017 г., при первых признаках оживления рынка, его экспорт сократился до 13%.

Этот пример показывает, что внешнеторговая деятельность для российских производителей пока менее выгодна, чем внутренний сбыт — но он же убеждает, что экспорт является жизнеспособной альтернативой. Даже при существующих проблемах. Инструменты, предлагаемые правительством и его партнёрами — банками и страховыми компаниями — должны увеличивать его привлекательность.

Рассуждая о российской бюрократии, таможенных препонах и высоких налогах, нельзя не упомянуть и обратную сторону медали — «серые» практики предпринимательства. То, что позволяло сохранить конкурентоспособность на внутреннем рынке, подчас мешает развивать внешнее направление и получать господдержку. «Бизнес, получая бюджетные деньги, должен становиться открытым, — отметил Анатолий Артамонов, губернатор Калужской области. — И тут многие задумываются, выгодно ли им это».

Предпринимателям нужно повышать культуру управления. «Важна последовательность бюджетного планирования, — призвал Пётр Фрадков, глава РЭЦ. — Нельзя просто прийти... компания должна вписываться в свой бизнес-план субсидии, которыми хочет пользоваться».

Разукрупнение

Пройдёт год, и мы узнаем, кто из экспертов был прав, рассуждая о причинах невыполнения плана по субсидиям. В 2018 г. внутреннему авторынку России обещают пусть и небольшой, но рост. Это может привести к новому падению экспорта — или не отразиться на нём.

Исходя из версии «пилотного года», правительство продолжит налаживать инструментарий. Приоритет: охват поддержкой сектора малого и среднего бизнеса. «Нужно вовлекать максимальное количество небольших компаний, — сказал Пётр Фрадков. — Наша задача — сделать инструментарий доступным даже для небольших участников экспортной деятельности, чтобы даже самое неготовое предприятие в разумный срок могло освоить его». Если более важны факторы, перечисленные представителями РЭЦ, мы увидим продолжение роста экспорта.

Но если правы представители автобизнеса, то рост экспорта замедлится и может даже перейти в падение. Так что ждём и наблюдаем. ■

ОТ НАДЕЖНОЙ РАБОТЫ ДВИГАТЕЛЕЙ К СТАБИЛЬНОМУ БИЗНЕСУ

ВМЕСТЕ ЭТО ВОЗМОЖНО

Чтобы бизнес транспортных перевозок постоянно находился в движении и стабильно развивался, грузовики должны работать без простоев.

«Шелл» поможет обеспечить эффективную работу вашего автопарка. Наша новая технология Dynamic Protection Plus, используемая в моторных маслах Shell Rimula, помогает защитить детали от износа и увеличить ресурс дизельного двигателя.*

*Узнайте подробнее о смазочных материалах и сервисах «Шелл» на www.shell.com.ru

ШЕЛЛ СМАЗОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ВМЕСТЕ ВОЗМОЖНО ВСЕ

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

5-ЛЕТНЯЯ ГАРАНТИЯ

Power Transmission Group
Automotive Aftermarket

ContiTech

Штамповка?

От идеи до решения – один «Автокомпонент»

Поставщик конвейера УАЗ — ульяновский завод «Автокомпонент» — в связи с внедрением новых производственных мощностей расширяет сферу деятельности. Предприятие способно в срок до 6 месяцев внедрить в производство холодно-штампованные изделия высокого качества под требования заказчика. «Ваша идея — наше решение», утверждают сотрудники завода.

Как структурное производственное подразделение прессовый участок листовой штамповки ульяновского завода «Автокомпонент» существует с 1975 года.

Основной профиль его деятельности — производство автомобильных комплектующих методом холодной листовой штамповки с возможностью сборки узлов при помощи контактно-рельефной сварки и окрашивания методом окунания.

В производстве применяются высококачественные материалы: прокат листовой холоднокатаный и горячекатаный из углеродистой качественной стали (используются листы толщиной от 0,7 мм до 6 мм и лента — от 0,5 мм до 1,00 мм); холоднокатаная пружинная сталь с толщиной ленты от 0,22 мм до 1,5 мм; лента медная толщиной от 0,8 мм до 1,3 мм.

Состав прессового участка

В состав производства входят участки мелкой и крупной штамповки, а также вспомогательный участок ШИХ.

Участок мелкой штамповки предназначен для изготовления автомобильных деталей и запасных частей из тонколистового проката (толщиной от 0,20 мм до 3,0 мм) методом холодной листовой штамповки (вырубка, пробивка, гибка, последовательная вытяжка, комбинированная штамповка, калибровка, формовка, отбортовка).

Участок крупной штамповки предназначен для изготовления автомобильных деталей и запасных частей из тонко- и толстолистового проката (толщиной от 0,70 мм до 6,0 мм) методом холодной листовой штамповки, резки



листового проката на полосы, сборки узлов тормозных колодок и щитов методом контактно-рельефной сварки, окраски.

