№6(179) 2019

Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

TAUBERG®

From the Netherlands

VITEX® ULTRA G

АНТИФРИЗ VITEX G12 ULTRA G

СООТВЕТСТВУЕТ ТРЕБОВАНИЯМ:
MERCEDES-BENZ BLATT 325.3,
MAN 324 SNF, VW TL 774 D/F.

ЗАЩИТА НА МОЛЕКУЛЯРНОМ УРОВНЕ

vitex.mobi

Японское масло высочайшего качества

Разрабатывая свое первое моторное масло, производители MOLYGREEN сделали ставку на главное, что ценят японцы — экономичность и экологичность. Инновационный состав обеспечивал высочайшую прочность масляной плёнки на разрыв, максимально защищая детали двигателя от износа. Впоследствии, опираясь на неизменно высокие принципы в вопросах качества и экологичности, компания выпустила обширную линейку всесезонных масел, работающих в широком температурном диапазоне.

Синтетические масла премиум-класса MOLYGREEN появились как продукт для гибридных двигателей — именно в Японии автомобили этого типа впервые стали популярными. Сегодня ассортимент MOLYGREEN покрывает потребности модельного ряда как японских, так и западных автопроизводителей. В гамме есть и полусинтетические масла для автомобилей с большим пробегом, а также для дизелей, оснащённых устройствами дополнительной очистки отработавших газов, такими как сажевый фильтр. Можно купить масляные присадки MOLYGREEN, высококачественные жидкости для автоматических и вариаторных трансмиссий, очистители тормозной системы.

Российские потребители получили возможность в полной мере оценить MOLYGREEN в 2014 году, когда национальным дистрибьютором марки стала компания «ЛОГОС». Сегодня, благодаря успешному сотрудничеству сеть продаж MOLYGREEN насчитывает более 800 торговых точек и станций техобслуживания по всей России.

MOLYGREEN — это не только передовое, но и по-настоящему качественное японское масло. Завод обеспечивает двойной контроль качества и строгий контроль от подделок. Новые моторные масла и спецжидкости MOLYGREEN проходят испытания и в российских условиях, в том числе в суровом климате Сибири, где масло уже с успехом подтвердило свое высокое качество, и где в 99% конечный потребитель возвращается к продукту после первого использования.

molygreen-oil.ru

Продолжая развивать сеть продаж, компания «Логос» предлагает также создавать точки продаж под монобрендом MOLYGREEN. При этом партнёры получают высококачественный продукт, вызывающий доверие у большинства владельцев японских автомобилей. Для дилеров российский дистрибьютор MOLYGREEN разработал программу маркетинговой поддержки, включая удобный онлайн-сервис с личным кабинетом. Склады, расположенные во всех макрорегионах России, обеспечивают быструю доставку продукции заказчикам.

Специалисты компании «Логос» ежегодно проходят тренинги в Японии, приглашая в свою очередь представителей японской стороны в Россию для проведения обучающих семинаров для персонала торговых точек и СТО, работающих с продукцией бренда. Партнёры компании «Логос» отмечают ее надёжность и комфорт в работе. Сотрудничество с командой «Логос» привлекательно и тем, что оно на 100% страхует от подделок. Высочайшее качество продукции позволяет конкурировать с мировыми брендами, а практика подтверждает готовность клиента возвращаться снова и снова.

Компания «ЛОГОС» приглашает к взаимовыгодному сотрудничеству оптовые компании в России

г. Владивосток +7 (423) 207-71-03
г. Москва +7 (495) 222-20-44

MOLY GREEN
SUPER HIGH PERFORMANCE MOTOR OIL

МОТОРНОЕ МАСЛО ИЗ ЯПОНИИ

Автосалон в мир — Китаю, Шанхае 2019 Китай — миру

Значимость китайского авторынка сейчас переоценить невозможно, он самый большой и привлекательный для автопроизводителей всего мира. Поэтому в мероприятиях 18-го Shanghai International Automobile Industry Exhibition, который проводился с 18 по 25 апреля, приняли участие практически все крупные автомобильные компании. А китайские бренды воспользовались случаем, чтобы показать лучшее, на что способен могучий китайский автопром.

108 премьер

Brilliance V7

Brilliance V7

Brilliance, одна из хорошо известных в мире китайских автомобильных компаний, представила три модели в рамках Шанхайского автошоу. Среди них Brilliance V7, флагманская модель автопроизводителя, с обновлённым 1,8-литровым турбомотором на 232 л.с. В создании модели принимали участие специалисты компании BMW, с которой Brilliance давно сотрудничает.

Lexus LM

Lexus LM

Lexus, премиальный бренд Toyota, представил в Китае первый в своей истории минивэн, Lexus LM. Автомобиль построен на базе довольно популярной Toyota Alphard, позиционирующейся как минивэн высшего уровня. Но Lexus поднял планку «люксовости» ещё выше. Одна из версий изначально семиместного салона Lexus рассчитана только на двух человек. Lexus LM будет выпускаться с 3,5-литровым бензиновым мотором или в виде гибридного LM 300h, в передне- и полноприводной версиях. И только в чёрном и белом цветах.

Автосалон в Шанхае 2019

Haval Vision

Haval Vision

Haval — подразделение крупнейшего китайского автопроизводителя Great Wall Motors, специализирующееся на кроссоверах и внедорожниках. На выставке в Шанхае Haval представил привлекший большое внимание концепт Haval Vision. Но пока компания может предложить зрителям лишь футуристический дизайн, разработанный британским дизайнером Филом Симмонсом. Исходя из внешнего вида концепта можно предположить, что это будет электромобиль, возможно автономный. Но о конкретных планах компании относительно Haval Vision пока ничего не известно.

1000 экспонентов

Volkswagen ID. Roomzz

Volkswagen ID. Roomzz

Volkswagen показал в Шанхае концепт ID. Roomzz, который, как предполагается, станет флагманской моделью электромобилей VW. Серийные продажи автомобиля должны стартовать в 2021 году. Концепт сконструирован в популярной у европейских автопроизводителей традиции — экологичный, автономный, насыщенный электроникой до предела. В составе силового агрегата два электромотора с мощностью 225 кВт (306 л.с.), которые питаются от АКБ емкостью 82 кВт•ч. На одном заряде аккумулятора ID. Roomzz может ехать 450 км, а система быстрой подзарядки позволяет заряжать аккумулятор до 80 процентов за полчаса.

Автосалон в Шанхае 2019

36 концептов

Karma

Karma

Karma Automotive представила три экологичных автомобиля в Шанхае. Гибрид Revero GT, выполненный в красном цвете, построен на базе хорошо известной модели Fisker, но у него существенно обновлён силовой агрегат, это 1,5-литровый турбированный двигатель BMW и два электромотора, которые развивают мощность 535 л.с. Оранжевый концепт SC1 Vision, по сути, дальнейшее развитие Revero GT, отличающийся оригинальным дизайном с дверями «крылья бабочки» и полуавтономными элементами в системе управления.

LUXE
АНТИФРИЗЫ
МОТОРНЫЕ МАСЛА
СМАЗКИ

www.luxe-oil.ru

КОРОТКО

Международные новости

3,7-5,1%
доля российских марок на рынке Украины в 2017–2019 годах

Российские авто попали под эмбарго

Кабинет министров Украины внёс моторизованные транспортные средства из России в список запрещённых к ввозу товаров. Формально автомобили российских марок, а также локализованные в России модели иностранных автопроизводителей до сих пор представлены на рынке Украины, хотя их доля после 2014 года сократилась до крайне малых значений.

200 млн
шин в год выбрасываются из-за повреждений

Безвоздушные шины в массы

С 2024 года автомобили General Motors будут оснащаться безвоздушными шинами, разработанными Michelin. GM видит основной смысл инновации в экономии ресурсов, сокращении энергозатрат и времени техобслуживания: эти шины не могут испортиться из-за проколов и порезов. Сервисменам не надо будет проверять давление и подкачивать шины. Более того, безвоздушным шинам не нужна система мониторинга давления.

До 25 раз в час водители отвлекаются от дороги

ADAS следит за вами, а вы — за дорогой

Электроника, возвращающая внимание отвлёкшихся водителей к дороге, существенно повышает безопасность. Разработчик искусственного интеллекта Nauto провёл исследование, показавшее, что система мониторинга состояния водителя с функцией напоминаний уменьшает на 43% длительность времени, в течение которого водитель не следит за дорогой. За период с 2017 года, когда данная система начала применяться, она вернула внимание водителей к дороге в 21 миллионе случаев.

100% автомобилей будут подключены к 2025 году

Европа выбрала стандарт для V2X

Европарламент принял решение принять стандарт C-ITS для V2X-систем (подключения автомобилей) в качестве общеевропейского. Данный стандарт основан на семействе технологий беспроводной связи wi-fi — в отличие от альтернативного стандарта G5, в котором для обмена данных между автомобилями и инфраструктурой используются сотовые сети 5 поколения. В прошлом году Китай принял решение в пользу G5; США и Россия пока не определились.

цитата

Дженнифер Харун
операционный директор Nauto

«Меня восхищают возможности автономных автомобилей, но, как мы видим, их прихода придётся некоторое время подождать. Одна из наших целей — использовать искусственный интеллект, чтобы вооружить живых водителей, изменить их поведение, внести вклад в улучшение уже сегодня. Нужны алгоритмы, выявляющие отвлечение внимания, и они должны быть самыми передовыми. Невнимательность водителей — одна из причин аварий, но мы можем всё изменить, и это меня вдохновляет больше всего».

Российские новости

56,5%
автовладельцев знакомы с антифризами Lukoil

Топ-10 популярных охлаждающих жидкостей

Десятку самых узнаваемых марок антифризов образуют «Лукойл», Mobil, Felix, Sintec, Castrol, G-Energy, Liqui Moly, «Аляска», «Газпромнефть» и AGA, согласно опросу автовладельцев, проведённому АА «Автостат». Тот же опрос определил, в каких случаях автовладельцы меняют антифриз: чаще всего по истечении срока использования (47,1%) и изменения цвета (43,7%), чуть реже мерилом служит пробег (41,9%). Причиной могут быть также появление посторонних частиц в антифризе (35,7%) и рекомендации автопроизводителя (32%).

59,5 тыс. руб. — стоимость подписки на Volvo Car Drive

Не покупка, не аренда

Volvo запустила сервис подписки на автомобиль Volvo Car Drive — первый подобный продукт от автопроизводителя в России. Подписка позволяет клиентам, прошедшим скоринг платёжеспособности, 12 месяцев пользоваться новым автомобилем, платя только за парковки, мойку и заправку. Ну и, конечно, за сам сервис — 59,5 тыс. руб. в месяц. Пока по данному предложению доступно ограниченное число машин моделей XC60 T5. Автопроизводитель не уточняет, что будет с автомобилями, возвращёнными дилерам по истечении срока подписки.

35 тыс. авто в год — мощность будущего завода BMW

Бавария дозрела

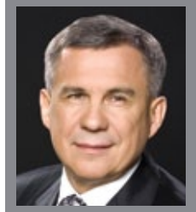
BMW готовится подписать специнвестконтракт и построить сборочный завод в Калининградской области, сообщает Wards Auto. По данным издания, планируемая мощность предприятия относительно невелика — 35000 автомобилей в год — и сопоставима с годовыми продажами автомобилей этой марки в России. В настоящее время баварские автомобили собираются на предприятии «Автотор» в том же регионе. В 2019 году BMW стала самой популярной премиум-маркой у россиян.

55 тыс. кабин в год мощность нового завода КАМАЗ

Поколение K5 материализуется

В Набережных Челнах начал работать новый завод по производству каркасов кабин для КАМАЗ и Mercedes-Benz. На предприятии реализованы операции сварки, антикоррозионной подготовки и окраски. Несмотря на высочайшую в России степень автоматизации, здесь работают 700 человек. Создание завода является одним из пунктов инвестиционной программы КАМАЗ, направленной на выпуск нового поколения грузовиков K5.

цитата



Рустам Минниханов
президент республики Татарстан

«Ключевой задачей является вывод на рынок нового автомобиля K5. Запуск данного проекта должен обеспечить будущее завода КамАЗ на ближайшие 15 лет. Резкая смена модельного ряда редко проходит безболезненно. Поэтому важно провести качественное внутризаводское тестирование автомобиля и уже в конце года запустить его в серию. Реализация проекта K5 имеет стратегическое значение не только для Татарстана, но и для развития всей машиностроительной отрасли России».

190 тыс. тонн моторного масла импортировано в 2018 году

Достигнут пятилетний максимум

По подсчётам АА «Автостат», импорт моторных масел в 2018 г. впервые превзошёл уровень 2014 г. на 2,6% после сильного падения в 2015–2016 гг. и небольшого восстановления в 2017. Этот тренд в значительной степени связан с ростом спроса на моторные масла для большегрузной техники. Кроме того, за 5 лет заметно изменилось распределение долей рынка по брендам, отмечают аналитики.

15-20 дилеров ищет PSA для Opel

Но что думают об этом сами автодилеры?

Итак, французские менеджеры решили, что GM совершила ошибку, выведя Opel из России в 2015 году: объявлено, что концерн PSA ищет дилеров, чтобы в 4 квартале начать продажи машин немецкой марки.

С одной стороны, момент удобен — надо успеть к дележу ниши Ford, пока не заняли другие. С другой стороны, Ford и Opel ушли, потому что проиграли войну сильным конкурентам — Hyundai, KIA и Renault. А сейчас PSA играет против них же, но в ещё менее выгодных условиях. Мы собрали мнения автодилеров: что может помочь PSA в этой ситуации?

Денис Петрунин,
генеральный директор
ГК «АвтоСпецЦентр»
«Фактически Ford был представлен в России одной моделью массового сегмента Focus. Автопроизводитель был успешен в РФ, пока в этот сегмент не зашли конкуренты с более технологичными, в то же время более доступными моделями. После этого продажи начали снижаться. Мономодельные бренды не для РФ. Поэтому, когда Opel будет выстраивать свою стратегию развития в России, необходимо предусмотреть вывод на рынок большого количества моделей с высокой локализацией, технологичных и доступных. Развиваясь на одной платформе Peugeot-Citroen-Opel, производитель вряд ли сможет предложить покупателям конкурентоспособную стоимость и рискует стать нишевым брендом с маленьким объёмом продаж».

