№185 2020

Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

TAUBERG®

From the Netherlands

НАЧНИ ЗАРАБАТЫВАТЬ С TAUBERG!

СТАРТ ПРОДАЖ «ПОД КЛЮЧ»

- ВЫГОДНЫЕ ЦЕНЫ НА ГОЛЛАНДСКИЙ БРЕНД МАСЕЛ
- КОМПЛЕКСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМОЙ
- ПРИЯТНЫЕ БОНУСЫ НОВЫМ ПАРТНЕРАМ

УСПЕЙ ПОДАТЬ ЗАЯВКУ НА ОПТОВУЮ ПОСТАВКУ МАСЕЛ
TAUBERG-OIL.COM

VITEX
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)

Женевский онлайн-автосалон и его концепты 2020

В этом году Женевский автосалон должен был проводиться с 5 по 15 марта. Но был отменён из-за пандемии коронавируса, как и все другие мероприятия в Швейцарии, которые могли бы посетить от 1000 человек. Но автосалон всё же отчасти состоялся, — автопроизводители показали некоторые концепты, которые должны были представить на реальном автосалоне.

BMW i4

BMW i4

Концепт BMW i4 — электромобиль мощностью 530 л.с. и пробегом 600 км на одной зарядке. Система eDrive пятого поколения поддерживает быструю зарядку мощностью до 150 кВт. BMW i4 основан на концепции Vision Dynamics на модульной платформе CLAR. На «автовидеосалоне» был представлен концептуальный автомобиль, но близкий к серийному. Выпуск электромобиля может начаться в 2021 году.

Dacia Spring

Dacia Spring

Электромобиль Dacia Spring — часть стратегии румынского бренда, в рамках которой планируется сделать электромобили доступными для всех уже с 2021 года. Технические характеристики Dacia Spring на онлайн-автосалоне не уточнялись. Известно, что на одной зарядке электромобиль может проехать около 200 км. Специалисты сравнивают его с электрокаром Renault City K-ZE, который продаётся в Китае — возможно, технически он будет таким же, но с улучшенными характеристиками, так как Dacia Spring нацелен на европейский рынок.

Женевский онлайн-авто салон и его концепты

Skoda Octavia RS iV

Skoda Octavia RS iV

Skoda представила на виртуальном автосалоне гибрид Octavia RS iV. Модель оборудована четырёхцилиндровым бензиновым двигателем 1.4 TSI мощностью 150 л. с. и 85-киловаттным электродвигателем DQ400e. На одной зарядке без помощи ДВС гибрид может проехать до 60 км. Разгон до 100 км/ч на бензиновой тяге составляет 7,3 секунды. Также представляет интерес его соответствие требованиям по выбросам Euro 6d, которые вступят в силу в следующем году.

Bugatti Chiron Pur Sport

Bugatti Chiron Pur Sport

Bugatti представил в видеоформате Bugatti Chiron Pur Sport — «прокаченную» версию Bugatti Chiron. И без того мощнейший спорткар стал ещё мощнее: W16 мощностью в 1500 л. с. может обеспечить 6900 об/мин вместо прежних 6700. Существенно переработан и дизайн автомобиля — появился большой передний сплиттер, расширенный воздухозаборник, новый фиксированный задний спойлер 1,9 м, для увеличения прижимной силы.

Женевский онлайн-автосалон и его концепты

Aston Martin V12 Speedster

Aston Martin V12 Speedster

Также нельзя было потрогать, но можно было полюбоваться на видеовыставке автомобилями лимитированной версии V12 Speedster. Машина создана в честь DBR1, которая победила в гонке «24 часа Ле-Мана» в 1959 году и на основе дизайна модели, выпущенной в единственном экземпляре CC100 в 2013 году. V12 Speedster оборудован, как следует из названия, 12-цилиндровым двигателем мощностью 700 л.с.

ООО "Амтел", Эксклюзивный дистрибьютор Wolf в России
194292, Санкт-Петербург
1-й Верхний пер., д. 12 лит. А
+7 (812) 456-24-70 - www.amtel.club

Смазочные материалы Wolf - это оптимизированные составы, специально разработанные для повышения эффективности и производительности двигателей последнего поколения. Точность, с которой мы разрабатываем наши продукты, критически важна для продления срока службы двигателей.

Смазочные материалы Wolf. Каждая деталь имеет значение.
Посетите www.wolflubes.com

Скачайте наше приложение для подбора продуктов.

Российский рынок деталей тормозной системы

этот кризис не навсегда

Текст: Евгений Новожилов

Пока нет даже приблизительных данных о том, как повлиял на любой из сегментов рынка автокомпонентов в мире или в России мощнейший экономический кризис, спровоцированный ограничениями всего, что только можно было ограничить в связи с пандемией коронавируса. Понятно, что лучше не стало и не станет. Но, скорее всего, структура рынка останется прежней, «докоронавирусной», а прогрессивные тренды заморозились до лучших времен.

В общем объёме рынка автозапчастей доля компонентов тормозной системы составляет 10% в денежном выражении, это один из самых крупных сегментов. Тормозные диски и колодки одни из самых востребованных деталей, суммарная доля этих компонентов около 20%. Но кроме них, рынок компонетов тормозных систем включает в себя ещё много всего — усилители, шланги, тросы ручного тормоза, датчики износа, суппорты, рабочие цилиндры, тросы стояночного тормоза и так далее.

Ситуация на рынке тормозных систем в более-менее нормальной экономической ситуации определяется не только состоянием авторынка, но и многими другими факторами, которые делают сегмент тормозных систем очень устойчивым. При текущей ситуации эти факторы будут наиболее важными: условия эксплуатации автомобилей и необходимость регулярной замены.

Структура

В России представлены все ведущие мировые производители компонентов тормозных систем, и они со своими брендами занимают до 70% рынка. В бюджетном сегменте представлено немало зарубежных брендов, которые производятся в России — Bosch, Akebono, Brembo, ZF и другие. Всего на рынке около 140 известных брендов.

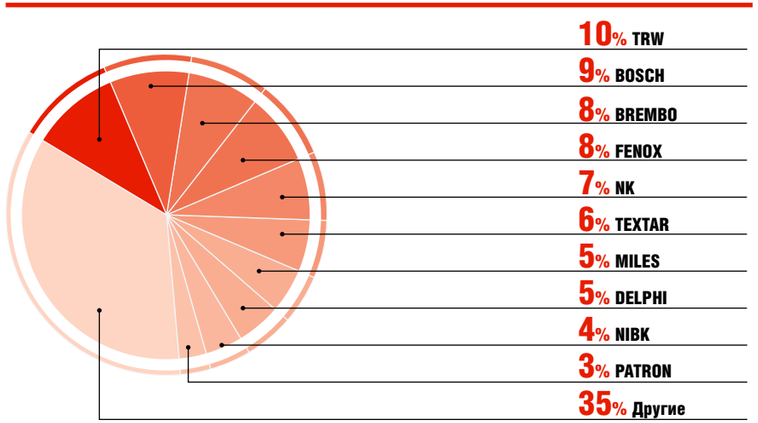
Но неизвестно, сколько на рынке дешёвой продукции китайского производства, ноунейм и контрафакта. И можно уверенно сказать, что доля сегмента компонентов невысокого качества по невысоким ценам будет расти: за время кризиса люди не стали богаче и нет никаких признаков того, что станут хоть в какой-то обозримой перспективе.