Задача участка ШИХ — периодический осмотр, малый и средний ремонт и проверка пригодности штамповой оснастки, приспособлений и механизмов подачи.

Основное производство образуют: пресса от 40 т. с. до 1000 т. с.; машины контактно-рельефной сварки; машины точечной сварки; вальцы.

Состав вспомогательного оборудования: гильотинные ножницы; моечная машина; галтовочные барабаны.

Выпускаемая продукция

Прессовый участок листовой штамповки ульяновского завода «Автокомпонент» производит автомобильные детали и запасные части с номенклатурой более 118 наименований,

в том числе: щиты переднего, заднего и стояночного тормоза; колодки тормозные на автомобили УАЗ, ГАЗ; детали типа шайб из углеродистой и пружинной стали; детали типа колец плоских упорных, пружин кольцевых разрезных из пружинной стали; детали типа втулок разрезных из углеродистой стали, медные прокладки; детали типа пластин, кронштейнов из углеродистой стали.

Новые решения

С целью увеличения объемов производства, загрузки имеющегося оборудования, расширения и завоевания рынка сбыта, удовлетворения пожеланий потребителя в 2017 году было освоено и запущено в серийное производство более 10 наименований деталей.

Высокая квалификация специалистов технологической службы,

конструкторов штамповой оснастки и сотрудников инструментального производства ульяновского завода «Автокомпонент» позволяет в кратчайшие сроки провести подготовку производства и изготовить опытно-промышленную партию новых изделий.

Период подготовки, включая отработку чертежей на технологичность, минимизацию себестоимости изготовления, согласование окончательного варианта КД детали с заказчиком и поставку промышленно-опытной партии, составляет от 3 до 6 месяцев в зависимости от категории сложности конструкции детали.

Завод «Автокомпонент» — гибкое и динамичное предприятие, быстро реагирующее на каждое предложение заказчика.

От вашей идеи до решения — один «Автокомпонент».

ООО «Ульяновский завод «Автокомпонент», г. Ульяновск, ул. Пушкарева, д. 25
Техническая дирекция: +7 (8422) 24-03-30, ponomarev.va@ams-holding.ru

www.avtodetal.expert



Миллионы на пальцы и гильзы

В сентябре 2017 года экспертный совет Фонда развития промышленности (ФРП) одобрил займы на 11 проектов в разных регионах России, в том числе в рамках новой программы «Комплекующие изделия». Впервые 200 млн рублей от ФРП получит «Костромской завод автокомпонентов».

Адресат для 200 млн рублей по программе «Комплекующие» найден

Главная Цель программы ФРП «Комплекующие изделия» — модернизация или организация производства компонентов, которые не выпускают в России или выпускают, но мало. Замглавы Минпромторга России Василий Осьмаков объяснил суть программы так: «В РФ существует проблема с производством комплектующих изделий — у предприятий отсутствуют собственные средства и возможность привлечения доступных кредитов под эти цели. Кроме того, в производстве комплектующих есть дополнительный цикл испытаний у заказчиков и интеграторов. Во время этого цикла у производителей отсутствует входящий денежный поток и, по сути, им нечем платить по кредитам, а это дополнительный барьер. Новая программа финансирования ФРП «Комплекующие изделия» призвана его преодолеть».

По условиям программы сумма займа предприятию составляет 50–500 млн рублей сроком до 5 лет, первые три года ставка составит всего 1%, затем 5%. Сниженный процент предоставляется как раз на «дополнительный цикл испытаний у заказчиков и интеграторов». При этом заемщик должен оплатить из собственных средств не менее 15% от суммы займа. Бюджет проекта от 71,5 млн рублей, софинансирование ФРП достигает 70% от бюджета проекта.

Средства в размере 200 млн. рублей, выделенные ФРП «Комплекующие изделия» Костромскому заводу автокомпонентов,



Василий Осьмаков,
замглавы Минпромторга России

«В РФ существует проблема с производством комплектующих изделий — у предприятий отсутствуют собственные средства и возможность привлечения доступных кредитов под эти цели».

будут направлены на импортозамещение производства поршневых пальцев количеством до 1,25 млн ед. в год и гильзы цилиндров стандартов Евро-4 и Евро-5 для российского производства автомобильных двигателей. Стоимость проекта 432 млн рублей, то есть 200 млн рублей ФРП составляют около 46%.