Андрей Каменский,
директор по маркетингу
АГ «АВИЛОН»
«Чтобы выдержать конкурентную борьбу, Opel придётся тратить значительно больше, чем другим игрокам с установившейся долей рынка. Успех во многом будет зависеть от уникальности микса, который марка сможет предложить участникам рынка — всем группам клиентов и дилерам. В этом сегменте очень острая конкуренция, и Opel столкнётся с выстроенной системой поддержки спроса, субсидирования процентных ставок для клиентов и дилеров, уровня дилерской прибыльности и высокой лояльности клиентов корейских, японских, немецких и французских марок».

Олег Мастрюков, генеральный директор холдинга «КорсГрупп»
«Стартовать с продаж кроссоверов — верная стратегия. Данный сегмент показывает отличный рост в последние годы. Что касается конкурентов, то это Hyundai Creta, Renault Duster, Renault Kaptur, KIA Sportage — если Opel установит цены на Grandland в аналогичных ценовых рамках, тогда продажи будут успешными. Что же касается минивэна Opel Zafira Life, у модели есть отличные шансы занять свою нишу, но опять во главу угла встаёт вопрос цены. Ниша «каблучка» Opel Combo тоже свободна, сегодня малый бизнес отдаёт предпочтение компактным автомобилям».

Сергей Новосельский, директор по маркетингу «Объединенной Автомобильной Корпорации — РРТ»
«Перспективы бренда не очень ясны. Прежде всего, это связано с почти полным отсутствием моделей с нормальным уровнем локализации. Ориентироваться в этом плане только на Zafira Life и Vivaro смысла не имеет, это не те модели, которые смогут выступать основными volume-makers в условиях, когда рынок определяют японские и корейские бренды с высокой степенью локализации, развитой дилерской сетью и адекватным ценообразованием».

Игорь Капёнкин, бренд-директор «Мерседес-Бенц КЛЮЧАВТО»
«Автомобильная марка возвращается в самый конкурентный сегмент на рынке. Вход туда довольно тяжёлый, в каждом из регионов клиенты поделены между автомобильными брендами. Определённую нишу марка все-таки займёт, сомнений нет. Но с точки зрения конкурентной среды, необходимо будет бороться в несколько раз сильнее за клиента, чем это делают другие автомобильные бренды».

Рынок ремонтных материалов

есть ремонт – есть материалы

Текст: Евгений Новожилов

Рынок авторемонтных ЛКМ, а также грунтов, шпатлевок, клеев, герметиков, антикоррозионных и противошумных мастик и т.д. продолжает поступательно развиваться, так как все важные факторы этому только способствуют.

В России постоянная потребность в ремонте автомобилей обеспечивает устойчивость рынка любых авторемонтных материалов при любой динамике авторынка. Объём рассматриваемого рынка около 10 млрд рублей, он растёт темпами 5–6% в год.

На фоне большинства других отраслей промышленности, состояние этого рынка можно считать удовлетворительным, хотя он и не в лучшем состоянии. На рынок авторемонтных материалов наиболее негативно влияют снижение покупательной способности, проблемы автострахования, связанные со спецификой оценки ремонта по ОСАГО, трудности автосервисного рынка, волатильность рубля.

По мере развития кризиса авторынка, в сфере продаж авторемонтных ЛКМ и других материалов тоже был спад, который сопровождался смещением продукции в низкие ценовые категории. В принципе, качественных улучшений с тех пор не произошло, и рынок развивается в тех же рамках.

Российский рынок авторемонтных материалов остаётся импортозависимым, существующие российские производители не могут удовлетворить все потребности рынка. В структуре рынка авторемонтных ЛКМ преобладают бренды BASF, Helios Domzale, Axalta Coating Systems, Novol, AkzoNobel, PPG Industries, HB Body, Nippon Paint, до 80%, недорогие материалы

отечественного производства, — «Русские краски», «Волжские краски» или импортированные из азиатских стран. Это определяет довольно острую конкуренцию на рынке, позволяет появляться на рынке новым игрокам, но, в целом, структура его остается неизменной.

Импортозамещение на рынке ЛКМ для автомобилей и авторемонта в принципе проблематично, так как мировой рынок занимают несколько крупнейших корпораций, местные компании повсеместно занимают меньшую долю рынка.

Это связано с технологическим превосходством транснациональных игроков, которые могут разрабатывать наиболее качественные материалы, пользуясь передовыми научными разработками. Кроме того, крупные компании могут предлагать продукцию во всех сегментах рынка и конкурировать с отечественными компаниями в том числе и в бюджетном сегменте.

Но для рынка авторемонтных материалов характерна также высокая доля малоизвестных или совсем неизвестных марок продукции. Это связано с тем, что потребители вынуждены экономить, авторемонтные материалы в этом случае многим кажутся оптимальным направлением снижения расходов на обслуживание автомобиля. Ремонт уходит в «гаражи» или никуда не уходит, проводится владельцем автомобиля самостоятельно, а это ведёт к спросу на дешёвые материалы.

Участники рынка надеются, что это временное явление, и несколько лет формировался отложенный спрос на качественные материалы, который должен реализоваться, когда ситуация на авторынке изменится кардинально. Хотя в большей степени это зависит, скорее, от покупательной способности, чем от состояния авторынка.

Авторемонтные материалы на российском рынке, %

Авторынок можно стимулировать и бюджетными вливаниями, но это вряд ли приведёт к желанию потребителей тратить больше на ремонт, скорее, это увеличит спрос на те же бюджетные материалы.

Помощи не будет

Ситуация в сфере автомобильных ЛКМ в плане импортозависимости беспокоит власти. Так, в 2017 году Минпромторг разместил заказ «Разработка и утверждение плана мероприятий («дорожной карты») по развитию отрасли по изготовлению лакокрасочных покрытий на период до 2025 года», который получил «НИИТЭХИМ». Принятие программы было намечено на третий квартал 2018 года. Но пока ничего о принятии не слышно. Такая программа могла бы повлиять на структуру и динамику рынка, хотя как именно, не совсем понятно, так как выпуск отечественных ЛКМ основан на поставках материалов и добавок из-за рубежа, у отечественных предприятий существуют трудности с привлечением инвестиций.

В ноябре 2018 года довольно большой резонанс получила новость о том, что Минпромторг намеревается потребовать окрашивать автомобили российскими лаками и красками. Это сразу вызвало вопросы участников рынка так как ЛКМ, соответствующие глобальным стандартам, в России не производят.

Тем не менее, Минпромторг разработал поправки к постановлению правительства №719, в котором применение российских ЛКМ позиционировалось как способ углубления локализации. С 2020 года автопроизводители должны были бы использовать не менее 30% российских ЛКМ при окрашивании легковых автомобилей. Это могло бы очень сильно повлиять на рынок и ремонтных ЛКМ тоже. Но из-за отсутствия всякого энтузиазма у участников рынка, инициатива Минпромторга была отложена.

Перспективы

Рост российского авторынка, который хоть и замедляется, но всё же продолжается, способствует росту продаж материалов для авторемонта. Но качественных изменений в этом направлении ждать не приходится. Структура рынка не претерпит изменений ни в ближайшем, ни в отдалённом будущем, игроки доминирующие сейчас, продолжат доминировать, количество различных неизвестных ТМ на рынке останется большим. Рынок останется импортозависимым, если рост экономики восстановится, то импортозависимость скорее еще больше усилится с ростом покупательной способности.

Структура рынка не претерпит изменений ни в ближайшем, ни в отдалённом будущем, игроки доминирующие сейчас, продолжат доминировать, количество различных неизвестных ТМ на рынке останется большим

ГАРАНТИЯ КАЧЕСТВА
TopQualityParts Ganz
МЫ ЦЕНИМ ВАШ КОМФОРТ И БЕЗОПАСНОСТЬ
оптимальная цена
надежное качество
отличные отзывы
Оформить заказ и узнать подробности можно по тел. 8 (495) 276-22-00, доб.150
Торговая марка GANZ – это быстрорастущий бренд высококачественных запасных частей тормозной системы для автомобилей иностранного и отечественного производства. Основные производственные мощности GANZ расположены в Китае, где продукция разрабатывается под присмотром квалифицированных специалистов. При производстве товаров используются самые современные технологические решения, наши эксперты занимаются всем комплексом вопросов, связанных с поддержанием и развитием надежной работы изделий, а также позволяющих максимально продлить срок эксплуатации запасной части. Профессиональное оборудование позволяет полностью контролировать качество выпускаемой продукции, осуществляя тестирование на всех этапах производства, в том числе 100% проверку каждого изделия перед упаковкой и выборочный детальный контроль готовой продукции. В настоящее время основные рынки сбыта GANZ – это страны с высокими требованиями к качеству продукции, среди них: Канада, Англия, Нидерланды, Италия, Польша, Франция, Россия, Австралия.

Ценовая динамика рынка ЛКМ

Потребитель ЛКМ стал умнее, замечают дилеры и производители материалов. Он реже «покупается» на суперНизкие цены, но стремится к экономии даже сильнее, чем раньше. Сервисмены учатся считать и анализировать расходы, ищут новые ниши. Растёт спрос на материалы дешёвые, но технологичные и качественные.

Илья Колдин
директор департамента авторемонтных покрытий и оборудования для кузовного ремонта «СП БИЗНЕС КАР»

Тенденция всё та же, что и в последние несколько лет — падение продолжается. Рынок ЛКМ зависим от рынка автомобилей, а он, как мы видим, не растёт. Рост авторынка прошлого года, видимо, был временным явлением.

Компенсируя повышение НДС, каждый продавец пошел «своим» путём, но, в конце концов, все пришли к росту цен. Цены выросли практически у всех брендов приблизительно от 2% до 10%. У одних это привело к снижению маржинальности, у других — к снижению продаж.

Что касается новых бюджетных продуктов, не думаю, что это приводит к повышению эффективности. Основная причина здесь — переоцененный продавцами спрос и попытки демпинга. ЛКМ — это «полуфабрикат», в условиях падения доходности ремонтники видят самый простой и очевидный способ сохранить прибыль в том, чтобы найти материалы подешевле, а стоимость ремонта сохранить. На самом деле изначально низкая цена продукта не означает сокращение затрат на ЛКМ при ремонте.

Денис Ковалев
менеджер по развитию «НОВОЛ РУС»

За прошедший год рынок ЛКМ сильно не изменился. Цены выросли в среднем от 2 до 10%. Это связано и с инфляцией, и с увеличением НДС. Курс евро в прошлом году был относительно стабилен по сравнению с предыдущими годами и практически не оказал влияния на цены. Как и во всех прочих отраслях, все стало чуть дороже. Цены на материалы выросли, а цены на ремонт остались на том же уровне. Таким образом, потерял на этом в первую очередь конечный потребитель.

Продолжилась тенденция на рост применения бюджетных материалов. Как и в продуктовых магазинах, продаётся то, что идёт со скидками. Это реакция рынка на запрос общества. К сожалению, ситуация в экономике по прежнему оставляет желать лучшего, и многие маляры «голосуют рублём». Но экономия на материалах является мнимой. Доплатив 10–20%, зачастую можно получить продукт, работающий эффективнее и экономичнее на 50%.

Роман Турков
руководитель по продуктам «Аксалта Коатинг Системс Рус»

Восстановление российского рынка авторемонтных ЛКМ идёт всё ещё очень медленно. Сокращение связано с изменениями в авторемонтной индустрии, повлиявшими на прибыльность авторемонтных предприятий. Аварийность снижается, становится меньше тяжёлых ДТП, а доля повреждений, требующих косметического и экспресс-ремонта увеличивается.

Поэтому повышение рентабельности кузовных станций может быть достигнуто выводом на рынок новых, специализированных услуг по ремонту небольших повреждений кузова и лакокрасочного покрытия. Специализация на ремонтах в течение одного дня позволит предложить клиентам экономию времени — самого дорогого и невосполнимого ресурса, которым располагает человек.

Сергей Адамлюк
директор департамента автомобильных покрытий «Кансай Пэйнт Рус»

Общий рост цен составил 7–10%. Традиционное новогоднее повышение цен потребители восприняли спокойнее обычного, поскольку внутренне были готовы к удорожанию из-за НДС.

В последний год стал заметен спад интереса к откровенно дешёвым и неэффективным материалам, но растёт и требовательность к качеству и уровню технологичности за относительно невысокую стоимость.

Тут несколько причин. Во-первых, производители и дистрибьюторы в борьбе за полочное пространство стараются наплодить несколько брендов с одинаковой начинкой, чтобы потребитель как можно чаще выбирал именно их продукт — неважно под каким названием.

Во-вторых, есть стремление к удешевлению продукта с одной стороны и желание сохранить приемлемый уровень маржинальности с другой, и это вынуждает отдельных дистрибьюторов заниматься прямым импортом, договариваться с производителями, запускать собственные бренды. Не все выходят на самоокупаемость, иногда остатки таких товаров пускают в продажу по совсем низкой цене, что также создает ненужные ценовые ориентиры для конечного пользователя.

Новые факторы успеха в лакокрасочном бизнесе

Слова «рынок падает» не должны приводить вас в пессимизм. Это усреднённая ситуация по всем игрокам, и ничего больше. Всегда есть кто-то, кто работает успешнее конкурентов. Мы попросили участников рынка рассказать, какие «гормоны роста» существуют на разных ступенях лакокрасочного бизнеса, от дистрибьютора до автосервиса.

Заметно, что два ведущих японских лакокрасочных концерна — Nippon Paint и Kansai Paint — имеют разное понимание того, какая стратегия будет успешна.