В сегменте тормозных колодок лидируют TRW, NIBK, Bosch, Brembo, Remsa, ещё около 15 брендов тоже занимают заметные доли на рынке, но около 40% рынка занимают бренды из категории «другие».

В сегменте тормозных дисков наибольшие доли занимают TRW, Bosch, Brembo, Fenox, NK, ещё около дюжины брендов занимают заметные доли на рынке, четверть сегмента — неизвестные бренды дисков.

Несмотря на то, что компонентов тормозной системы много, но именно диски и колодки определяют структуру, динамику и тренды рынка в целом.

Тормозные диски, топ-10 брендов, доли на рынке, %



Тренды

Тенденции на авторынке и рынке автокомпонентов возобладали ещё в 2019 году. На рынке автомобилей они проявились в сокращении продаж и производства, на рынке автокомпонентов — в укреплении позиций крупнейших компаний и росте бюджетных и контрафактных сегментов.

Основные тенденции рынка тормозных систем сформировались и закрепились ещё до кризиса 2015 года. Среди них — преобладание импортных брендов, которое возникло из-за того, что долгое время отечественные производители не могли конкурировать с беспрерывно развивавшимися зарубежными компаниями.

Но российские производители прочно удерживали сегмент компонентов для старых отечественных автомобилей. Эта тенденция в рамках текущего кризиса может укрепиться, то есть кризис способен сыграть на руку отечественным производителям. Также положительно может повлиять низкая покупательная способность населения, которая заставляет потребителей экономить на всём, в том числе и на брендовых компонентах.

Но это также зависит от глубины падения рынка. Если после окончания периода ограничений выяснится, что дела совсем плохи, то выживут и укрепятся на рынке те, у кого больше ресурсов. У мировых брендов их больше.

Участники рынка отмечали, что после массового оттока клиентов в низкоценовые сегменты в 2014 году, потребители начали возвращаться к более дорогим автокомпонентам, на фоне роста авторынка в 2017 году. Значительное количество потребителей получили возможность выбрать компоненты подороже, зато лучшего качества, но теперь этот тренд не имеет оснований для продолжения, потребители вернутся в дешёвые сегменты, никаких компромиссов между ценой и качеством они не будут искать, всё возвращается к диктату стоимости и самообслуживанию.

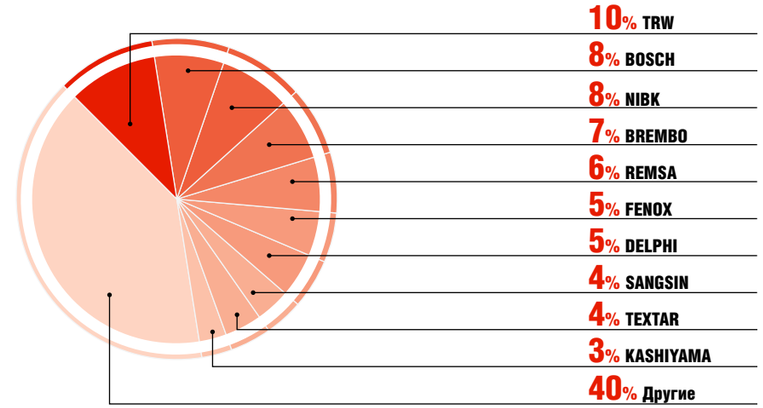
Со стороны поставщиков тоже будут преобладать стремления к экономии и сокращению любых расходов. Останется необходимость замены и ремонта компонентов тормозных систем, производители и поставщики будут стремиться удовлетворить эту потребность.

Прогресс остановился, но не навсегда

В «доCOVIDные» времена на рынок тормозных систем также влиял технический прогресс, это был долговременный фактор влияния, который постепенно усиливался по мере вытеснения старого автопрака новыми современными моделями.

Фактор прогресса никуда не денется, но сильно замедлится, в России особенно, так как здесь огромный автопарк старых автомобилей, скорость их ухода с рынка была очень медленной, а теперь станет ещё медленнее, — у потребителей нет и не предвидится денег на покупку новых автомобилей в заметных объёмах.

Тормозные колодки, топ-10 брендов, доли на рынке, %



Российские производители прочно удерживали сегмент компонентов для старых отечественных автомобилей. Эта тенденция может укрепиться, то есть кризис способен сыграть на руку отечественным производителям

Но, тем не менее, нужно отметить те технические новшества, которые пусть и медленно, но будут внедряться и двигать рынок тормозных систем вперёд.

Автомобили будут в массовом порядке оснащаться системами регулирования тяги, электронными системами контроля устойчивости (ESC), системами ABS (антиблокировочными системами тормозов) и электронными системами распределения тормозных усилий (EBD). Постепенно будут внедряться интеллектуальные тормозные системы.

Требования к тормозным системам будут ужесточаться, в связи с распространением более тяжёлых и скоростных автомобилей и ростом интенсивности дорожного движения. Также в рамках ужесточения экологических норм будет расширяться внедрение режима наката, при котором выключается двигатель, когда сбрасывается газ и это требует более продвинутых систем торможения.

Повышение эффективности тормозных систем потребует внедрения новых сплавов, композитных материалов, структурных изменений для дисков (например, перфорирование) и колодок. Сегмент колодок ждут особенно большие изменения, так как пока они слабо регулируются законодательством и в основном развитием технологий в этом направлении занимаются сами производители, которые вынуждены приводить колодки в соответствие с другими компонентами. Можно предположить, что всё большее распространение будет получать термическая обработка поверхности колодок — скорчинг, которая доказала свою эффективность, но пока мало кем из производителей применяется.

Но это всё будет после того, как закончится пандемия, а потом закончится период восстановления после окончания пандемии.

Тормоза на раз мытых эмоциях

Есть мнение, что раскрученные бренды больше не являются гарантом высоких продаж. Рынок запчастей тормозной системы средней ценовой категории растёт за счёт появления новых неизвестных торговых марок. Что думают о ситуации на рынке тормозных систем наши эксперты — в материале на данную тему.

Тенденции

Влияние извне

В 2020 году на рынке тормозных колодок сложилась непростая ситуация, связанная со всем известными факторами. Тем не менее, автовладельцы по-прежнему должны обслуживать свои авто. По мнению Александра Савенка, коммерческого директора компании «КЁТЛ», в последние годы значительное влияние на динамику спроса на рынке тормозных колодок оказывали изменения структуры автопарка — тренд, заложенный еще в 2015 году, в 2020 только усилился, считает А. Савенок. Свою роль играет и общая экономическая ситуация: динамика курсов валют, ограничения в логистике — все это вынуждает импортеров зарубежных брендов повышать цены. Как отмечает эксперт, покупательная способность, напротив, показывает снижение, и для многих автовладельцев цена при выборе зачастую становится ключевым фактором.