AMR2018

MAINTENANCE & REPAIR
www.amr-china.cn

Пекинская международная выставка по оборудованию для диагностирования и тестирования, ремонта и технического обслуживания автомобилей

AUTO MAINTENANCE & REPAIR EXPO

Апрель 1-4, 2018

Пекин, Китайский Международный Выставочный Центр (новый павильон)



www.auto-maintenance.com.cn

Организаторы: GAMEIA, CAMRTA, TRADERS-LINK

Контактное лицо: Sophia WANG, Vicky ZHANG

Адрес электронной почты:

sophiawang@traderslink.com.cn

vickyzhang@traderslink.com.cn

«Лига продавцов» Отраслевой обучающий центр



Можно ли налить в 3-х литровую банку 4 литра воды? Некоторые говорят можно. А если это говорит лидер рынка, то все пытаются ему подражать, пытаясь налить в 3-х литровую банку заветные 4 литра воды. Но ни у кого не получается. Речь в статье пойдет об отраслевых проблемах и ошибках в сфере автобизнеса.

Четыре основные проблемы присущи всем сегментам автобизнеса:

1. Низкая наценка.
2. Неликвиды.
3. Неумение работать с клиентом.
4. Неправильная бизнес-модель.

Экономический кризис, ухудшение условий жизни людей, меняющаяся конкурентная ситуация требуют от компаний постоянной готовности к адаптации, приспособлению. Зачастую бизнес компаний не соответствует стремительному изменению рыночной ситуации, т.к. был создан при других обстоятельствах и в другое время.

Сбытовые подразделения компаний становятся заложниками старых систем управления и становятся неэффективными в текущей рыночной ситуации. С одной стороны они должны быть достаточно стабильны, с другой стороны способны изменяться при изменении основных бизнес-процессов компании.

Такие проблемы как снижение жизненного уровня клиента привели к ужесточению ценовой конкуренции на авторынке, что привело к значительному снижению уровня наценки на товарах известных брендов. Компании, имеющие прямые контракты с производителями, вынуждены снижать уровень наценки в надежде на годовые бонусы или другие привилегии от производителя, которые по итогу года могут по разным причинам и не случиться.

Неумение работать с текущей клиентской базой приводит к тому, что компании начинают тратить много усилий и денег на завоевание новых клиентов, которые в короткий срок увеличивают оборот компании, однако не имеют потенциала в долгосрочной перспективе.

Во многих случаях при продаже товара или услуги менеджеры компании считают цену самым важным фактором, объясняя это просто: если товар продается по сниженной цене, его купят больше людей. При этом ничто не мешает сделать то же самое конкурентам компании.

Кроме проблем с ценообразованием компании авторынка зачастую сталкиваются с неумением персонала работать с ассортиментом и ценообразованием, что зачастую приводит к неликвидам.

Продавцы в ряде случаев плохо разбираются в товаре, не имеют элементарных навыков продаж. Сотрудникам ставятся задачи на более напряженную и сложную работу в более сжатые сроки. Представьте, что вы идете не к цели, а в другую сторону. И чем быстрее вы идете, тем дальше удаляетесь от цели. Это и происходит с большинством компаний в отрасли. Персоналу не уделяется должного внимания в качестве подготовки и обучения — и качество персонала снижается, что автоматически снижает результат деятельности компании.

В компаниях по разным причинам часто отсутствуют системы планиро-

вания, координирования и контроля продаж. Все это приводит к снижению эффективности компании.

Отраслевой обучающий центр «Лига продавцов», созданный на базе компании «Фаворит ойл трейд» (www.favoritoil.ru) ставит одной из своих задач повышение эффективности работы сбытовых подразделений. В рамках сотрудничества с компанией-заказчиком проводится:

- обучение сотрудников компании навыкам продаж и клиентскому маркетингу
- оптимизация бизнес-процессов по поиску, обслуживанию, удержанию клиентской базы
- обучение и постановка работы с такими инструментами как скрипты продаж, продающие презентации, CRM.

В рамках аудита со сбытовыми подразделениями заказчика анализируется: бизнес-модели продаж, организационной структуры системы сбыта, квалификация персонала сбытового подразделения, бизнес-процессов сбытового подразделения.

По завершению сотрудничества компания получает:

- повышение навыков продаж персонала сбытового подразделения
- инструменты для повышения эффективности сбытового подразделения
- оптимизацию бизнес-процессов сбытового подразделения
- стратегическую бизнес-модель по развитию бизнеса.

YOKKI iq

WWW.YOKKIOIL.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 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

С более подробной информацией об отраслевом центре «Лига продавцов» можно ознакомиться на сайте www.leaguesellers.ru, а также задать вопросы по телефону + 7 495 663 99 87

Йохан ван Зил,
президент и исполнительный
директор компании Toyota Motor

«Когда ситуация с курсом рубля
улучшится, мы воспользуемся
этим, чтобы расширить список
предлагаемых моделей».



Одни и те же иномарки являются самыми продаваемыми на российском авторынке на протяжении ряда лет

Два–три кита стабильности

В России насчитывалось более 25 млн иномарок по состоянию на 1 июля 2017 года, подсчитали в аналитическом агентстве Автостат.