Хотя давний партнёр Nippon Paint компания «СП БИЗНЕС КАР» сохранила продажи премиального бренда, она всё же почувствовала необходимость вывода продуктовой линейки более низкого ценового сегмента. «Мы сделали первые шаги, но в настоящий момент это не полная линейка, — поясняет Илья Колдин, директор департамента авторемонтных покрытий и оборудования для кузовного ремонта «СП БИЗНЕС КАР». — В этом году продажи уже начались и привлекли клиентов сегмента B и C».

За словами «сохранила продажи премиального бренда» также стоит активная работа. «Мы вводим новые сервисы, техподдержку, оборудование, — говорит Илья Колдин. — Возможно, уже не важно быть на виду всегда, но вот адресная работа сейчас более эффективна. Продукция должна быть удобна для покупателя со всех сторон — и цена, и качество, и упаковка».

Последний тезис справедлив для всех категорий покупателей, но конкретный набор факторов может отличаться: «В премиальном сегменте важны качество, техподдержка, обучение. В среднем — цена и качество самого продукта. В низшем — цена и возможность работать без оборудования. Лояльность и ценность можно повысить только подстраиваясь под покупателя или подстраивая его под себя».

От директора департамента автомобильных покрытий «Кансай Пэйнт Рус» Сергея Адамлюка мы услышали совершенно другую стратегию — с учётом, конечно, разного положения двух компаний на российском рынке. Но в целом представитель Kansai Paint декларирует тот же принцип: лояльность достигается путём подстройки под покупателя. «Мы не стремимся стать единственным поставщиком для клиентов, а делаем упор и концентрируемся на самых выдающихся продуктах нашей линейки, аналогов которым либо совсем нет у конкурентов, либо они в разы дороже».

Важны также «стабильность качества товара и логистики, включая как скорость доставки, так и наличие на складе, а также контроль за ценовой и дилерской политикой для сохранения приемлемой маржинальности у торгующих организаций», отмечает специалист.

Работайте с заводами

Один из самых неприятных сюрпризов для маляра — это когда нужно работать, а материалы оказались чистым браком, хотя раньше та же марка давала неплохой товар. «Качество продуктов меняется от партии к партии, как правило, у «этикеточных» брендов, — говорит Денис Ковалев, менеджер по развитию «НОВОЛ РУС». — Никогда не знаешь, откуда пришла та или иная партия».

Такие бренды продолжают появляться и исчезать. «Хотя рынок в среднем и дешёвом сегменте перенасыщен, региональные игроки по-прежнему хотят повысить прибыль, вводя в ассортимент собственные торговые марки, — говорит специалист. — В Европе было так же, но в последние годы все стали возвращаться к заводским брендам.

«На мой взгляд, количество брендов категории noname с сомнительным происхождением и качеством в прошедшем году сократилось, — соглашается Илья Колдин из «СП БИЗНЕС КАР». — Рынок «отфильтровал» продукты, приемлемые по цене и качеству».

Предпочтения в разных регионах разные, говорит эксперт. Центральная Россия предпочитает недорогие материалы, произведенные в Восточной Европе. На Дальнем Востоке находят больший спрос китайские материалы, хотя и не самые дешёвые.

А вот основные игроки стабильны — и качество, и состав. В этом смысле сегмент ЛКМ даже стабильнее самого автомобильного рынка.

«Заводы имеют узнаваемые бренды, за которыми стоит история, репутация и многомиллионные инвестиции, — говорит Денис Ковалёв. — Поэтому если хотите стабильное качество — покупайте заводские бренды!»

Перспективная ниша — экспресс-ремонт

Самый ценный и невосполнимый ресурс современного человека — время, напоминает руководитель по продуктам «Аксалта Коатинг Системс Рус» Роман Турков. Чтобы в этом убедиться, достаточно вспомнить, что наибольшее недовольство у клиентов кузовных автосервисов вызывает затягивание сроков ремонта.

Любая проблема, если посмотреть на неё «с тыла», является возможностью. На падающем российском рынке кузовного сервиса есть растущая ниша для «жестянщиков» — экспресс-ремонт, оперативное устранение небольших повреждений кузова.

«Для быстрого и качественного выполнения экспресс-ремонтов полноформатный кузовной автосервис не нужен, — показывает разницу Роман Турков. — Не требуются закупки дорогостоящего оборудования — ни окрасочной камеры, ни стапеля, ни мощных систем вентиляции. Не нужен колорист и традиционное краскоприготовительное отделение».

Всё это позволяет значительно снизить инвестиции и себестоимость, но над набором оборудования и технологией нужно внимательно подумать: «Ремонт производится внутри одной детали, в редких случаях красятся две или три детали с учётом мелких кузовных элементов. К лакокрасочной системе предъявляются совершенно другие требования: для таких работ нужен узкий комплект материалов, на ремонтном участке не должно быть ничего лишнего. В идеале — очистители, одна грунтовка, один лак, один растворитель для переходов, простое и технологичное базовое покрытие».

Сама «Аксалта» предлагает решать эту задачу с помощью новой водорастворимой системы Syrox, реализующей принцип лаконичности: нет миксерной установки и крышек-мешалок, дозирование краски производится из небольших пресс-бутылок, допускается наддув для быстрого высушивания слоев.

Роман Турков говорит: «На технологическом фундаменте такой лакокрасочной системы предприятие может построить новый бизнес, чётко дифференцированный от традиционного кузовного ремонта и соответствующий запросам клиентов, составляющих наиболее привлекательную и платежеспособную целевую группу». ai

Предприятие «Фобос» — не только крупный производитель комплектующих для вторичного рынка, но и поставщик оригинальных пружин и глушителей на два российских завода, производящих снегоходы и квадроциклы. Также компания имеет опыт официальных поставок продукции под брендом Lada в сервисно-сбытовую сеть АвтоВАЗ.

Технологии за вода «Фобос» **Пружина не садится, глушитель не сечёт**

Текст: Роман Назаров

Предлагаем познакомиться с технологическими вопросами, обеспечивающими качество глушителей и пружин. Наше издание совершило виртуальную экскурсию на завод компании «Фобос», одно из наиболее современных и хорошо оснащённых автокомпонентных предприятий в России.

Производственная компания «Фобос»

Местонахождение — г. Электросталь Московской обл.
Год основания — 1999
360 видов элементов глушителей
600 вариантов пружин подвески
В том числе **более 450** — для иномарок

Производственный цикл начинается с поставок комплектующих. Использовать лучший, пусть и не самый дешёвый металл — важный аспект качества. «Фобос» сотрудничает с производителями высококачественной холоднокатаной и пружинной стали, продукция которых полностью соответствует ГОСТ. В частности, проволоку и другой металлопрокат специально для «Фобос» концерн «Северсталь» изготавливает по европейской спецификации. Корпуса и внутренние части глушителей делаются из стали толщиной не менее 1,2 мм, а трубы 1,5 мм.

«Фобос» не приветствует практику выделения «премиумных» и «бюджетных» линеек — вся его продукция выпускается по единому стандарту качества ГОСТ. Подтвердить это могут паспорта качества, которые есть у каждого изделия завода.

Глушители

«Фобос» производит глушители традиционной конструкции с лабиринтной системой шумоглушения, без прямотоков. В некоторых изделиях используется качественный базальтовый наполнитель в бандаже, который не подвергается выгоранию и выдуванию потоком отработавших газов.

Производство начинается с важнейшей операции клеймения карточек клеймом «Фобос», на котором указывается логотип предприятия и наличие сертификата ЕАЭС. Затем карточки отправляются на процедуру закатки, где приобретают геометрически нужную форму и специальным образом загнутые края.

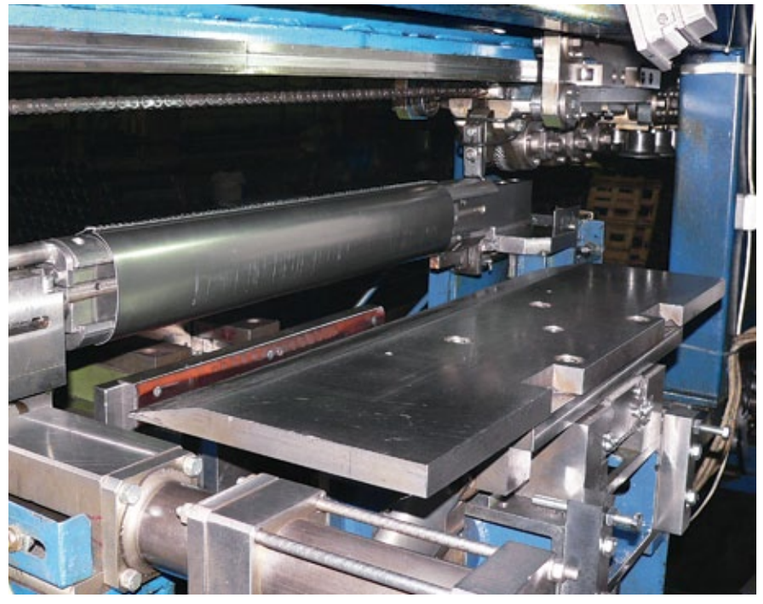
Внутренние части глушителя собираются и свариваются в специальных приспособлениях — кондукторах. Это обеспечивает постоянство заданных размеров и геометрических форм. Важная тонкость, сильно влияющая на ходимость глушителя: внутренности не следует приваривать к оболочке бачков. На заводе «Фобос» внутренности прессуются в готовую обечайку с натягом на зафасовочном прессе.

Трубы нужно правильно согнуть, исключив гофры металла в местах сгибов, чтобы уменьшить сопротивление движению выхлопных газов для большего КПД двигателя. Правильная геометрия необходима и для того, чтобы глушитель без проблем встал в предназначенные места крепления на автомобиле и не стучал по днищу кузова. На заводе «Фобос» трубы после гибки проверяются на стенде.

Далее происходит так называемое «раскрытие концов» труб или, наоборот, обжатие. Эти процедуры в совокупности создают условия для правильной установки готового глушителя на транспортное средство.

Третий элемент глушителя — бачки. Выхлопные элементы «Фобос» имеют хорошие прочностные параметры за счёт двойного закатного шва с качественной прибивкой.

Заключительная операция изготовления бачка — поперечная закатка. На этом шаге запрессовываются крышки. Обкатка производится двумя роликами с каждой стороны крышки, после чего происходит финишное обжатие шва, придающее бачку нужную герметичность и правильную геометрию.



Сборка бачков и труб происходит на стапеле — ещё один этап, критический важный для обеспечения стабильности геометрии. Чтобы глушитель был по-настоящему тихим, на этом этапе важно обеспечить герметичность соединений, а для этого нужно идеальное прилегание фланца к коллектору.

Глушители ТМ «Фобос» окрашиваются кремний-органической эмалью, выдерживающей температуру свыше 600°С, а перед окраской проходят контроль качества сварных швов и химически обрабатываются.

Наконец, изделия помещаются в фирменную упаковку и отправляются на склад готовой продукции. В последние годы «Фобос» практически отказался от гофрированных коробок в пользу плёнки ПВД

с логотипом и гофрированным вкладышем. Использование плёнки даёт выигрыш в себестоимости, компактности хранения и лучшей защите от повреждений, что удобно торговым операторам.

В дополнение к традиционной гамме глушителей для легковых автомобилей, в 2018 году «Фобос» освоил производство глушителей для грузовых автомобилей Минского и Нижнекамского производства, а также других производителей, включая крупнотоннажные и магистральные модели.

Это потребовало ряд инноваций на производстве. Глушители грузовых автомобилей работают в более нагруженных условиях, чем легковых. Чтобы обеспечить высокую ходимость изделий, специалисты «Фобос» разработали стенд сборки глушителей больших размеров, позволяющий выполнять надёжный герметичный шов без применения сварки.

В дальнейших планах предприятия — освоение гаммы глушителей для грузовиков иностранных производителей.

Пружины

Мощности «Фобос» позволяют производить до двух миллионов пружин в год. Используется технология холодной навивки пружин, более современная и качественная по сравнению с горячей навивкой.

Процесс начинается с размотки и навивки на навивочных автоматах. На предприятии используются пять пружинонавивочных станков с ЧПУ, из них два автоматических итальянских фирмы Bobbio и более новый Wafios FSE 143 XL, установленный в 2018 году. Имея несколько осей движения для навивки пружин различных форм из бунтовой стали, они быстро и точно выходят на заданную геометрию. Все станки отличаются продуманной и отработанной конструкцией от ведущих мировых производителей, высокой надёжностью и ресурсом, гибкостью и расширенными возможностями по навивке фасонных пружин.

На многих пружинах сжатия необходимо создать шлифованный торец опорного витка. Для этого «Фобос» использует итальянские и немецкие торцешлифовальные станки O.M.D. и Shenker, обеспечивающие высокопроизводительную шлифовку.

Навитые пружины пока не закалены, поэтому далее идёт термическая обработка в камерных печах. Здесь точное соблюдение технологических требований к закалке и отпуску пружин также обеспечивает автоматика.

В технологическом цикле между закалкой и отпуском производится также обработка пружин специальными растворами. Это влияет на качество выполнения последующих технологических операций, первая из которых — дробеструйная обработка.

Данная операция обязательна и одна из важнейших. Обработка дробью создает упрочнённый поверхностный слой металла, при этом пружины обретают более высокие нагрузочные характеристики и ходимость. Выполняется дробеструйная обработка также на европейском оборудовании.

Для обеспечения коррозионной стойкости и эстетичности пружины окрашиваются порошковым эпоксидным покрытием.

Казалось бы, это всё, но снова возникает вопрос: как обеспечить, чтобы новая пружина после установки на автомобиле не давала усадку после первых километров пробега? Для этого пружины на заводе «Фобос» проходят процедуры обжатия. Изделия деформируются усилием больше рабочего, исключая или сильно снижая степень усадки.

100% выпускаемых пружин проходят контроль по рабочей нагрузке. Применяемые для этого программируемые машины TLS и Easydur позволяют производить тестирование до пяти точек нагрузки и деформации и качественно снимать характеристики пружин различных типов: сжатия, растяжения, кручения.

После обжатия и контроля пружины маркируются и упаковываются в фирменную тару.