При этом, отмечает А. Савенок, увеличивается доля обслуживания в НСТО, растёт осведомлённость конечного покупателя и его вовлечение в процесс выбора того или иного бренда. «Портфели дистрибьюторов масштабны, фокусировать цели и расставлять приоритеты при продвижении конкретного бренда становится всё сложнее, — говорит коммерческий директор «КЁТТЛ». — Приоритет отдаётся продуктам, которые стабильно обеспечивают требуемый уровень рентабельности продаж для участников товаропроводящей цепи».

Выгодные обстоятельства

По мнению Андрея Нечаева, генерального директора ведущего российского производителя тормозных изделий для отечественного и импортного грузового и пассажирского транспорта — завода АТИ (г. Санкт-Петербург), в сегменте грузовых тормозных накладок для российских автомобилей (КАМАЗ, МАЗ, ЗИЛ, ПАЗ, ГАЗ) определяющим фактором является выгодное ценовое предложение. Такой показатель, как ресурс ходимости накладки уходит на второй план, и эта тенденция сохраняется на протяжении последних лет.

Значительно выросла доля дисковых тормозных колодок для грузовиков и автобусов, идёт активное замещение барабанных накладок. «Если раньше наше предприятие производило лишь 20% дисковых колодок от общего объёма, то сегодня их доля значительно выросла и составляет около 50%, — отмечает генеральный директор АТИ. — Учитывая выгодное для российских производителей соотношение рубля к доллару и евро, заводы начали выпуск тормозных изделий для импортных грузовиков и другой техники. На нашем предприятии внедрена программа импортозамещения, результатом которой стало значительное расширение ассортимента для таких автомобилей как МАН, МЕРСЕДЕС, ВОЛЬВО, СКАНИЯ, ИВЕКО и других».

Александр Савенок
коммерческий директор компании «КЁТЛ»

«Впереди нас ждут ценовые войны, провалы в ассортименте поставок и, как следствие, дефицит на рынке, игры с качеством выпускаемой продукции. Будущее за теми брендами, которые обеспечат бесперебойные поставки, неизменное качество, разумную цену — как для участников товаропроводящей цепи, так и для конечного покупателя».

Зыбкая пропорция

Сергей Коршунов, менеджер по расширению ассортимента компании АВТОРУСЬ считает, что в настоящий момент в сегменте тормозной системы отчётливо прослеживаются две взаимосвязанные тенденции — конечный потребитель выбирает качество, и раскрученные бренды не гарантируют большие объёмы продаж. Тормозная система — это, в первую очередь, безопасность движения. Ритм жизни постоянно ускоряется, соответственно, возрастает скорость передвижения, увеличиваются расстояния. Повышенная нагрузка на тормозную систему требует гарантий надёжности и безопасности водителя и пассажиров. Однако «громкое имя» перестало быть гарантом высоких продаж, поскольку потребителю всё чаще приходится выбирать продукты, исходя из соотношения цена-качество. «Здесь необходимо понимать, что цена изделия складывается из имени, качества и гарантии безопасности. И если имя это 50% стоимости изделия, то качество и безопасность однозначно останутся на втором плане, — убежден эксперт. — Сегодня на рынок вышло множество брендов, которые по характеристикам практически не уступают своим «известным коллегам».

Имидж ничто

Как отмечает Дмитрий Короткин, начальник отдела развития продуктов компании FENOX, рынок запчастей тормозной системы средней ценовой категории растёт, соответственно возрастает и конкуренция. Прирост происходит за счёт появления новых неизвестных торговых марок. Успешные розничные сети и оптовые операторы стали создавать собственные торговые марки и замещать ими самые дешёвые бренды в своей торговой матрице. «Рынок запчастей в последнее время все более коммодитивный, то есть конечный покупатель при таком многообразии не видит разницы между торговыми марками, — подчёркивает эксперт. — Выбирая, например, тормозной диск, у клиента размывается или теряется эмоциональная привязанность к бренду. Как правило, в этом сегменте клиент выбирает не привычный ему бренд, а тот товар, который есть в наличии и по «нужной» цене».

Дмитрий Короткин
начальник отдела развития продуктов компании FENOX

«Левые» партии — характерная черта для торговли на рынке, начиная с 90-х. Сегодня доля контрафакта снижается, благодаря цифровизации и тому, что розничные торговые точки не хотят портить взаимоотношения со своими клиентами, которые выстраиваются годами. Потеря репутации сулит гораздо большие потери, чем выгода от реализации контрафактной партии».

Качество

Амбиции обязывают

Если говорить о качестве изделий, представленных на рынке, то оно всегда было разнообразным, то есть, от «самых-самых эталонных» до «самых-самых, которые живут до первого столба», считает С. Коршунов. «Но сегодня научно-технический прогресс не стоит на месте, создаются новые материалы и технологии, на рынок выходят новые бренды со своими здоровыми амбициями», — отмечает эксперт. В общем и целом, качество изделий за прошедший год, по мнению С. Коршунова, стало выше.

Главное надёжность

Безусловно, многие игроки находятся в поиске оптимальных решений, признает А. Савенок, но считает, что говорить об изменении качества представленной на рынке продукции в целом — не задача компании. «Мы готовы говорить о качестве тормозных колодок, выпускаемых на нашем заводе «КЁТТЛ», расположенном в Твери, — подчеркивает эксперт. — Мы постоянно совершенствуем качество тормозных колодок «КЁТТЛ». Мы понимаем, что только качественный продукт удовлетворит потребительский спрос. И даже если это выбор в пользу бренда по средней цене, то автовладелец должен быть уверен в надёжности управления автомобилем и в выбранных тормозных колодках. Мы не испытываем затруднений в этом, так как полный цикл производства организован на территории России, и в сложившихся сегодня условиях мы не зависим от колебаний курсов валют и ограничений в поставках сырья и комплектующих».

Обратная связь

Не склонен судить о качестве других брендов и Д. Короткин, представитель FENOX. «При производстве определённый брак допускается, без него невозможно выпускать массовую продукцию, — считает эксперт. — Вопрос в том, как компании работают с рекламациями. Закон защищает права потребителей. Мы предоставляем в большинстве своем 2 года гарантии на нашу продукцию. Исходя из нашего опыта, можем отметить, что большинство жалоб поступает после непрофессиональной установки запчастей. У нас есть центр поддержки клиентов, который работает с рекламациями, анализирует причины, общается с клиентами напрямую. Мы открыты для наших клиентов!»

Держим марку

«Тормозная колодка товар эластичный, то есть высококонкурентный, — отмечает генеральный директор АТИ А. Нечаев. — На российском рынке представлены как отечественные производители, так и импортные аналоги. Несмотря на то, что рынок наводнён большим количеством китайских и турецких изделий, часто не отвечающих требуемым стандартам, отечественные производители держат стабильный уровень качества тормозных изделий». По мнению эксперта, высокий курс доллара и евро делают аналогичный импортный товар неконкурентным. «Как показывает практика, политика снижения цены за счёт изменения (ухудшения) качества — вещь губительная как для производителя, так и для конечного потребителя в прямом смысле, — полагает А. Нечаев, — поэтому большинство российских производителей, радеющих за свою репутацию в период падения спроса (например, в зимний период), просто снижают производство, но держат качество».