В парке иномарок на японские автомобили приходится доля в 37%, количественно 9,4 млн ед. Доля корейских автомобилей — 17%, то есть порядка 4,3 млн ед. Немецкие автомобили занимают в парке 16%, их примерно 4,2 млн ед. Американских автомобилей в российском парке иномарок 12%, порядка 3,1 млн ед. На автомобили французских брендов приходится 8%, количественно это около 2,1 млн ед. Чешские автомобили занимают 3% рассматриваемого сегмента, их примерно 700 тыс ед. И 2%, то есть около 500 тыс занимают китайские автомобили.

Наиболее популярной иномаркой в рассматриваемый период был Ford Focus — в России их более 700 тыс ед. На втором месте Toyota Corolla, 695,6 тыс ед. Автомобили Hyundai Solaris на третьем месте по популярности, 637,7 тыс ед. В десятке наиболее востребованных также Renault Logan, KIA Rio, Chevrolet Niva, Daewoo Nexia, Toyota Camry, Volkswagen Polo 378,5, Volkswagen Passat.

По итогам 2016 года самой распространенной иномаркой в российском автопарке была Toyota Corolla, 685 тыс ед. На втором месте по количеству был Ford Focus, 670 тыс ед., на третьем месте — Renault Logan, 576 тыс ед. И среди самых популярных — Chevrolet Niva, Hyundai Solaris, KIA RIO, Daewoo Nexia, Volkswagen Passat, Opel Astra и Toyota Camry.

В 2015 году лидером российского рынка среди иномарок была Toyota — автомобилей этой марки насчитывалось 3,54 млн ед., что составляло 8,7% рынка автомобилей вооб-

ще. В топ-списке были Nissan — 1,89 млн ед., Hyundai — 1,57 млн ед., Chevrolet — 1,56 млн ед. Тройка лидеров среди марок выглядела так: Ford Focus, Toyota Corolla, Daewoo Nexia.

Таким образом, брендовый и модельный ряд наиболее популярных иномарок в России очень ограничен и со временем меняется мало, это связано с экономической ситуацией, в том числе с колебаниями курса рубля. Об этом заявил в одном из интервью президент и исполнительный директор компании Toyota Motor Europe Йохан ван Зил. «Россия была действительно очень хорошим рынком для нас в прошлом... Когда ситуация с курсом рубля улучшится, мы воспользуемся этим, чтобы расширить список предлагаемых моделей», — сказал он.

Кроме Ford Focus и Toyota Corolla в списке лидеров всегда присутствует европейская или азиатская бюджетная модель. И это те два–три кита, на которых держится российский рынок иномарок несколько лет. Другие популярные модели иномарок, как минимум из списка топ-10, тоже неизменно фигурируют в лидерах по несколько лет.

Количество наиболее востребованных иномарок в России мало меняется со временем, так как рынок пока растет лишь несколько месяцев, покупательская способность не восстановилась и с точки зрения той же Toyota, Россия по-прежнему остается страной с неопределенной экономической ситуацией. ■

55 000
тираж



48
регионов
России



100%
целевая
аудитория:

Производители и дистрибьюторы компонентов и запчастей

**Оптовые поставщики
Розничные продавцы**

Отраслевой бизнес журнал «Автоиндустрия» ©10

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

Учредитель и издатель: **ООО «Дюран Медиа Групп»**
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
автоиндустрия.рф



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



ВНИМАНИЕ!
ВНИМАНИЕ!
ВНИМАНИЕ!



EXPERT
В АВТОКОМПОНЕНТАХ

НОВИНКА !!!

**Запасные части серии
EXPERT**

ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВАЯ ПРОДАЖА

ЗАПАСНЫХ ЧАСТЕЙ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ УАЗ, ГАЗ

ЧЕТЫРЕ года
в любую погоду!



МИНИМАЛЬНЫЙ ДИСБАЛАНС

4 ГАРА

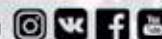
ПЕРЕЧЕНЬ продукции с увеличенным сроком гарантии

Шарниры карданного вала рулевого управления	Валы карданные рулевого управления	Барабаны тормозные
Коробки перемены передач 4-хступенчатые АДС	Детали коробки перемены передач 4-хступенчатой АДС	
Цилиндры привода выключения сцепления	Тяги рулевой трапеции	Тяги сошки рулевого управления
Крестовины вала рулевого управления	Тяги рулевой трапеции	Тяги сошки рулевого управления
Валы карданные передние	Цилиндры главные выключения сцепления	Тормозные колодки
		Валы карданные задние

www.avtodetal.expert

8 800 1001 073

Мы в социальных сетях, ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ



avtodetal_expert