Отметим, что вся продукция «Фобос» — это касается глушителей, пружин и прочих изделий — маркируется по международной системе UNISCAN/ГС1. На этикетках указывается номер изделия по каталогу, модель, какая пружина, тип, и дата изготовления. Будьте бдительны: внимательное чтение маркировки спасает от подделок.

Для более лучшей идентификации изделий на предприятии введена также маркировка самих пружин. Она наносится наклейкой как на витке, так и на пластиковом бандаже, устанавливаемом на пружине в месте перехода к поджатому витку.

Предприятие постоянно находит возможности повышать эффективность и улучшать качество без увеличения конечной стоимости изделий. В 2016 году «Фобос» приобрёл новое производственное помещение, оптимизировав заводскую логистику и повысив эффективность производства. А в 2018 году был введён в строй новый склад хранения пружинной проволоки, что вновь улучшило логистику и условия хранения. Таким образом, компания в очередной раз повысила удовлетворённость торговых партнёров.

Компания «Фобос» постоянно развивается, лишь главный принцип остаётся неизменным: качество по доступной цене. Прибыльность предприятие обеспечивает не экономией на основных материалах и технологии, а за счёт инноваций. Здесь хотят, чтобы продукция ТМ «Фобос» служила долго и давала людям комфорт.

ГК «Автокомпонент»: Сложившаяся ситуация не стала неожиданной, это результат затяжных переговоров, которые ведутся с октября и до сих пор не завершены

Стоп АвтоВАЗ, не первый раз

С 3 июля АвтоВАЗ приостановил производство автомобилей на производственных площадках в Тольятти и в Ижевске. В простое АвтоВАЗ обвиняет поставщика автокомпонентов, компанию ООО «Автокомпонент» (Нижний Новгород).

В официальном комментарии АвтоВАЗа говорится также, что автопроизводитель «делал всё возможное для недопущения этой ситуации и принимает все необходимые меры для скорейшего возобновления производства» и оставляет за собой право взыскать с поставщика понесенные убытки.

ГК «Автокомпонент» производит автокомпоненты из пластмассы для интерьера и экстерьера, по собственной информации поставщика, переговоры с компанией АвтоВАЗ ведутся с октября 2018 года. Поэтому с точки зрения ГК сложившаяся ситуация не является неожиданной, проблема в том, что цены на компоненты не позволяют покрывать расходы, связанные с их производством и поставкой на конвейер АвтоВАЗа.

Переговоры продолжаются, и ГК «Автокомпонент» утверждает, что делает все возможное для урегулирования сложившейся ситуации.

Помогать разрешить конфликт будут главы регионов. Уже вечером 2 июля глава Нижегородской области Глеб Никитин и губернатор Самарской области Дмитрий Азаров обсудили вопрос о приостановлении АвтоВАЗом производства и выразили намерение способствовать решению проблемы.

АвтоВАЗ испытывает проблемы с поставщиками довольно регулярно. В 2016 году поставщики автокомпонентов были обвинены в срыве производственного плана. В апреле 2018 года был приостановлен конвейер выпускавший LADA Vesta, по информации АвтоВАЗа, из-за нехватки топливных баков, которые поставляет ГК «Автокомпонент». Поставщики фактически отказались признать обвинения АвтоВАЗа.

Еще раньше, в октябре 2015 года АвтоВАЗ обвинял ГК «Автокомпонент» в срыве поставок деталей боковых зеркал заднего вида для автомобилей Renault и Nissan и пообещал впредь жёстко реагировать на подобные инциденты.

Не только АвтоВАЗ приостанавливал производство, указывая на компанию «Автокомпонент», как на причину приостановки. В мае 2017 года «...поставщик ООО «Завод Автокомпонент» прекратил поставки комплектующих в адрес компании ЗАО «Джи Эм-АвтоВАЗ». В связи с этим конвейер СП вынужденно приостановлен», сообщала компания GM-АвтоВАЗ.

На момент приостановки производства АвтоВАЗа 3 июля 2019 года неизвестно, когда выпуск автомобилей будет возобновлен.

VITEX ULTIMATE — МАСЛО ЧЕМПИОНОВ

Vitex Ultimate 0W40

Полностью синтетическое моторное масло

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

vitex.mobi

vitex.mobi

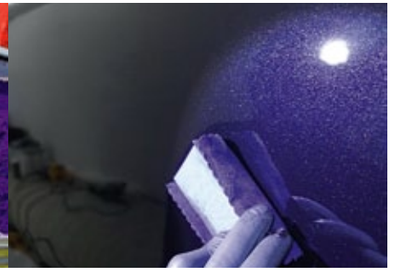
Олег Тактаров

Чемпион Ultimate Fighting Championship (UFC)

Многие «умные» покрытия со временем переходят в категорию многофункциональных. Это означает, что кроме традиционных функций механической и антикоррозионной защиты, а также придания эстетических свойств, такие ЛКП имеют дополнительные функции — например, шумоизоляции или самоочистки

Самостоятель ные краски: что делают «ум ные» ЛКП?

Наверняка вопрос вызвал у вас в голове некий образ. И почти со 100% уверенностью можем сказать, что он неправильный. Для начала, умная краска не думает, она лишь сделана с умом. Умные лако-красочные покрытия — не футуризм, некоторые из них уже используются в автопроме. Другие пойдут в серию буквально в следующие 5 лет, третьим понадобится несколько больший срок, чтобы получить практическое применение.



Самовосстановление

С 2005 года на автомобилях Nissan применяется технология Scratch Guard Coat. В состав лака включён компонент хитозан, реагирующий на ультрафиолетовое излучение (фотокатализатор). При появлении царапины ультрафиолету оказываются подвержены глубинные слои лака. При этом элемент активируется и перестраивает молекулы таким образом, чтобы заполнить царапину.

Существует иной принципиальный подход, использующий не фотокатализаторы, а память формы. Молекулы такой краски сформированы в пучки и, если часть молекул теряется (при появлении царапины, например), оставшиеся молекулы «помнят» исходную конфигурацию и стремятся её восстанавливить.

На этом месте детейлеры должны нервно вздрогнуть, ведь это удар по их кассе. Не стоит беспокоиться: наверняка со временем окажется, что таким краскам требуется уход — какой-нибудь «питающий крем» или «лосьон от загара».

Самоочистка

Фотокатализаторы используются также в самоочищающихся покрытиях. Востребованность технологии самоочистки резко выросла с развитием ADAS — чем чище сенсоры, тем лучше система работает.

Но у них есть и другие сферы применения. Можно будет забыть про отпечатки пальцев на сенсорных дисплеях и глянцевых поверхностях в салоне. Ну и, конечно, приятно, если автомобиль реже приходится гонять в мойку.

Однако для автомобилей такие покрытия пока недостаточно долговечны, поэтому Nissan с 2014 года экспериментирует на прототипах с другим подходом. Краска Ultra-Ever Dry отталкивает воду, масла, снег и лёд. Её поверхность на микроуровне крайне неровная, с резкими нано-пиками. По большому счету, это не самоочищающаяся, а влаго- и маслоотталкивающая поверхность, у которой площадь сцепления с загрязняющими частицами уменьшена в десятки и сотни раз.

Самостратификация

Вы смогли это выговорить? Термина «самостратифицирующееся покрытие» в русском техническом словаре пока не существует, мы лишь использовали его английское название self-stratifying. Эти краски применяются в жизни, хотя не так давно. Суть в том, что в жидком состоянии они содержат фракции, при нанесении на поверхность расслаивающиеся на базовое и финишное покрытия.

С технологической точки зрения существуют разные подходы к созданию самостратифицирующихся красок. Один состоит в том, чтобы включить в краску два вещества, стремящихся разделиться. В другом разделение слоев происходит под внешним воздействием, вынуждающим покрытие расслоиться — например, в сушильной печи.

Безусловно, их главная польза в упрощении технологического процесса, но есть и другие плюсы — повышенная прочность за счёт невысоких остаточных напряжений, улучшение адгезии между слоями.

Сверхтеплопроводимость

Допустим, вы подумываете об электромобиле. А вы морально готовы, что однажды он может неожиданно вспыхнуть? Перегрев и самовоспламенение — болезнь литий-ионных батарей, которую только обостряет гонка за сверхбыстрой зарядкой.

В связи с этой проблемой автопроизводители проявляют огромный интерес к графену. У этого материала есть два полезных свойства: во-первых, экстремально высокие теплопроводящие свойства; во-вторых, высокая прочность, позволяющая вполовину уменьшить толщину покрытия, что также уменьшает термоизоляцию.

Автопроизводители были бы не прочь всю машину покрыть графен-содержащими покрытиями, потому что им можно придавать широкий спектр любопытных свойств. Но им не так-то просто придать нужный цвет — собственно, из-за «радикально-чёрного» графена.

Шумоизоляция

Мастика изолирует шумы за счёт своей вязкости. Чем толще слой, тем сильнее поглощение. Но толщина — это вес.

Да и эстетика у мастики некудышная, поэтому ею обрабатывают только днище и скрытые полости (не считая джиперов, считающих, что чем крупнее шагрень, тем брутальнее). Неудивительно, что автомобильные инженеры с отвращением произносят слово на букву М.

Мы живём в век развитой теории колебаний, когда можно более изящно решать ту же задачу, модифицируя резонирующие свойства панелей кузова. Например, добавляя в краску тяжёлые керамические микросферы, увеличивающие инерцию панели. А ещё лучше с помощью «термаселов» (thermacel) — микрополостей в краске, заполненных демпфирующим веществом, переводящим вибрации в тепло (тот же принцип реализован в амортизаторах подвески). После прохождения через такой слой звук слабеет на 8 децибел, или на 60%. Осталось дождаться, когда технологи «подтянут» механические свойства до высоких стандартов автопрома.

Индикация коррозии

На дворе 21 век, а коррозию по-прежнему выявляют на глазок. Эта часть процесса диагностики с трудом поддаётся автоматизации и остаётся непрозрачной для клиента. А актуальность очевидна: в США, например, подсчитали, что коррозия ежегодно «отъедает» от ВВП $180 млрд, поэтому решению этой задачи уделяется много внимания.

Технологи развивают два основных варианта. Один основан на добавлении в ЛКП так называемых «брэгговских решёток» — микроскопических оптоволоконных структур, отражающих свет определённой частоты. В другом варианте в краску добавляются нано-контейнеры с pH-индикатором, меняющим цвет при контакте с атмосферным воздухом.

Можно предположить, что автопроизводители вряд ли решатся весь автомобиль покрыть такой краской (кому захочется, чтобы машина покрылась пятнами?). Скорее, их областью применения будут отдельные зоны: силовые элементы кузова и подвески, а также скрытые полости и днище.

$ 1–4 млрд
прогноз рынка умных покрытий на 2021 год

Электромагнитное отражение

В 2016 году 20 мировых автопроизводителей и правительство США согласились сделать автоматическое экстренное торможение (EB) отраслевым стандартом. В 2019 году уже 40 стран мира готовили аналогичные нормы.

Эффективность AEB прямо зависит от способности фронтального радара или лидара вовремя распознавать объекты по курсу автомобиля, поэтому автопроизводители выкатили поставщикам ЛКП новое требование: покрытие следующего поколения должно хорошо отражать электромагнитные волны. А если они дополнительно будут отражать ИК-излучение, это снизит затраты на кондиционирование салона.

Решается данная задача за счёт добавления электропроводящих материалов в состав краски. В первую очередь в голову приходят металлы, но технологи склоняются к тому, что более перспективен графен. В частности, гранулы графена сокращают поглощение солнечной радиации чёрным автомобилем с 95% до 70%.

Энергогенерация

Осознайте удивительный факт: солнцемобили становятся реальностью. В конце 2019 года немецкий стартап Sono Motors начинает серийное производство электромобиля Sion, который сам удовлетворяет более 10% своих потребностей в энергии автономно, за счёт батарей, установленных на самом автомобиле. Sion выглядит не как марсоход, а вполне утилитарно — пятидверный однообъёмник. Правда, привлекателен он только в чёрном цвете — виной тому чёрные матрицы фотоэлементов.

Этой проблемы не существовало бы, если бы электричество генерировал сам красочный материал, а не наклеенные на него фотоэлементы. Несколько лабораторий и стартапов работают над созданием подобных автомобильных красок. По КПД генерации фотоэлектрические краски несколько проигрывают кремниевым батареям, но превосходят по эстетическим и технологическим факторам. Остаётся решить проблему долговечности и себестоимости.

Это не фантастика

Некоторые идеи новых функций ЛКП пока выглядят столь же труднодостижимыми и отдалёнными, как создание транспортной системы Hyperloop или колонизация Марса. Но вспоминая, сколь многие вещи в нашу жизнь пришли с неожиданной быстротой, мы решили, что стоит озвучить ещё пару идей.

Например, сенсорные поверхности. Встраивая в краску множество микроскопических сенсоров, можно будет создать автопилоты нового поколения, более мощные, чем нынешние, заменив букет радаров и сонаров.

Краски меняющегося цвета — ещё одна вовсе не фантастическая идея (подобно современным электрохромным зеркалам). Они изменят дизайн, улучшат комфорт и безопасность.

А у вас есть идеи, коллеги? Ведь согласно многим аналитическим отчётам, «умные» покрытия в настоящее время вошли в число самых привлекательных технологий для инвестирования.

Пятеро последних

20 июня можно считать началом новой эры в российской автомобильной индустрии, так как в этот день Межведомственная комиссия по специальным инвестиционным контрактам (СПИК) одобрила пять специнвестконтрактов с автопроизводителями Volkswagen, GM-АвтоВАЗ, «Автотор», «ПСМА» и Volvo.

На 1 июля было намечено окончание приёма заявок СПИК, таким образом, пул автопроизводителей в России можно считать сформированным на несколько лет вперед.