Сергей Коршунов
менеджер по расширению ассортимента компании «АВТОРУСЬ»

«Производитель, который предоставляет своим покупателям возможность приобрести в одном месте всё сразу и сейчас, всегда будет в более выигрышном положении по сравнению с конкурентами».

Контрафакт

Некому делать, есть, кому ввозить

По мнению А. Нечаева, в России некому производить контрафактные тормозные изделия, во всяком случае, что касается продукции для грузового и пассажирского транспорта. Зато есть, кому её ввозить. «На рынке тормозных изделий для грузового и пассажирского транспорта не так много производителей, в отличие от рынка тормозных колодок для легковых автомобилей. В России всего около шести-семи заводов. Предприятий, изготавливающих контрафактную продукцию на территории нашей страны практически нет, как нет и неизвестных производителей. А вот компании, которые завозят тормозные изделия неизвестных производителей, есть. У многих российских заводов есть патенты на продукцию, которые защищают их права на интеллектуальную собственность в России. К сожалению, эта тема сегодня у нас в стране по нашему рынку ещё не развита. Хотя я уверен, что многие импортные колодки и накладки попадают под российские патенты, а значит, являются контрафактными». Оценить долю продукции неизвестных производителей и контрафакта, по словам А. Нечаева, сложно. «На первичном рынке это автомобильные конвейеры, она равна нулю, а на вторичном рынке, рынке запчастей, я думаю, не более 20%», — считает эксперт.

Господство в прошлом

«Если говорить о долях рынка, то в последнее время неизвестные, но очень перспективные бренды всё больше и больше завоёвывают территории, где раньше производители с «громким именем» имели безграничное господство, — считает С. Коршунов. — Предпочтение покупателей, и, соответственно, объёмы продаж перераспределяются в сторону «молодых» брендов, имеющих высокие показатели качества и надёжности при их невысокой цене».

Одним из таких брендов, по словам представителя компании «Авторусь», является GANZ. «Производство этих изделий осуществляется на высокотехнологичных линиях, в строгом соответствии с требованиями эталонной документации, а главное, под многоуровневым контролем автоматизированных систем управления, — подчёркивает С. Коршунов. — Выборочный контроль качества осуществляется непосредственно высокопрофессиональными инженерами и технологами по окончании каждой технологической цепочки. Подобными автоматизированными линиями часто пользуются известные бренды, в цене которых до 50% имиджа, в то время как основные слагаемые в стоимости продукции GANZ — это качество и надёжность».

Нонейм против контрафакта

Д. Короткин также считает, что доля неизвестных марок на рынке растёт, а вот доля контрафакта, напротив, в сравнении с прошлыми десятилетиями уменьшается. «Левые» партии — характерная черта для торговли на рынке, начиная с 90-х, — напоминает эксперт. — Сегодня доля контрафакта снижается, благодаря цифровизации и тому, что розничные торговые точки не хотят портить взаимоотношения со своими клиентами, которые выстраиваются годами. Потеря репутации сулит гораздо большие потери, чем выгода от реализации контрафактной партии».

Андрей Нечаев
генеральный директор АО «Завод АТИ»

Учитывая выгодное для российских производителей соотношение рубля к доллару и евро, заводы начали выпуск тормозных изделий для импортных грузовиков и другой техники. На нашем предприятии внедрена программа импортозамещения, результатом которой стало значительное расширение ассортимента для таких автомобилей как МАН, МЕРСЕДЕС, ВОЛЬВО, СКАНИЯ, ИВЕКО и другие».

Перспективы

Сушка неизбежна

По мнению А. Савенка, структурные изменения, которые сейчас происходят на авторынке в России, скажутся на рынке aftermarket в ближайшие годы: парк «постареет», и компания «КЁТЛ» оценивает это как возможность. «Внутри автопарка наиболее стабилен сегмент премиум, — отмечает эксперт, — но наиболее ёмкие — средний и высокий сегменты — уже трансформировались, поэтому изменятся и ассортиментные предложения поставщиков автокомпонентов». Потребительский спрос сдвигается в сторону более доступных, но качественных продуктов. Здесь, считает А. Савенок, выиграют те, кто сможет обеспечить высокое качество по доступной цене. «Дистрибьюторы заинтересованы в оборачиваемых и маржинальных продуктах, на которых и будут делать акцент в своих портфельных предложениях, — убежден коммерческий директор «КЁТЛ». — Сушка ассортимента неизбежна. Жёсткая конкурентная борьба станет ещё более интенсивной за счёт ценовых предложений, продвижения».

Обстановка располагает

С. Коршунов связывает основные перспективы развития рыночных отношений в сегменте тормозных систем с расширением ассортимента предлагаемой продукции — как в разрезе автомобильного парка, так и в разрезе самой товарной группы. «Производитель, который предоставляет своим покупателям возможность приобрести в одном месте всё сразу и сейчас, всегда будет в более выигрышном положении по сравнению с конкурентами», — убеждён представитель компании АВТОРУСЬ. С. Коршунов считает, что в целом объём рынка достаточный, парк автомобилей растёт. «Даже распространение электрокаров в данном сегменте на руку, так как диски и колодки востребованы и для электромашин», — считает представитель компании FENOX.

Тормозам зелёный свет

А. Нечаев смотрит в будущее рынка тормозных систем с оптимизмом. «Во-первых, рынок тормозных изделий для грузовых иномарок открыт для российских производителей, — подчеркивает руководитель АТИ. — Во-вторых, рынок автомобильных грузоперевозок растёт, а значит растет объём спроса на колодки и накладки, в-третьих, фрикционные смеси, которые применяются для изготовления тормозных изделий сегодня — высокотехнологичные и не уступают западным аналогам, тем более, что сырьевые компоненты практически все есть в нашей стране, а значит, для отечественных заводов открываются перспективные рынки ближнего и дальнего зарубежья».

Главные по тор мозам:

как крупнейшие поставщики тормозных систем переживают кризис

Предприятия автокомпонентной отрасли, — производители и поставщики любых деталей и расходных материалов, с трудом выдерживают кризис, возникший из-за коронавируса. Основная задача — удержаться на рынке, следующий этап — восстановление докризисных показателей

Что сейчас происходит в любом сегменте рынка автокомпонентов точно сказать пока нельзя. Кризис, вызванный мерами ограничения из-за пандемии коронавируса, может быть уже достиг высшей точки, а может и нет, и всё только начинается. Но компании вынуждены уже реагировать на происходящее, хотя по некоторым направлениям падение рынка уже настолько глубокое, что компании в явном замешательстве.

TRW

Объём производства более **12 миллионов** тормозных дисков в год
185 предприятий по всему миру
Поставки на **40** автомобильных компаний

TRW один из крупнейших производителей компонентов тормозных систем. Компания входит в структуру немецкого автокомпонентного гиганта ZF и вместе с ZF переживает одно из сильнейших падений в истории. Уже известно, что ZF сократит до 15 тыс. рабочих мест в течение 5 лет. Исполнительный директор Вольф-Хеннинг Шайдер и начальник отдела кадров Сабина Яскула признали, что в 2020 году потери компании будут очень большими, настолько, что это будет угрожать финансовой независимости из-за давления кредиторов.
Пандемия сильно сказалась на прибыли компании — продажи упали на 27% в первой половине 2020 года. Компании пришлось адаптироваться, например, более 60 000 сотрудников начали работать из дома.
Генеральный директор ZF Вольф-Хеннинг Шайдер отметил в августе, что на предприятии приложили все усилия, чтобы сохранить цепочки поставок. Насколько это удалось, покажет постдокризисное время.

NIBK

Производит более **5 тыс.** наименований деталей
49% рынка торомозных колодок Японии
Предприятия в Тайване и Японии
Поставки на все производства японских автомобилей вне Японии

NIBK — один из крупнейших в мире производителей компонентов тормозных систем. Основное производство размещено на заводах в Тайване и Японии. Специализируется на поставках компонентов на предприятия японских автопроизводителй за пределами Японии. Также поставляет компоненты для автомобилей корейских и европейских брендов, а также фрикционный материал для грузовиков и индустриальной техники.
В Японии резко сократился спрос на автомобили всех типов, видов и классов. Соответственно резко упали все показатели автокомпонентных компаний. Краткосрочные последствия кризиса исчисляются показателями падения до 80% по сравнению с показателями 2019 года. Долгосрочные последствия неизвестны, никто не даёт никаких даже приблизительных прогнозов.
Однако, представители автокомпонентных компаний уверены, что на восстановление даже предкризисных показателей уйдёт очень много времени. Вслед за этим будет тяжёлая конкурентная борьба за сохранение места на рынке.

Bosch

400 тыс. сотрудников в мире
440 предприятий по всему миру
Представительства в **60 странах**
Объём продаж **77,7 млрд евро**

Автокомпонентный супергигант Robert Bosch по итогам года ожидает сокращения производства автомобилей как минимум на 20% и готовится не менее, чем к глобальной рецессии. Соответственно, обрушится и производство автокомпонентов. Но более детальный прогноз не дают ни до конца года, ни на следующий.
Производство компании сократилось по всему миру. Основная антикризисная работа сосредоточена на восстановлении работы предприятий и достижении докризисных темпов и объёмов производства.
Bosch предпринимает стандартные меры выживания, но, кроме того, решила внести свою лепту в противостояние кризису. В компании разработали экспресс-тест на COVID-19 от Bosch, определяющий результаты за 2,5 часа.
В текущем году Bosch планирует выпустить около миллиона экспресс-тестов, а в 2021 году — довести производство до трёх миллионов. Также компания разрабатывает тест, который может показать наличие в организме возбудителей коронавируса за 45 минут.
Автокомпонентное направление стратегически то же, что и до кризиса — развитие экологически нейтральных автокомпонентов.

Brembo

1300 типов деталей тормозных систем
24 производственных предприятия
Представительства в **16 странах**
9 тыс. сотрудников

Крупнейший итальянский производитель автомобильных тормозных систем, более известный как поставщик деталей тормозных систем для гоночных автомобилей. Из-за такой узкой рыночной ориентации и относительно небольших объёмов продаж пострадал от кризиса пока меньше других и продолжил поставлять новые типы деталей для тормозных систем.
Отметить стоит тот факт, что в июле Brembo увеличил долю в шинном концерне Pirelli S.p.A. В итоге доля Brembo в капитале Pirelli достигла 4,99%.
Акциями шинного концерна Brembo владеет и напрямую, и через свою материнскую компанию Nuova FourB.
Причём о покупке акций Brembo сообщал весной нынешнего года, когда в Италии в разгаре была пандемия. Но тогда речь шла о покупке 2,43% акций итальянского производителя шин.
По всей видимости, Brembo ощущает себя лучше других производителей тормозных систем. Но, опять-таки, никто не знает, что будет дальше. В Brembo покупку акций шинной компании характеризуют как долгосрочную.

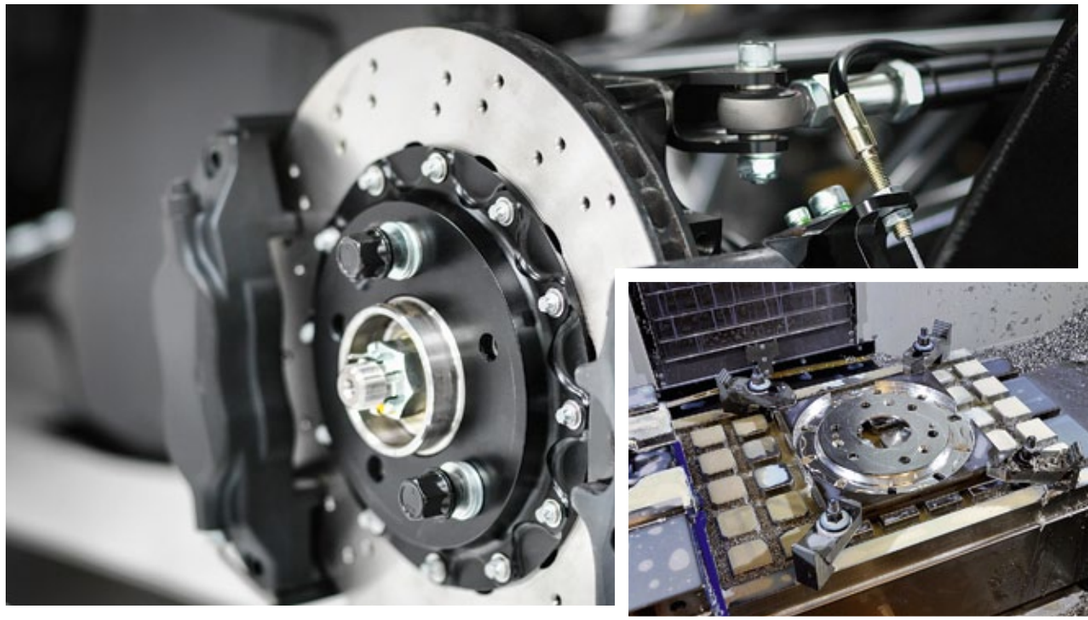
FENOX

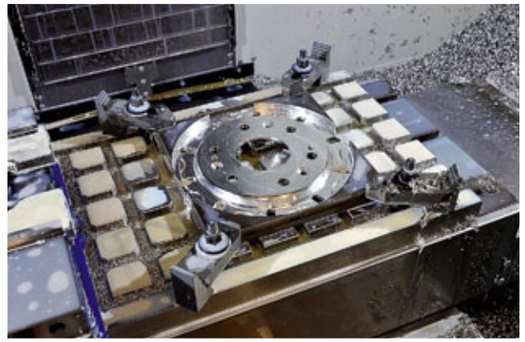
12 заводов в мире
7 тыс. сотрудников
7 тыс. видов деталей
80 дилеров в мире
FENOX Global Group — белорусская группа компаний, среди направлений деятельности которой основным является производство автомобильных запчастей. Беларусь отреагировала на пандемию не как подавляющее большинство стран мира, поэтому экономически пострадала, возможно, меньше других. Но такие корпорации как FENOX активно работают на экспорт, и это направление переживало упадок по всему миру.
Большинству розничных магазинов пришлось закрыть точки продаж и сократить штат. СТО пришлось искать новые пути для своевременного обслуживания автомобилей. Многие столкнулись с вопросом поставок запчастей (особенно мелкий бизнес), т.к. большинство даже официальных дилеров закрывались на период карантина.
По собственному комментарию компании, FENOX тоже оказался в непростой ситуации, когда приходилось искать новые решения, особенно по закупке сырья. В целом на FENOX не сильно отразился ковидный кризис, работали в штатном режиме с учётом новых требований времени. Компания сделала упор на анализе информации о рынке, развитии ассортимента и углублённо занималась программами лояльности для РТТ и СТО.