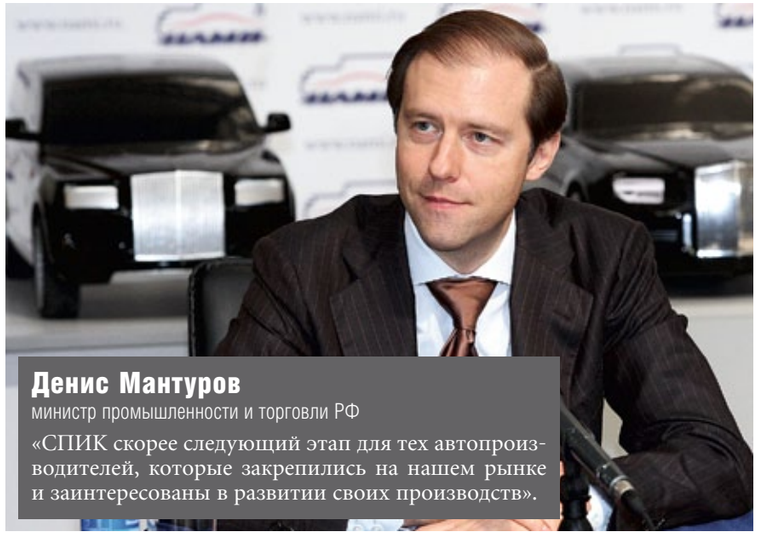
Одобрение означает, что с этими концернами будут заключены специнвестконтракты, которые заменят соглашения по промсборке.

Министр Минпромторга Денис Мантуров так оценивал итоги промсборки в марте 2017 года: «Режим промышленной сборки выполнил свою главную задачу и привлёк инвестиции в российскую автопромышленность, придав ей дополнительный импульс развития. Практически все ведущие мировые автопроизводители организовали здесь производство полного цикла, включающее в себя сварку, сборку и окраску».

Также нужно добавить, что автопром, построенный на промсборке, оказался избыточно мощным, до сих пор в стране не задействованы больше половины существующих автопроизводственных мощностей. В то же время власти считают недостаточными локализацию автопрома и привлечение технологий. Поэтому на смену соглашениям по промсборке пришли специнвестконтракты.

СПИК заключаются между российским правительством и инвесторами на разных условиях в рамках постановления Правительства РФ №708 от 16.07.2015. Упрощённо, условиями СПИК гарантируются инвестиции автопроизводителя в обмен на поддержку государства.

Итак, в рамках СПИК Volkswagen планирует увеличить локализацию моделей Polo, Tiguan, Skoda Rapid, Octavia и Kodiaq, которые уже выпускаются в РФ. Планируется начать выпуск модели Volkswagen Tarek. Также будет налажен выпуск турбомоторов 1.4 TSI. При этом в России планируется закупать коленчатые валы, блоки цилиндров и головки блока. Будет локализовано производство коробок передач и электронных систем управления.



Денис Мантуров
министр промышленности и торговли РФ
«СПИК скорее следующий этап для тех автопроизводителей, которые закрепились на нашем рынке и заинтересованы в развитии своих производств».

GM-АвтоВАЗ в рамках СПИК планирует обновление модели Chevrolet Niva.

В СПИК для Автотора включены модернизация производства с сокращением объёмов крупноузловой сборки, а также организация выпуска новых моделей легковых и малотоннажных коммерческих автомобилей KIA, Hyundai, Genesis, Ford и BMW.

PCMA (Peugeot Citroen Mitsubishi Automobiles) заключил СПИК от имени французских брендов. Mitsubishi входит в периметр СПИК АвтоВАЗа, который был заключён в начале года. А PSA по условиям СПИК планирует выпуск моделей Opel Zafira Life и Opel Vivaro с перспективой запуска полноприводных Peugeot Expert/Traveller и Citroen Jumpy/SpaceTourer. Кроме того, PSA будет локализовать производство двигателей, которые будут в том числе экспортироваться.

В рамках СПИК Volvo Trucks (ООО «Вольво Восток») планирует локализацию производства АКПП, а общий объём инвестиций автопроизводителя по специнвестконтракту должен составить 9 млрд руб. ai

Китайские производители стремятся сбыть излишки продукции, накопившиеся за время торговой войны с США, что благоприятно для закупщиков, ищущих выгодные сделки. Кроме того, ряд концернов, таких как Hangzhou Zhongce Rubber, Linglong, Double Coin, наладили производство за пределами Китая и вывели свою продукцию из-под санкций

Азиатские шины дешевеют из-за торговой войны

Противостояние Китая и США в конечном итоге принесло выгоду закупщикам из других стран. Об этом говорят организаторы 17-й ежегодной выставки China International Tire Expo (CITEXPO), которая состоится 19–21 августа 2019 года в выставочном комплексе Shanghai World Expo Exhibition and Convention Center.

«В условиях неопределенности, вызванной торговой войной, дилеры со всего мира обязательно должны прийти на выставку в этом году, чтобы глубже изучить свежайшую информацию, возможное влияние на ваш бизнес и договориться о новых условиях», — говорит Сэм Лай, менеджер по международному маркетингу компании Reliable International Exhibition Services, организатора CITEXPO.

Россияне привыкли настораживаться, когда кто-то говорит о «новых условиях». Но в данном случае речь идёт о хороших новостях: «Китайские производители стремятся сбыть излишки продукции, накопившиеся за время торговой войны, — объясняет Лай. — Поэтому покупатели из стран, где нет таможенных барьеров против Китая, смогут договориться о более выгодных условиях».

Несмотря на неприятности китайских производителей в США, международная China International Tire Expo набирает обороты. Открытое только профессионалам мероприятие посвящено шинам, колесам и сопутствующему оборудованию. Около 360 экспонентов встретятся в этом году с 12 тысячами закупщиков и специалистов. Немало стендов масштабной экспозиции организованы поставщиками качественных шин, колёс и аксессуаров, которых невозможно увидеть на других мероприятиях.

«Наша выставка становится одной из самых посещаемых в мировой шинной индустрии не только потому, что она проводится в Китае, на крупнейшем производственном и потребительском шинном рынке, — считает Сэм Лай. — Но и потому, что покупатели по уровню и количеству превосходят ожидания экспонентов. Около 50% из них приехали из более чем сотни других стран, поэтому экспоненты могут работать не только внутри Китая, но и на экспорт, особенно на развивающиеся рынки, такие как Юго-Восточная Азия, Восточная Европа, Ближний Восток и Африка».

«У нас представлены также некитайские производители и поставщики, которые могут предоставить в качестве замены товары из других стран», — отмечает менеджер CITEXPO. Среди иностранных экспонентов будут, в частности, международные шинные дистрибьюторы Franco Gomme, TMA International Tyres, Victory International Company и Duxtera, производители шин TOMKET, IRIS, Saffiro и Marshilona, а также производитель шиномонтажного оборудования Avery Dennison.

Чтобы узнать больше или зарегистрироваться, посетите официальный сайт CITEXPO: www.citexpo.com.cn

Текст: Олег Брянский

Дело Петрова

Бизнес-сообщество в России пережило неприятное удивление: 27 июня в отношении основателя компании «Рольф» Сергея Петрова и ряда других топ-менеджеров компании российский Следственный комитет возбудил уголовное дело.

В пояснении СК РФ говорится: «Дело возбуждено по признакам преступления, предусмотренного частью 3 статьи 193.1 УК РФ по факту совершения валютных операций по переводу денежных средств в особо крупном размере на банковский счёт нерезидента с представлением кредитной организации заведомо подложных документов».

По версии следствия, в 2014 году Петров вступил в сговор с руководителями «Рольфа» и кипрской компании Panabel Limited (владельцем которой является тот же Петров). Подозреваемые предположительно завысили стоимость акций ещё одной компании «Рольф Эстейт» до 4,2 млрд рублей. Затем приобрели их у своей кипрской компании, деньги вывели за границу России. Проще говоря, якобы топ-менеджеры «Рольф» покупали акции у самих себя, а деньги выводили за рубеж.

Это деяние, если оно было, конечно, нарушает часть 3 статьи 193.1 УК РФ. По данным следствия, 99% акций «Рольф Эстейт» стоят в действительности 200 млн руб. Петров все обвинения отрицает и говорит, что все транзакции были проведены в рамках реструктуризации.

Однако, сам факт именно описанной сделки Петров не отрицает, как и возможные нарушения, которые были во время её проведения. В одном из интервью он, в частности, заявил: «Сделка была, безусловно. Просто, возможно, тут неряшливость или следствия, или наша — надо смотреть. Они сейчас говорят: мы не подтверждаем, что эта сделка была легализована. Но «Рольф» тогда был акционерным обществом, вёл реестр, отдал какой-то там реестровой фирме — надо с неё запросить. Мы запросили, сейчас выясняем, почему там не отражено. Это могло быть не отражено — по крайней мере, это ничего не доказывает. Сделка была реальная, оценка была реальная — независимый оценщик делал такую...».

Также у Петрова нет прямых претензий к действиям правоохранительных органов по сути, он выражает недовольство только тем, как они действовали: «Вместо того чтобы спросить, была ли независимая оценка... устраивают эти дорогостоящие оперативные мероприятия. Они задействовали, наверное, два полка!», посетовал он на действия полиции.

Петров попал в поле зрения полиции не один, по делу проходят также бывший гендиректор компании Татьяна Луковецкая, директор департамента развития бизнеса Анатолий Кайро и гендиректор кипрской Panabel Limited Г. Кафкалия.

Политики не видно

В первые же минуты появления новости об обыске в компании «Рольф» в СМИ начали тиражироваться другие версии пристального интереса полиции к Петрову, которые поначалу осторожно не отрицал и сам Петров.

В частности, он пояснил, на чём вообще основан интерес силовиков к «Рольфу». В ряде интервью он говорит, что в 2015–2016 годах

его телефон был «на прослушке» в ФСБ. Информация, полученная таким путём, и была основой для действий полиции.

Но Петров говорит, что это была не экономическая информация, а в большей степени политическая, «разговоры в кафе с оппозиционерами», во время которых он говорил о том, что собирается выводить деньги из России. Тем самым Петров намекнул, что дело против него носит политический оттенок.

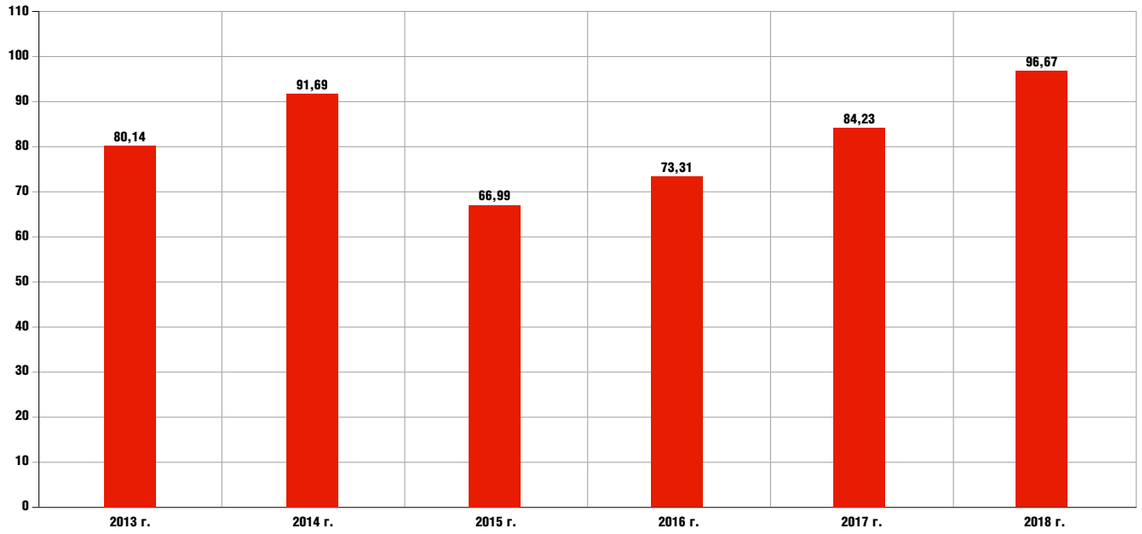
В различных интервью он повторял это несколько раз: «Возможно, есть политическая ревность, собственное мнение иметь не сметь...», «...это может быть моя независимая позиция, но это всегда было...», при этом Петров не настаивал на политической версии, предлагая ещё одну версию: «А может быть, какое-то желание рейдерства, потому что поступали предложения продать за полцены (компанию «Рольф»)». Или обе эти версии могут быть верны — рейдерство, поводом для которого послужила оппозиционная политическая позиция Петрова.

Но в других интервью Петров не так уверен: «Это может быть рейдерский захват, но это очень-очень маловероятно», «(причина) полуполитическая, потому что не было приказа Путина разорить фирму, иначе они бы давно это сделали...».

Политическую версию с лёгкостью подхватили СМИ, которые считаются в России оппозиционными, а также социальные сети. Но, если размышлять логически, то версия о предположительной оппозиционной деятельности как причине для возбуждения дела, выглядит натянутой.

Петров действительно был радикальным оппозиционером, но не в современной России, а ещё в советское время. За эту деятельность в 1982 году Петров был уволен из

Динамика продаж компании «Рольф», тыс. ед.



ВВС в звании майора и исключён из КПСС. Компанию «Рольф» он создал в 1991 году. После этого Петров строил очень большой бизнес по продаже автомобилей и никакой политической деятельности, по крайней мере, заметной, он не вёл. Торговля автомобилями к политике имеет очень отдалённое отношение, в конце-концов, всем нужны машины — и либералам и консерваторам.

Затем, в 2007 году, Петров стал депутатом Государственной Думы от политической партии «Справедливая Россия» и был членом Комитета по бюджету и налогам. Снова был избран депутатом от СР в 2011 году. СР — не оппозиционная партия. Во время своей работы в Думе Петров ничем особенным не запомнился, редко выступал, в целом поддерживал законы, принимаемые парламентом.

Оппозиционность Петрова в современной России связывается с такими фактами: он воздержался при голосовании по Крыму в 2015 году, голосовал против «закона Димы Яковлева» о запрете на усыновление российских детей американцами и против «закона Яровой». И иногда в печати критиковал современную структуру власти, а также, по собственным утверждениям, оплачивал сцену для выступлений на Болотной во время массовых выступлений. Собственно, это вся оппозиционная деятельность.

Если бы такого рода деятельность хоть как-то впечатлила власти, то она была бы уже использована в качестве причины наказать «оппозиционера». В своих пояснениях Петров сам настаивает на том, что политикой он не занимается после того, как в 2016 году покинул Госдуму.

В соцсетях также муссировалась информация о том, что Петров якобы поддерживал деятельность Алексея Навального, чем и вызвал гнев властей. Но Петров опроверг это, в одном из выступлений по поводу дела против него прямо заявив, что Навального он не финансировал.

Что касается рейдерской версии, то и она сомнительна. Авторынок не в лучшем состоянии, поддерживать и тем более развивать гигантскую дилерскую корпорацию на таком рынке очень сложно, о чём также сказал Петров.

Так что на сегодняшний день вразумительными ни политическая ни рейдерская версия не выглядят. Логичной как раз выглядит, к сожалению, только одна версия — официальная, но это, конечно, не значит, что она истинная, нужно дождаться окончания следствия. Или каких-то других событий, на которые всегда богаты такого рода дела в России.

Что дальше

На сегодняшний день Сергей Петров на свободе и за границей, также, как экс-гендиректор Татьяна Луковецкая. Петров уже заявил, что в Россию возвращаться не собирается. Меньше повезло Анатолию Кайро, Басманный суд Москвы отправил его под домашний арест.

На днях акционеры «Рольфа» собираются на Кипре, очевидно, чтобы разобрать вопросы о дальнейшей судьбе компании. Известно, что на собрании будут обсуждаться вопросы о прекращении полномочий членов совета директоров и другие проблемы этого органа управления.

Самый интересный вопрос — будет ли сохранена компания после вмешательства властей, и если нет, то что будет после. «Рольф» один из безусловных лидеров российского автомобильного ритейла. Хотя сейчас такое состояние авторынка, что уход даже очень крупного игрока к тектоническим переменам не приведёт.

Сергей Петров и его роль в истории «Рольф»

В 1991 г. основана компания «Рольф». Основное направление — сотрудничество с Mitsubishi. Петрову удалось заручиться доверием японской компании и бизнес удачно стартовал на кредиты Mitsubishi.

В 1992 году «Рольф» продала 109 автомобилей, в 1994 году уже 1012. С 1998 года «Рольф» — эксклюзивный дистрибьютор Mitsubishi в Европейской части России, с 2003 году по всей территории России.

В 2001 году «Рольф» начала сотрудничать с Hyundai, специально для продвижения корейского бренда была создана компания «Карнэт-2000», в 2007 году Hyundai было создано совместное предприятие «Hyundai Motor СНГ».

В 2004 году «Рольф» открыла дочернюю компанию «Рольф Импорт» исключительно для импорта автомобилей Mitsubishi.

В 2004 году Сергей Петров ушёл с поста президента «Рольф», с 2006 года в деятельности компании не участвовал до 2018 года.
Из значимых событий, которые произошли в компании за время «без Петрова», следует отметить следующие:

• В 2007 году «Рольф» открыл подразделение по продаже подержанных автомобилей.
• В 2009 году Mitsubishi выкупила 40% акций «Рольф Импорт», затем выкупила и контрольную долю и в 2013 году переименовала компанию в «ММС Рус».
• В 2012 году контрольный пакет логистического подразделения Rolf SCS был продан группе NYK Group входящей в структуру Mitsubishi Group.
• В 2016 году компания «Рольф» стала крупнейшим дилером следующих брендов в России: Hyundai, Ford, Skoda, Mitsubishi, Mazda, Jaguar, Land Rover, Chrysler и Jeep, Alfa Romeo.

Но с 2014 г. на российский авторынок пришел кризис и хотя сначала компания «Рольф» успешно сопротивлялась ему, всё же к 2017 г. кризис добрался и до неё. В этой ситуации Сергей Петров вынужден был вернуться к управлению компанией и в мае 2018 г. он возглавил совет директоров. Возвращение Петрова совпало по времени с оживлением авторынка, которое, кажется, завершилось в текущем году.

Убийцы голограмм

Эксцентриковые полировальные машины WiederKraft

Устали бороться с голограммами? Стремитесь улучшить скорость и качество полировки, повысить удовлетворённость клиентов? Пригласите в свою команду эксцентриковые полировальные машины WDK-Stinger15 и WDK-Stinger21 компании WiederKraft!

Полировальные машины WDK-Stinger15 и WDK-Stinger21 — это настоящие убийцы голограмм! Они позволяют быстро и с высочайшим качеством выполнять финишную полировку, избавляя от необходимости использовать пасты, скрывающие дефекты обработки лакокрасочного покрытия.

Так называемые «голограммы» — радужные, переливающиеся на солнце разводы в виде концентрических кругов и эллипсов — на самом деле представляют собой мельчайшие круговые риски (царапины), оставляемые вращающимся полировальным диском. Для клиента голограммы — однозначный признак халатности работы мастера.

Избавиться от этого дефекта не так просто. Автосервисы применяют для борьбы с голограммами различные средства — например, специальные антиголограммные пасты. Однако работа с такими составами требует от автомастера опыта и высокой квалификации, да и стоят они недёшево. Менее добросовестные мастера наносят на кузов толстый слой пасты, скрывающий дефекты полировки. Увы, после двух-трёх моек голограммы снова проявятся, вызвав разочарование клиента. Когда машине снова потребуется кузовной ремонт или полировка, он, скорее всего, выберет другой автосервис.

По-настоящему эффективным лекарством от голограмм является использование эксцентриковых полировальных машин. В отличие от ротационных машин, которые обеспечивают только круговые (осевые) движения полирующего диска — что, по сути, и ведёт к образованию голограмм, — машины с эксцентриковым механизмом придают диску еще и орбитальное движение. Совмещение круговых и возвратно-поступательных движений полирующего диска полностью исключает риск образования голограмм.

В число лучших моделей эксцентриковых полировальных машин, представленных сегодня на российском рынке, входят WDK-Stinger21 и WDK-Stinger15, производимые компанией WiederKraft. Эти полировальные машины нового поколения обеспечивают высочайшее качество финишной обработки поверхности за один проход. Модель WDK-Stinger21 с ходом эксцентрика 21 мм отлично подходит для обработки больших поверхностей; WDK-Stinger15 с ходом 15 мм оптимальна для работы на изогнутых поверхностях.

Вращательно-орбитальные движения и продуманная вентиляция данных машин позволяют избежать перегрева обрабатываемой поверхности даже при интенсивной работе. С их помощью можно выполнить обработку поверхности быстрее и за меньшее количество проходов, по сравнению с большинством представленных на рынке ротор-орбитальных полировальных машин.

Рабочая скорость WDK-Stinger21 регулируется в диапазоне от 2000 до 4500 оборотов в минуту. Плавный старт предотвращает разбрызгивание полироли, а встроенный датчик нагрузки обеспечивает постоянную скорость вращения при изменении усилия.

WDK-Stinger21 и WDK-Stinger15 облегчают работу мастера благодаря малому весу, низкому уровню вибрации и шума, простому и удобному управлению.

Приобрести данные полировальные машины, узнать о скидках и акциях и оформить доставку в любой регион вы можете на официальном сайте компании WiederKraft — www.wiederkraft.ru

ГРМ

Защитить систему и умень шить расходы

Дебаты продолжаются: стоит ли менять водяной насос одновременно с заменой ремня ГРМ? Continental знает ответ

Концерн Continental предлагает автолюбителям продукт, позволяющий снизить пиковые нагрузки на газораспределительный механизм. Но если пришло время менять ремень ГРМ, ведущий германский производитель шин и компонентов рекомендует всегда делать это одновременно с заменой водяного насоса.

Муфта свободного хода

Обгонная муфта генератора может компенсировать пиковые нагрузки в приводе. Она встречается во всех обычных двигателях внутреннего сгорания. Ведь такие двигатели не работают непрерывно, режим их работы постоянно изменяется.

Для ГРМ такие пиковые нагрузки, разумеется, вредны. Решение: обгонный шкив генератора.

Он прерывает, разъединяет генератор и весь остальной привод, как только скорость вращения генератора превышает скорость вращения остальных компонентов. Поэтому ремень вращается свободно. Вал генератора может вращаться быстрее шкива, что также позволяет резко снижать обороты двигателя в случае внезапного изменения нагрузки.

Существует ряд преимуществ:

- плавный ход;
- уменьшение пиковых нагрузок;
- меньше проскальзывание ремня;
- более длительный срок службы ремня и натяжителя.

Установить обгонный шкив генератора легче с комплектом инструментов OAP.

Набор из 12 инструментов сделан в Германии из качественной инструментальной стали. Размеры головок ключей были подобраны таким образом, чтобы они подходили ко всем стандартным генераторам. Дополнительная информация доступна в Центре информации о продукции (PIC).

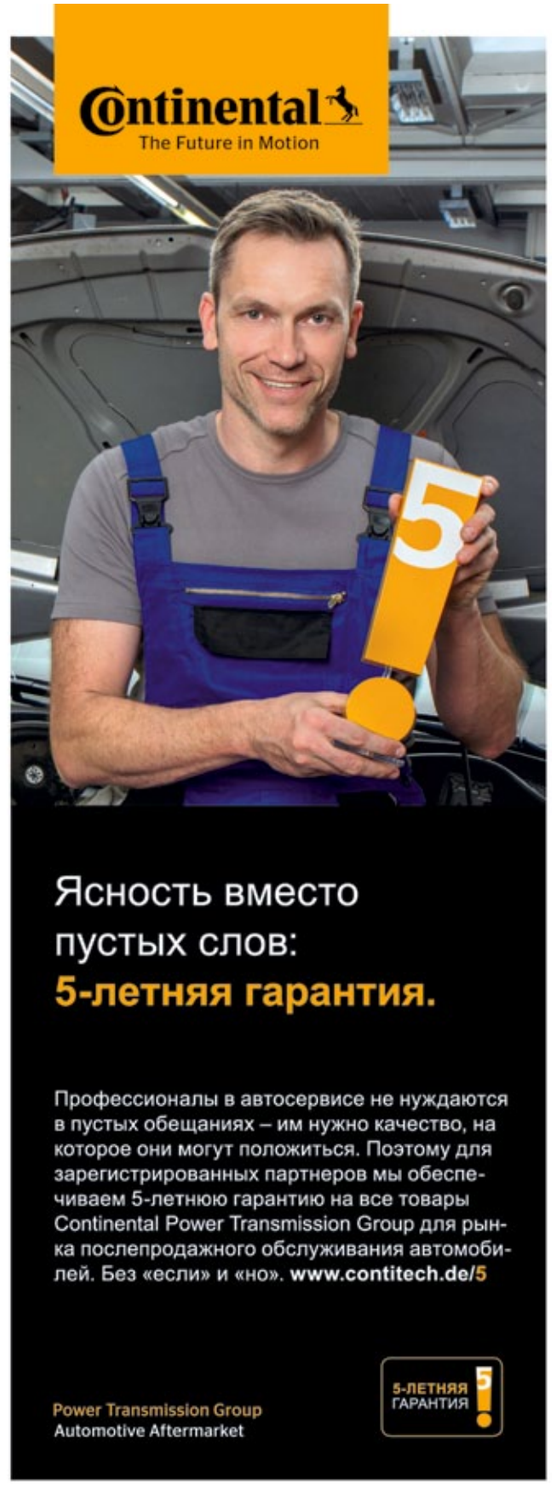
Готов ко всему: 50 новых комплектов ГРМ + водяной насос

Дебаты продолжаются: стоит ли менять водяной насос одновременно с заменой ремня ГРМ? Continental знает ответ: всегда меняйте водяной насос одновременно с заменой ремня ГРМ. Почему?

Замена ремня ГРМ требует много времени, поэтому было бы безответственно по отношению к клиенту не менять при этом прочие изнашиваемые детали. В противном случае поломка или возникновение течи водяного насоса потребует повторной разборки привода, что естественно приведёт к дополнительным расходам.

В 2019 году Continental расширяет свой ассортимент и добавляет ремкомплекты ремней ГРМ с водяным насосом. Поэтому с наборами Continental легко произвести замену за один раз. «Мы добавили в ассортимент 50 новых комплектов, — рассказывает руководитель производственного направления Адриан Ротшильд. Например, — у нас появились комплекты для Honda, Lada и Chevrolet. Мы не только разрабатываем наши продукты для общих ремонтных работ, но и закрываем довольно узкие ниши. В конечном итоге, мы хотим предложить СТО готовое решение для всех марок и моделей автомобилей».

Continental даёт 5-летнюю гарантию на новые изделия для зарегистрированных СТО. Линейка продукции постоянно расширяется. Все текущие предложения и ссылки можно найти онлайн в Центре информации о продукции (PIC).



Текст: Василий Пражек

Новые правила рос сийского автопрома

По всей видимости, правила поддержки автопрома на этот год окончательно утверждены. Им предшествовала затяжная схватка ведомств, которую автопроизводители наблюдали со скепсисом. Насколько эта программа эффективна и всем ли она понравилось узнаем совсем скоро.

После длительных консультаций и расчётов, к марту 2019 года Минпромторг пришёл к решению о значительном ужесточении правил локализации автоконцернов, от которых зависит формат поддержки автопроизводителей в России.

Изначально Минпромторг предлагал поставить госпомощь в зависимость от обязательных операций, которые должны были взять на себя автоконцерны. Позднее, на основе концепции Минэкономики и при активном участии вице-премьера Дмитрия Козака, автоконцернам был предложен свободный выбор автокомпонентов, которые нужно было локализовать.

Но с доработками Минпромторга правила доступа получились всё равно трудными для выполнения. Перечень компонентов для локализации предлагался огромный, больше 7 тыс. наименований. Но теперь нужно было набрать также и огромное количество баллов, чтобы получить господдержку по экспорту — 2 тыс. баллов, по льготным автокредитам, лизингу, госзакупкам — 6 тыс. баллов, к компенсации 50% пошлин на автокомпоненты от 4 тыс. до 6 тыс. баллов и так далее.