DELPHI

ОЕ-поставщик **25** ведущих автопроизводителей
Присутствие бренда в **150 странах** мира
Мировая сеть из **2400 сто**
21 тыс. сотрудников

DELPHI один из гигантов автокомпонентного рынка, который опубликовал достаточно подробную информацию о положении с начала пандемии, которая хорошо характеризует ситуацию на рынке в целом.
По итогам первого квартала выручка компании снизилась на 18% по сравнению с первым кварталом 2019 года, но в первом квартале пандемия не завершилась, негативные тенденции продолжились и усилились.
Снижение произошло в первую очередь из-за падения мирового производства и закрытия производственных предприятий из-за COVID-19.
Второй квартал показал только углубление кризиса. Выручка сократилась уже на 44% по сравнению со вторым кварталом 2019 года, составив 628 млн долларов. Выручка сократилась на 57% в Европе, 61% в Северной Америке и 34% в Южной Америке, рост на 13% показал Азиатско-Тихоокеанский регион, в том числе на 41% Китай, но это не компенсировало падение в целом.





NK
Производит детали для **95%** автомобильных брендов и марок
20 тыс. наименований производимых запчастей
Дистрибьюторская сеть в Германии, Франции, Дании, Польше, России
Производства в Европе и Азии

NK — бренд крупной корпорации SBS Deutschland GmbH, который специализируется на поставках запчастей на вторичный рынок автомобилей бюджетного класса. Это наиболее пострадавший от пандемии сегмент. И кроме Германии, все страны, в которых присутствует NK сильно пострадали от коронавируса.
О том, как NK и SBS в целом справляется с кризисом, информации нет, так что, вероятно, методы те же самые — сокращение рабочих мест, попытки удержаться на рынке в условиях обрыва логистических цепочек и так далее.
Возможно, нужно готовится к тому, что если кризис затянется надолго, то с рынка начнут уходить небольшие и средние компании и укрепляться более крупные производители, у которых есть финансовые возможности достаточно долго работать в убыток. Вполне возможно, что после выхода из кризиса некоторых вполне известных брендов рынок может не досчитаться.

TEXTAR
70% коммерческих автомобилей оснащены барабанными тормозами бренда
50% легковых автомобилей, оснащены дисковыми тормозами бренда
Около **1700 моделей** тормозных колодок
Около **1600 моделей** дисков

TEXTAR крупный производитель компонентов тормозных систем, по собственной информации оснащающий большинство сходящих с конвейера коммерческих и легковых автомобилей. Поставляет запчасти для большинства автомобилей крупнейших автомобильных брендов.
Компания не проводит никаких особых мероприятий, продолжает предлагать различные виды автокомпонентов, переживая кризис, как и большинство других, — в ожидании восстановления авторынка.
Возможно, это произойдёт быстрее, чем в пессимистических прогнозах. Специалисты одного из ключевых партнёров TEXTAR, Volkswagen, предполагают, что восстановление мирового авторынка после кризиса, вызванного пандемией коронавируса, может пойти по V-образному графику, то есть после резкого падения будет такой же резкий подъём.
Если это так, то и производители автокомпонентов могут надеяться на скорое восстановление докризисных показателей.

Patron
Более **31 000 наименований** запчастей
145 товарных групп
70 заводов по всему миру

Patron позиционируется как производитель автокомпонентов, которые могут быть альтернативой запчастям известных брендов для европейских, американских и азиатских автомобилей. По собственной информации, продукция PATRON производится в Китае, Южной Корее, Турции, Литве, Италии, Бельгии, России, Малайзии, Тайване и Беларуси.
Скорее всего, компания находится в том же состоянии, что и все другие участники рынка автокомпонентов. Надеяться на восстановление рынка особенно не приходится, — точно не в этом году. Возможно, помощь окажет государство. В частности, в мае Минпромторг предложил включить производство автокомпонентов в перечень наиболее пострадавших от коронавируса отраслей. В подавляющем большинстве это не системообразующие предприятия, поэтому льготы на них не распространились.
Но предложение ведомства может дать компаниям сектора доступ к отсрочке по налогам, а также кредитам на пополнение оборотных средств. В такой ситуации любая помощь хороша, но пока нет сведений, что предложение ведомства в полной мере заработало.

«АВТОБЛИК 2» клиент всегда прав

В приоритете компании «АВТОБЛИК 2» — интересы партнёров, в числе которых российские и иностранные оптовые компании, магазины автозапчастей, интернет-магазины, СТО. Ставка делается на качество производимой продукции и гарантию производителя, широкий ассортимент и конкурентоспособные цены. Такие факторы, как наличие сертификатов на продукцию, штрих-кодов, кросс-кодов, индивидуальной фирменной упаковки, комплектация зеркал набором для установки являются дополнительными доводами для партнёров и конечного потребителя в пользу выбора продукции «АВТОБЛИК 2»

Текст: Елена Лапина

Продукция компании «Автоблик 2» производится в России, удовлетворяя потребности рынков автомобилестроения и запчастей. Все автокомпоненты изготавливаются в соответствии с техническими условиями, что подтверждено сертификатами качества на выпускаемую продукцию. Ассортимент продукции компании насчитывает несколько сотен наименований изделий. Почему стоит приобретать продукцию «Автоблик 2» — в интервью директора предприятия Пацина Олега Александровича.

Как все начиналось?

В самом начале пути компания занималась только продажей автозапчастей, и в 2005 году мы начали свой путь как производственное предприятие: был открыт цех по сборке бензонасосов, крышек горловины топливного бака, клапана электромагнитного. Постепенно наладили сборку плат заднего фонаря и зеркал на ВАЗ 2108, 2110, 2114, открыли инструментальный участок и участок механической обработки. Дальше всё шло по нарастающей — расширялся ассортимент, открывались новые производственные площадки, в том числе свой покрасочный цех.

Вы не боялись конкуренции?

В нашей нише достаточно соперников, но мы понимали, что нужно конечному потребителю и знали все недочёты и слабые места конкурентов. Наша компания находится в постоянном развитии, и мы прорабатываем все вопросы, касающиеся качества нашей продукции и сервиса обслуживания. В современном мире только так можно завоевать доверие покупателя.

Какие проблемы приходилось решать?

Как и все производственные предприятия, мы постоянно сталкиваемся с определёнными трудностями, но основная проблема — это подбор технически грамотных, квалифицированных кадров рабочих профессий. Несмотря на то, что за столько лет в компании сложился основной костяк сотрудников, но производство растёт и поэтому подбор кадров процесс постоянный.

Что считаете первым успехом компании?