Предложенная система баллов вызвала негативные отзывы автопроизводителей, которые подсчитали, что самые продвинутые из них отечественные предприятия — и те с трудом могут набрать хотя бы 6 тыс. баллов в целом, остальные вряд ли выберутся за пределы 2 тыс. баллов. Оценки автопроизводителей были учтены и документ о господдержке был отправлен на доработку.

Отрицательное заключение

В мае Минэкономики дало отрицательное заключение на очередной проект новых правил доступа автопроизводителей к господдержке. В министерстве решили, что правила слишком суровы и по отношению к крупным концернам и по отношению к небольшим предприятиям.

В качестве решения проблемы предлагалось предоставить доступ к помощи менее локализованным автопроизводителям в рамках альянсов. Кроме того, в министерстве решили, что требования по производству комплектующих завышены, в рамках предлагаемой программы помощи. Получить господдержку можно либо определив автокомпоненты, которые должен будет производить конкретный автопроизводитель в альянсе, либо предоставив предприятиям в альянсе самим решать, как выполнять правила.

Кроме того, предлагается дифференцировать требования к автопроизводителям, исходя из логичного заключения о том, что небольшие производства требуют большего срока окупаемости, чем гиганты,

а «уравниловка» в этом направлении ведёт только к росту стоимости автомобилей.

Либеральная позиция Минэкономики определяется, видимо, тем, что авторынок России завершил двухгодичный период роста и снова падает. И те требования, которые выдвигались к предприятиям на подъёме, естественно, оказались сейчас завышенными. При этом автоконцерны не ожидают возобновления роста до конца года.

Кроме того, в Минэкономики намекнули на не вполне пока ясную идею выработать критерии отнесения продукции к премиальному сегменту, это почему-то должно упростить требования к их производству. Окончательная формулировка этой идеи намечена на осень текущего года, хотя автопроизводители относятся к ней с сомнением.

№661

Правительство утвердило новый порядок доступа автоконцернов к господдержке в конце мая. Балльная система утверждена постановлением №661 от 25 мая. СПИК по новым правилам концерны должны подписать до 1 июля, чтобы получить доступ к промышленным субсидиям.

По новым правилам СПИК, автопроизводители должны набрать не менее 7 тыс. баллов по различным операциям (в том числе по обязательствам выполнения операций) для 90% производимых автомобилей, в каждый год действия СПИК.

Перечень компонентов для подключения к программе поддержки определяют сами автопроизводители, но концерны по-прежнему считают, что требования по баллам завышены. Но, в целом, можно сказать, что программа поддержки одобрена концернами.

Из всех видов господдержки автопроизводители быстрее всего могут получить такой вид господдержки, как корпоративные программы повышения конкурентоспособности. Эти программы обеспечат доступ к экспортным субсидиям. Для этого автопроизводителям требуется набрать 900 баллов в текущем году, 1,2 тыс. баллов в 2022 году, 1,4 тыс. баллов с 2025 года.

Борьба за баллы

Не успели просохнуть чернила на новых правилах, как произошло то, о чём можно было догадаться ещё на стадии обсуждения формата господдержки — производители начали ревностно наблюдать, кто какие баллы получит и на каких условиях.

По итогам совещания с участием представителей Минэкономразвития и Минпромторга калужский автозавод Volvo Trucks претендует на особые условия в системе допуска к мерам господдержки.

От автопроизводителя требуется набирать баллы в том случае, если он займёт на рынке 15%-ю долю. Логика в этом есть: нельзя требовать от компаний, занимающих менее 10% на рынке, соблюдения тех же требований, что и для компаний-лидеров.

Однако, именно у компании-лидера условия для Volvo Trucks вызвали возмущение. КамАЗ посчитал, что особые «необоснованные» преференции для Volvo Trucks нарушают конкурентную среду на рынке.

Чтобы соблюдался справедливый подход к распределению преференций, КамАЗ предложил включать представителя Объединения автопроизводителей России в межведомственную комиссию по заключению СПИК. КамАЗ входит в ОАР, но это, вероятно, не имеет особого значения, так как предполагается, что представитель будет иметь право только совещательного голоса.

По условиям СПИК, Volvo Trucks должен будет выполнять операции которые предлагались автопроизводителям в списке обязательных по состоянию на 1 марта 2019 года. Также Volvo Trucks будет обязан организовать в России производство автоматических коробок передач для тяжёлых грузовиков, в количестве, которого хватит на оснащение 90% производимых в Калуге автомобилей.

Можно быть уверенным, что автопроизводители и дальше будут внимательно наблюдать друг за другом и требовать уравнивания условий, а, с другой стороны, изыскивать средства для того, чтобы получить преференции по сравнению с другими. ai

Правила господдержки утверждены. СПИК по новым правилам автопроизводители должны подписать до 1 июля

Вьетнамский рынок:
новые возможности и перспективы

Российско-вьетнамские отношения продолжают активно развиваться. Легче назвать отрасли, в которых две страны между собой не взаимодействуют. Подтверждение тому — совместные мероприятия в самых разных сферах деятельности.

Осенью в Ханое пройдет Третья международная промышленная выставка «Expo-Russia Vietnam 2019», посвященная перекрестному году России и Вьетнама. В рамках выставки состоится также Российско-вьетнамский межрегиональный бизнес-форум. Ожидается, что в мероприятиях, организованных ОАО «Зарубеж-Экспо», примут участие члены Кабинета министров, руководители субъектов России и Вьетнама, руководители муниципальных образований, представители деловых кругов, а также аккредитованные в СРВ члены дипкорпуса.

Выставка проводится с целью содействия дальнейшему развитию торгово-экономических связей между Россией и Вьетнамом, диверсификации форм и направлений экономического сотрудничества, расширения сотрудничества в социально-гуманитарной сфере, а также продвижения экспортной продукции российских предприятий и организаций на рынки Юго-Восточной Азии.

В составе российской экспозиции будет представлена экспортно-ориентированная инновационная продукция и услуги, перспективные разработки предприятий, вузов и научных организаций, инвестиционные проекты регионов. Состоятся презентации новейших разработок в энергетике, машиностроении, агропромышленном комплексе, транспорте, телекоммуникациях и связи, горнодобывающей промышленности, химической промышленности, медицине и фармацевтике и других высокотехнологичных отраслях. Отдельным блоком будет представлена экспозиция российских компаний и организаций — экспонентов, участников национального стенда Российской Федерации, представляющих инновационные разработки в разных отраслях промышленности под брендом «Сделано в России».

Важнейшим компонентом партнёрства России и Вьетнама является торгово-экономическое сотрудничество. Основная доля российского экспорта в СРВ сегодня приходится на машины и оборудование, продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё, минеральные ресурсы, продукцию химической промышленности. Из Вьетнама Россия импортирует в основном электронную технику, а также продовольствие, текстиль и изделия из него.

В последние годы Вьетнамская народная армия активно закупает новые автомобили КАМАЗ различных модификаций. Вот и сейчас Вьетнам готовится принять 120 автомобилей КАМАЗ 6520 Люкс. В рамках протокола о поддержке производства моторных транспортных средств во Вьетнаме налаживается крупноузловая сборка автотехники с участием ведущих российских производителей — КамАЗ, «Группы ГАЗ», «Соллерс». Безусловно, страна входит в группу государств, перспективных для российских поставщиков автокомпонентов.

22 мая в Москве в рамках российско-вьетнамского делового форума у бизнесменов из России и Китая уже была возможность ознакомиться с деловым и инвестиционным климатом Вьетнама, установить новые контакты. Тогда в состав вьетнамской делегации вошли представители профильных министерств и порядка 30 компаний из различных отраслей промышленности, включая IT и телекоммуникации, ТЭК, строительство, лёгкую промышленность, сельское хозяйство и других.

2019 ГОД — ГОД РОССИИ ВО ВЬЕТНАМЕ И ГОД ВЬЕТНАМА В РОССИИ

E X P O

RUSSIAN EXPORT CENTER
EXIAR
EXIMBANK OF RUSSIA

Made in Russia

EXPO-RUSSIA VIETNAM

EXPO-RUSSIA

3-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ВЫСТАВКА

EXPO-RUSSIA VIETNAM

14–16 НОЯБРЯ
ХАНОЙ, СОЦИАЛИСТИЧЕСКАЯ РЕСПУБЛИКА ВЬЕТНАМ

РОССИЙСКО-ВЬЕТНАМСКИЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ БИЗНЕС-ФОРУМ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ ПРАВИТЕЛЬСТВ ДВУХ СТРАН

R U S S I A

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ

- Энергетика
- Машиностроение и металлургия
- Транспорт
- Телекоммуникации и связи
- Горнодобывающая промышленность
- Химическая промышленность
- Медицина и фармацевтика
- Геология
- Сельское хозяйство и пищевая промышленность
- Строительство
- Образование
- Высокотехнологичные и инновационные отрасли

Отдельным блоком на выставке представлены: агропромышленный комплекс, сельскохозяйственная техника, товары народного потребления.

ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

- Российско-Вьетнамский межрегиональный бизнес-форум
- биржа контактов
- круглые столы совместно с отраслевыми министерствами

V I E T N A M

WWW.ZARUBEZHEXPO.RU
facebook.com/zarubezhexpo
instagram.com/zarubezh.expo
#ExpoRussiaVietnam

ОРГКОМИТЕТ: ОАО «ЗАРУБЕЖ-ЭКСПО»
+7 (495) 721-32-36 | info@zarubezhexpo.ru
119034, Москва, ул. Пречистенка, 10

Рынок моторных масел для грузовиков

высокие потребности, низкие темпы роста

Текст: Алексей Морозов

Ведущий эксперт АА «АВТОСТАТ», кандидат технических наук, Виктор Пушкарев, рассказывает об особенностях российского рынка моторных масел для грузовых автомобилей, о том какие факторы на него влияют и как на нём отразился кризис автомобильной отрасли.

Каковы характерные особенности российского рынка моторных масел для грузовых автомобилей?

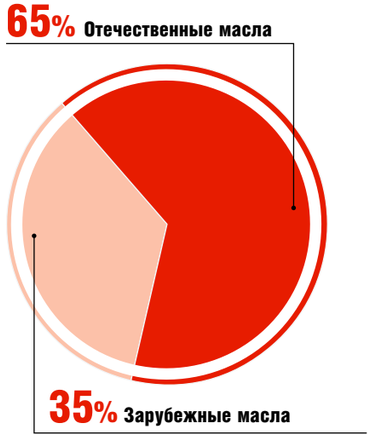
Среди основных характерных особенностей рынка можно выделить следующие:

- потребность в широком ассортименте моторных масел, обеспечивающем специфику российских условий эксплуатации автомобилей (многообразие географических и климатических зон, состояние дорог, качество топлива и т.д.);
- большой объём потребления моторных масел, соответствующих устаревшим требованиям (ГОСТ);
- доминирование крупных отечественных производителей масел, таких как Лукойл, Газпромнефть, Роснефть и др;
- низкие темпы роста и развития рынка.

Какие факторы в наибольшей степени определяют динамику потребления масла грузовыми автомобилями в России: до кризиса на авторынке и в настоящее время?

Динамика потребления моторных масел грузовыми автомобилями, прежде всего, зависит от динамики численности парка и интенсивности его эксплуатации. В свою очередь, оба этих фактора зависят от состояния экономики и активности бизнеса. Например, в 2015 году грузооборот автомобильного транспорта упал с 247 до 233 млрд т-км, что свидетельствовало о снижении интенсивности эксплуатации. Но уже в 2017 году этот показатель вырос до 250,9 млрд т-км, т.е. превзошёл докризисный уровень. А вот рост численности парка удручает: последние годы он не превышает долей процента.

Рыночная доля отечественных масел на российском рынке, %



Какие виды грузовых автомобилей потребляют масла больше всего в настоящее время?

Наибольшие объёмы моторных масел, закономерно, потребляют седельные тягачи и самосвалы.

Как повлиял кризис на объём потребления масел и виды потребляемого масла грузовыми автомобилями?

Как уже говорилось выше, в период кризиса наблюдалось заметное снижение грузоперевозок, что, вероятно, приводило к снижению потребления моторных масел, однако сложно оценить это в цифрах. Возможно, снижение составляло несколько процентов по рынку.

Известно, что многие потребители под влиянием кризиса корректировали и оптимизировали свои портфели смазочных материалов. Однако переход на более дешёвые масла, в том числе с синтетического типа на полусинтетический, как правило, основан на строгом соблюдении рекомендаций автопроизводителей по вязкости и стандартам качества или допускам. Причём существуют условия эксплуатации, когда нельзя заменить один тип масла другим. Например, при температурах ниже минус 20 градусов можно использовать только синтетическое масло.

Справка

Напомним, по данным АА «АВТОСТАТ», на 1 января 2019 года парк грузовых автомобилей в России достиг 3,76 млн ед. До 40% автопарка нуждаются в объёмах заливки от 20 до 35 литров моторного масла. Кроме того, отмечается востребованность масел, соответствующих устаревшим стандартам качества. Большой объём потребления связан с тем, что в российском парке грузовиков много автомобилей еще советского производства. Активный парк грузовиков с бензиновыми двигателями порядка 670 тысяч, активный парк грузовиков с дизельными двигателями порядка 600 тысяч.

Насколько результативным является импортозамещение на рассматриваемом рынке?

Поскольку, по нашим расчётам, рыночная доля отечественных моторных масел сейчас составляет не менее 65%, то обсуждение вопроса импортозамещения выглядит не очень актуальным. Хотя, в отдельных случаях, этот процесс имеет место. Например, при замене сильно подорожавшего импортно-

Доля грузовых автомобилей, соответствующих высоким экологическим стандартам в объёме активного парка грузовиков, %

го синтетического масла на менее дорогую отечественную «синтетику», имеющую допуски известных автопроизводителей.