Первым успехом считаю доведение качества сборки зеркал до высокого уровня. Мы начинали с самых простых моделей, но чтобы собрать зеркало на современный автомобиль, требуется мастерство. На это потребовался не один год. И мы постоянно работаем в направлении повышения качества нашей продукции. Другое важное достижение — это широкий ассортимент автомобильных зеркал. В настоящее время компания производит зеркала и на иностранные машины. А все начиналось с простого зеркала на ВАЗ 2108. Значимым событием для нас стало открытие и запуск цеха термопласт-автоматов. Это очень трудоёмкий и дорогостоящий процесс.

Что изменилось за 15 лет?

На протяжении этих лет производство выстраивалось медленно, но основательно. Например, на изготовление пресс-форм для литья комплектующих зеркала требуется от трёх до двенадцати месяцев. Чтобы запустить зеркало в производство и отладить линию сборки, может понадобиться до шести месяцев. Поэтому, как вы понимаете, процесс запуска производства одного зеркала может растянуться до полутора лет. В настоящее время производим зеркала практически на все модели российских автомобилей.

Почему было решено отказаться от продажи парных комплектов зеркал?

Всегда нужно знать, чего хочет наш потребитель. Если у покупателя вышло из строя правое зеркало, зачем ему приобретать два зеркала?! Наша компания клиентоориентирована и поддерживает лозунг: клиент всегда прав. Мы прислушиваемся к рекомендациям наших клиентов и конечного потребителя.

Чем привлекаете своего покупателя?

В-первую очередь, мы всегда делаем ставку на качество нашей продукции, при этом стараемся чтобы цена была конкурентоспособной. Во-вторых, привлекаем клиентов ассортиментом. Мы производим зеркала в любой комплектации и цвете. В-третьих, используем штрих-кодирование для автоматизированного учёта. В-четвертых, практически вся продукция имеет индивидуальную фирменную упаковку. Продукция упаковывается как комплектами, так и по отдельности: левая и правая сторона в свою упаковку. Это касается как зеркал, так и плат, сменных зеркальных элементов и облицовки корпуса зеркала. В-пятых, зеркала в фирменной упаковке укомплектованы набором для установки. В-шестых, наличие кросс-кодов,

Наша компания клиентоориентирована и поддерживает лозунг: клиент всегда прав. Мы прислушиваемся к рекомендациям наших клиентов и конечного потребителя

которые указывают, аналогами каких заводских автозапчастей наш товар является.

Какая продукция пользуется наибольшим спросом?

Самая востребованная продукция нашей компании — это зеркала на автомобили LADA Priora, LADA Kalina, LADA Largus, МАЗ, все модификации «Нив», особенно модель «Тайга» (в простонародье её ещё называют «лопух»). Бьют рекорды популярности наши сменные зеркальные элементы на автомобили LADA Priora, LADA Kalina, LADA Granta, «Нива», Largus-Renault. В больших объёмах продаются платы задних фонарей на автомобили ВАЗ, которые мы производим с самого начала производственной деятельности.

На что из новинок советуете обратить внимание?

Буквально на днях мы начали продажу зеркал на автомобили «ГАЗель Бизнес» и уже сейчас понимаем, что данная модель востребована, и объёмы продаж быстро растут. Чуть раньше, в конце прошлого 2019 года, мы начали выпускать зеркало на автомобили Largus-Renault. Для нас это новое направление — производство и продажа запчастей для иностранных автомобилей. Практически все наши партнёры специализируются на продаже запчастей для автомобилей российского производства, и поэтому мы в настоящее время активно ищем партнёров в сегменте иномарок. При этом мы планируем расширять ассортимент продукции, производимой для автомобилей иностранного производства. Так в планах у нас производство катафотов заднего бампера на автомобили российского и иностранного производства и есть ещё несколько проектов, которые в настоящее время находятся в стадии разработки.

Почему вы считаете вашу продукцию лучшей в вашем сегменте?

Качество нашей продукции приближено к качеству зеркал, поставляемых на конвейер, и нам неоднократно задавали вопрос о возможности поставок зеркал на заводы. Все товары имеют сертификаты качества. В 2018 году продукция компании (зеркала и плата) стала дипломантом всероссийского конкурса «100 лучших товаров России». В настоящее время мы предлагаем наилучшее соотношение цена/качество и предоставляем гарантию на всю продукцию.

В чем залог успеха предприятия, выпускающего широкий ассортимент продукции?

Важным элементом коммерческой работы по сбыту является формирование оптимального ассортимента товаров. Товарный ассортимент предприятия должен отвечать покупательским ожиданиям целевого рынка. Именно товарный ассортимент становится ключевым фактором в конкурентной борьбе между аналогичными предприятиями. Также необходимо прослеживать, насколько установленная цена соответствует реальной ситуации на рынке в ходе реализации товара.

Что интересного предлагаете партнёрам для взаимовыгодного сотрудничества?

Довольно избитая, но красноречивая фраза: индивидуальный подход к каждому клиенту. И, конечно, система скидок! ai

Наши контакты: www.autoblik-2.ru, info@autoblik-2.ru, 8-8422-33-54-40

«АКОМ»: продукт российский – качество мировое!

Лидер аккумуляторной отрасли страны готов к замещению импорта

Турбулентность в мировой экономике и вызванная ею волатильность национальной валюты ставит перед Россией задачу ускоренного импортозамещения в промышленности. Российский бренд «АКОМ», известный автолюбителям высоким качеством аккумуляторов, уже несколько лет активно и успешно конкурирует с зарубежными производителями, благодаря чему рынок насыщается отечественным продуктом мирового качества по российской цене.

Выпуск аккумуляторов «АКОМ» изначально базировался на передовых технологиях таких мировых гигантов аккумуляторной отрасли, как Exide Technologies и Johnson Controls, Inc. В течение почти двух десятков лет производство активно развивалось, осуществлялись собственные разработки, вёлся поиск наилучших инжиниринговых решений, одновременно выстраивалась мощная сеть дистрибуции. В результате российская аккумуляторная отрасль получила лидера, который работает по самым передовым стандартам и на равных конкурирует с брендами мировой индустрии химических источников тока.

В общероссийском отраслевом рейтинге «Автоиндустрии» марка «АКОМ» по уровню узнаваемости заняла 1-е место среди российских и 3-е место среди мировых брендов стартерных АКБ (после Varta и Bosch).

Масштабный выпуск инновационной продукции «АКОМ» стал возможным благодаря непрерывному совершенствованию технологий и модернизации производства. Только за последние несколько лет в производство «АКОМ» инвестировано более 1,2 млрд руб., введено в эксплуатацию почти 100 единиц передового автоматизированного оборудования, исключающего риски, связанные с человеческим фактором, а значит, уровень брака готовой продукции близок к нулю. Сегодня завод оснащён уникальным высокотехнологичным оборудованием мирового уровня, которое не имеет аналогов в России и позволяет обеспечивать потребности рынка автомобильных батарей высококачественной продукцией. Собственный научно-технический центр «АКОМ» разрабатывает аккумуляторы с наилучшими эксплуатационными и потребительскими характеристиками, и имеет международную аккредитацию, признанную в странах Европы и Азии. Система менеджмента качества предприятия соответствует требованиям стандарта IATF 16949:2016, разработанного международной целевой автомобильной группой, в которую входит 9 ведущих мировых автопроизводителей и 5 национальных ассоциаций автопрома — Италии, США, Германии, Франции, Великобритании.