Какова динамика потребления масла высоких стандартов экологичности в 2018 году?

Стоит подчеркнуть, что динамика потребления таких масел связана с объёмом продаж новых автомобилей, соответствующих нормам экологичности Евро-5 и Евро-6. Так, в 2018 году было продано 82,3 тыс. новых грузовиков, уровень экологичности которых теоретически не должен быть ниже Евро-5.

Эти автомобили составили около 2% от зарегистрированного парка или 3% от активно эксплуатируемого парка. Эти цифры показывают темп обновления парка и по ним можно очень приближённо оценивать динамику потребления масел «высоких стандартов». Реальными и точными данными располагают производители и дистрибьюторы масел, но эта информация является коммерческой тайной.

Поставщики масел для грузовых автомобилей на российском рынке: изменилась ли структура рынка в 2018 году и как именно? Насколько структура рынка устойчива, возможно ли появление новых игроков?

По мнениям самих участников рынка моторных масел его структура является сформированной и очень устойчивой, а происходящая конкурентная борьба между ведущими производителями идёт за отдельные проценты долей рынка. Появление новых игроков возможно лишь в том небольшом сегменте, где сосредоточено несколько десятков брендов с малыми объёмами продаж.

Насколько велика доля контрафакта на рассматриваемом рынке?

Такие оценки отсутствуют. Однако, можно предположить, что эта доля существенно ниже, чем на рынке моторных масел для легковых автомобилей. Основание для этого в том, что дилерские и независимые СТО работают с дистрибьюторами масел по долгосрочным договорам прямых поставок.

Какой канал продаж масел для грузовых автомобилей можно назвать основным в настоящее время?

Основными каналами продаж, по нашей оценке, являются независимые грузовые автосервисы и сервисные центры официальных дилеров.

Какие направления технического прогресса в наибольшей степени повлияют на рынок масел для грузовых автомобилей в близкой и среднесрочной перспективе?

Эти направления хорошо известны:

- повышение экономичности автомобилей;
- увеличение ресурса двигателей;
- улучшение экологических характеристик транспорта. ai

Шестой раунд: Дерипаска vs OFAC

Олег Дерипаска, владелец корпорации «Базовый элемент», в машиностроительное направление которой входит «Группа ГАЗ», продолжает затяжную борьбу с Управлением по контролю над иностранными активами (OFAC) Минфина США по поводу санкций.

Напомним, Управление по контролю за иностранными активами (OFAC) Министерства финансов США 6 апреля 2018 года внесло «Группу ГАЗ» в санкционный список, вместе с Олегом Дерипаской и другими его компаниями.

22 мая того же года OFAC предложил Дерипаске отказаться от контроля над «Группой ГАЗ» и продлил срок завершения контрактов с «Группой ГАЗ» и подконтрольными ей компаниями до 23 октября 2018 года.

Затем дата вступления санкций в силу была перенесена на 12 декабря 2018 года, потом на 21 января 2019 года, далее на 7 марта 2019 года.

В марте Дерипаска в отчаянии атаковал Минфин США, подав иск против него и его главы Стивена Мнучина, OFAC и его руководителя Андреа Гацки, пожаловавшись на неправомерность внесения Дерипаски в санкционный список.

Предприниматель утверждал, что США действует предвзято, на основе неподтвержденной информации. Американские санкции привели просто к ужасающим для миллиардера результатам, а именно к «полному уничтожению богатства и репутации Дерипаски и лишили его средств к существованию», — так говорилось в иске.

В апреле Дерипаска решил призвать на помощь социальные сети, запустив хэштэг #SaveGAZ и написав на своей странице в Instagram:

«Когда-то ГАЗ был символом делового сотрудничества России и США. А сегодня OFAC хочет уничтожить его, лишив работы 400 000 человек». Бизнесмен даже заговорил о возможном банкротстве «Группы ГАЗ» или, как минимум, о невозможности нормально работать, если санкции не будут введены, а снова будут отсрочены.

Миллиардер подключил к процессу самозащиты прессу, пообещав журналистам 600 тыс. долларов, если они найдут некие «истинные причины» включения его в санкционный список.

В мае Олег Дерипаска добился от Минфина США публикации обоснования претензий к нему. Исходя из пояснений Минфина, Дерипаска попал под санкционный каток, так как якобы совершал некоторые действия в интересах президента России Владимира Путина. Все обвинения OFAC Дерипаска, конечно, отверг.

Впрочем, на решение американского Минфина активная деятельность Дерипаски пока не повлияла, решение вопроса о санкциях по-прежнему откладывается. Последний раз это произошло 26 июня. В этот день Управление по контролю над иностранными активами (OFAC) отложило вопрос о санкциях до 8 ноября.

Итак, нас ждёт шестой раунд противостояния Минфина США и российского миллиардера. Но, возможно, что снова будет всего лишь ещё один перенос даты. ai

Масло с молибденом: надежная защита двигателя

Моторное масло с содержанием дисульфида молибдена (MoS_2) уже давно вызывает дискуссии в мире автолюбителей. Среди владельцев машин идет спор: полезно ли использовать такое масло для двигателей. При этом сторонников гораздо больше, чем противников, и их аргументы весьма резонны.

Дисульфид молибдена начали использовать в моторных маслах еще во время Второй Мировой войны. Уже тогда смазочные материалы с содержанием MoS_2 использовали в двигателях военной техники. Благодаря уникальной способности создавать антифрикционный слой даже без масла, продлевался срок работы мотора и в случае повреждения масляного картера была возможность спокойно дотянуть до пункта назначения на «сухом» двигателе.

Можно сказать, что применение дисульфида молибдена в смазочных материалах пришло из военной отрасли.

Что такое дисульфид молибдена

Дисульфид молибдена (MoS_2) — порошкообразное вещество серого или черного цвета, представляющее собой соединение молибдена и серы. Обладает отличными антифрикционными, противозадирными свойствами, благодаря чему часто становиться компонентом смазочных материалов, позволяя понизить коэффициент трения масел и смазок.

Преимущества

Дисульфид молибдена создаёт на парах трения прочную антифрикционную плёнку, позволяя увеличить ресурс двигателя.

MoS_2 обладает способностью сохранять свои свойства в условиях высоких температур и кислотной среде.

К плюсам масла с молибденом можно отнести:

- образует защитный слой на внутренних деталях двигателя;
- дисульфид молибдена в масле продлевает срок службы смазочного вещества (позволяет увеличить интервал замены);
- сохраняет свойства в тяжёлых условиях (при очень высоких или низких температурах, при перегреве мотора).

Моторное масло, содержащее дисульфид молибдена стоит немного дороже обычных моторных масел. Но за любую качественную продукцию неизменно нужно платить. Взамен вы получаете моторное масло, которое защитит двигатель вашего авто даже в экстремальных условиях и продлит срок его службы. Некоторые автолюбители добавляют в масло присадки с дисульфидом молибдена, что получается гораздо дороже нежели купить готовый продукт.

Производители моторных масел тратят много сил, времени, средств на создание оптимального пакета присадок для каждого масла, в том числе с дисульфидом молибдена, чтобы все компоненты присадок взаимодействовали друг с другом и правильно работали на протяжении всего срока эксплуатации моторного масла. Если автолюбитель в обычное моторное масло самостоятельно добавит дисульфид молибдена, тем самым он нарушит баланс пакета присадок моторного масла, что может вызвать осадок, действующий как абразив.

Что лучше — чаще заливать качественное масло или менять двигатель после нескольких лет работы? Выбор очевиден, это подтвердит любой автовладелец или профессиональный мастер.

Подводя итоги, можно сказать, что моторные масла с молибденом несут двигателю большую пользу. За счёт своего состава они оказывают защитное влияние на двигатель, продлевая срок его службы и оберегая от поломок. Применять масла с MoS_2 рекомендуется владельцам как подержанных, так и новых авто: первые получат улучшение характеристик двигателя (восстановительный эффект), вторые — максимально продлят срок службы деталей двигателя.

Мастер СТО

«Чаще всего от неправильного масла или недостаточного его количества страдают автомобили таксистов. Водители «загоняют» свои машины, перерабатывают и трудятся в самых разных, порой самых жёстких условиях (в том числе погодных). А машины — они как дети, тоже требуют бережного ухода. К нам на СТО часто приезжают такси. Могу сказать, что моторы машин, где использовалось масло LUXE ML с молибденом, обычно находятся в гораздо лучшем состоянии. Таксисты — мужики умные, их в этом плане не проведешь, абы что заливать не будут».

Масло LUXE ML — на страже безопасности мотора

Моторные масла LUXE ML с молибденом — одни из лучших представителей полусинтетических жидкостей на рынке. Они оптимальны по соотношению цена/качество, благодаря чему и завоевали признание автовладельцев. Подходят и для бензиновых, и для дизельных двигателей. Могут работать в самых разных условиях, но защищают мотор одинаково надёжно.

Удачи на дорогах!

Масла и смазки:

оценить баланс и определить тенденции спроса

С 8 по 11 октября в Москве пройдёт X Международная неделя смазочных материалов — 2019. Производители и важнейшие потребители смазочных материалов соберутся в фешенебельном отеле «Рэдиссон Ройал», чтобы установить прямой диалог, определить тенденции спроса на смазочные материалы, обсудить изменения его качественных характеристик и наладить перспективное сотрудничество. Организатор мероприятия — компания RPI.

Являясь одним из крупнейших отраслевых мероприятий в мире, в 2019 году Неделя соберёт более 650 участников. Ежегодно сюда съезжаются представители российских и иностранных производителей смазочных масел, присадок и СОЖ, ведущих мировых и российских транспортных и промышленных компаний, крупных потребителей смазочных материалов. В их числе Evonik Oil Additives, Infineum, ExxonMobil Chemical, Afton Chemical Limited, Lubrizol, Idemitsu, Finexim, BASF, Fuchs Petrolub, Chevron Oronite, Gulf Petrochem Group, NYNAS, Sasol, Lanxess, ЛЛК-НАФТАН, ИНТЕСМО, Славнефть-ЯНОС, APL, Multisol, Квалитет, ЕВРОЦЕМЕНТ груп, Сибур Холдинг, Северсталь Менеджмент, ВНИИ НП, НЕО Кемикал, АВТОВАЗ, КАМАЗ, Автодизель, ТАНЕКО, ATIEL и многие другие.

В рамках Недели состоится XV Международная конференция «Производство и рынок смазочных материалов — 2019», которая является крупнейшим ежегодным мероприятием нефтеперерабатывающей отрасли. За годы своего существования конференция превратилась в наиболее статусное отраслевое мероприятие не только российского, но и мирового масштаба. В конференции 2018 года приняли участие более 720 человек.

В четвертый раз в рамках Недели пройдет Международная конференция «Рынок СНГ: базовые масла и смазочные материалы». На конференции планируется оценить составляющие и общий баланс на рынках масел и смазочных материалов стран СНГ, характеристики и конкурентную среду рынков, изучить специфику спроса на высокоёмких рынках Украины, Белоруссии и Казахстана, а также потенциально интересных рынках Туркменистана, Узбекистана, Таджикистана, Армении.

Разработчики и производители смазок, а также крупные потребители и торговые компании данного сегмента рынка традиционно встретятся на площадке «Глобального Саммита по пластичным смазкам — 2019». Впервые саммит состоялся в 2010 году и сразу же заявил о себе как о крупнейшем в СНГ мероприятии данной тематики, заслужив высокие оценки аудитории. На выставке «Сервис и оборудование для рынка смазочных материалов — 2019» свои возможности продемонстрируют компании-поставщики продукции, решений и услуг для российской промышленности смазочных материалов.

GLOBAL LUBRICANT WEEK 2019
МЕЖДУНАРОДНАЯ НЕДЕЛЯ СМАЗОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ
8-11 октября 2019 года
отель Рэдиссон Ройал, г. Москва
ОРГАНИЗАТОР RPI
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР LUKOIL LUKOIL LUBRICANTS COMPANY
СПОНСОР-ПАРТНЕР EVONIK POWER TO CREATE
НАШИ СПОНСОРЫ
СПЕЦИАЛЬНЫЙ ФОКУС: БУДУЩЕЕ – В ИННОВАЦИЯХ
650+ УЧАСТНИКОВ
25 СТРАН
50+ ДОКЛАДОВ
4 ДНЯ
Infineum
APL Group
INTESMO
ЛЛК НАФТАН
+7 (495) 502 54 33; +7 (495) 778 93 32
Konstantinova.Elena@rpi-inc.ru
rpi-conferences.ru

ai Автоиндустрия
ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

тема номера 18

Рынок ремонтных материалов: есть ремонт — есть материалы

бизнес-кейс 26

Технологии завода «Фобос»: Пружина не садится, глушитель не сечёт

прецедент 40

Дело Петрова

автопром 48

Новые правила российского автопрома

интервью 54

Рынок моторных масел для грузовиков: высокие потребности, низкие темпы роста

Отраслевой бизнес журнал «Автоиндустрия» 16+

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

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

Главный редактор: **Елена Павелко**

Обозреватели: **Евгений Новожилов, Василий Пражек, Елена Лапина, Ольга Васильева, Роман Назаров, Игорь Бек, Михаил Милошевич, Алексей Морозов, Олег Брянский**

Дизайн и вёрстка: **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 несёт рекламодатель. Все рекламируемые товары и услуги подлежат обязательной сертификации. Разработанные модули и текстовые материалы являются интеллектуальной собственностью редакции. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.

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

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

www.ai-media.ru
автоиндустрия.рф

TUNGSRAM™
Innovation is our heritage
EST. 1896

Автомобильные лампы Tungsram – смысл в качестве!

Сделано в Венгрии

automotive.tungsram.com

MIMS automechanika MOSCOW

23-я Международная выставка запасных частей, автокомпонентов, оборудования и товаров для технического обслуживания автомобиля

26 – 29 августа 2019

ЦВК «Экспоцентр»
Москва, Россия

Забронируйте стенд на
www.mims.ru

Организатор
ITEMF EXPO