EFB и AGM

Линейка аккумуляторов бренда «АКОМ» включает в себя инновационную серию батарей, обладающих усовершенствованными техническими характеристиками: улучшенные залитые АКБ по технологии EFB (Enhanced Flooded Battery) и аккумуляторы с абсорбированным электролитом по технологии AGM (Absorbent Glass Mat) с гарантийным сроком 4 и 3 года соответственно. Инновационные технические решения, положенные в основу конструкций этих АКБ, обеспечивают им ряд преимуществ перед стандартными свинцово-кислотными аккумуляторами: повышенный жизненный ресурс, усиленная устойчивость к циклическим нагрузкам, коррозийным процессам, стойкость к вибрации, высоким и низким температурам, низкий уровень саморазряда. Кроме того, аккумуляторы EFB и AGM способствуют развитию рынка современных автомобилей с повышенными требованиями к энерговооруженности, снижению расхода топлива и минимизации выбросов вредных выхлопных газов («Start-Stop», «Start-Stop+»).

Аккумулятор «АКОМ+EFB» был неоднократно отмечен в профессиональной сфере престижными наградами: «Автокомпонент года-2017», «100 лучших товаров Росси-2017» и «100 лучших товаров России-2018», а также стал лауреатом национальной промышленной премии «Индустрия-2017» под эгидой Минпромторга России.

Аккумулятор успешно протестирован в экстремальных условиях ледяной Арктики и жаркой Сахары. Но самое главное — уникальная технология EFB от компании «АКОМ» смогла заслужить доверие и востребованность тысяч автомобилистов, о чём свидетельствуют благодарные отзывы покупателей во всех регионах России, странах СНГ и зарубежья. А сама технология EFB на российском рынке уже прочно ассоциируется с брендом «АКОМ».

Также сегодня на рынке представлена новая серия модернизированных аккумуляторов «АКОМ Asia», изготовленных по передовой технологии EFB специально для автомобилей производства Японии, Кореи и Китая и вошедших в «100 лучших товаров России-2018» как «Новинка года».

Об уровне качества батарей свидетельствует выбор российских и мировых автопроизводителей — сегодня каждая вторая машина, сходящая с заводского конвейера в России, оснащена аккумулятором производства «АКОМ». Завод является единственным поставщиком АВТОВАЗа с покрытием 100% потребности в АКБ для всех моделей LADA, на 90% покрывает потребности российских заводов Renault, поставляет аккумуляторы на российские заводы Peugeot, Citroën, Haval, Opel, Петербургский тракторный завод, ЛиАЗ и УралАЗ. Взаимодействие с автопроизводителями продолжается — «АКОМ» успешно прошёл сложнейшие аудиты компаний Hyundai, Toyota, Volkswagen, получил номинацию на поставку батарей EFB для КАМАЗа. Активно ведётся работа с автопроизводителями Белоруссии: батареи «АКОМ» поставляются на МАЗ, «Белджи» (для Geely), Минский тракторный завод. Все это подтверждает возможности «АКОМ» к импортозамещению с первоклассным качеством АКБ, в том числе и на престижных автомобилях зарубежных брендов: Peugeot, Citroën, Haval, Opel, которые в настоящее время комплектуются аккумуляторами производства «АКОМ» вместо импортных аналогов, при этом показывают высокие результаты успешной эксплуатации.

В настоящее время производственная мощность завода «АКОМ» составляет 3,5 млн АКБ в год, что даёт возможность полностью обеспечить потребность всех потребителей РФ, как на открытом рынке, так и на конвейерах автопроизводителей, даже при полном прекращении импортных поставок АКБ. При этом компания «АКОМ» не только предлагает огромное разнообразие продукции, но и на специально созданном на территории завода участке опытно-промышленного производства готова работать по запросу клиента, а, именно, оперативно разрабатывать и изготавливать аккумуляторы по индивидуальным техническим характеристикам, в том числе осуществлять мелкосерийный выпуск.

Опереться на сильного

Доступность цены аккумуляторов «АКОМ» сохраняется за счёт целого комплекса производственно-технологических факторов. Держать баланс соотношения цена/качество на уровне, привлекательном для российского автолюбителя, заводу позволяет постоянное совершенствование производственной культуры, снижение издержек и повышение производительности. Предприятие одним из первых в стране вошло в нацпроект «Производительность труда и поддержка занятости» и за два года повысило производительность труда на 22%. При этом ключевых показателей «АКОМ» достигает не за счёт повышения интенсивности труда работников, а благодаря развитию производственных систем, модернизации оборудования, цифровизации производства.

«АКОМ» проводит твёрдую политику локализации сырья, материалов, комплектующих и запасных частей. Завод не закупает компоненты в Китае, поэтому, в отличие от других предприятий, не зависит от остановки производств в Поднебесной. На сегодняшний день свыше 90% материалов и компонентов закупаются предприятием внутри страны, причём большая их доля не только локализована на территории Российской Федерации, но и производится собственными силами группы компаний «АКОМ». Производственные принципы и рыночная политика «АКОМ» свидетельствуют о крепости позиций лидера отрасли, на которого в нынешних экономических условиях может опереться российский рынок АКБ.

CleanLine — эффективное решение для удаления воды из дизельного топлива

MAHLE представляет инновационные топливные фильтры **CleanLine** с двухступенчатой очисткой. Они специально разработаны для решения распространенной эксплуатационной проблемы — наличие воды в дизельном топливе. Фильтры **CleanLine** показали выдающиеся результаты по сравнению с другими фильтрами, представленными на рынке.

Даже минимальное количество воды, присутствующей в дизельном топливе, эффективно отделяется, благодаря двум этапам фильтрации. Поскольку загрязнения задерживаются на первом этапе, а окончательное влагоотделение происходит на втором — это обеспечивает стабильную и высокую производительность **CleanLine** во время всего срока службы фильтра.

mahle-aftermarket.com

MAHLE

CWORKS
CERTIFIED PARTS

Транснациональная компания Toyota Tsusho Corporation ведёт свою деятельность на мировом уровне более 50 лет и является поставщиком автокомпонентов и запчастей на конвейеры в одноименной группе компаний. Благодаря процедуре исключительного отбора поставщиков среди OEM-производителей и наличию сертификатов в области контроля качества и R&D, корпорация Toyota Tsusho известна как надёжный поставщик продукции высокого качества

Эталонное японское качество

С марта этого года в России доступна универсальная линейка смазочных материалов CWORKS OIL от корпорации Toyota Tsusho — продуктов эталонного качества, разработанных специально для российских условий эксплуатации.

Глобальное присутствие позволяет Toyota Tsusho, следуя японским традициям, разрабатывать качественные запчасти и технические жидкости, доступные владельцам любых автомобилей в каждом уголке мира. Так, совместно с одним из международных партнёров корпорации Toyota Tsusho реализован проект моторных масел, смазок и специальных жидкостей под брендом CWORKS.

Традиционное японское качество

Корпорация Toyota Tsusho — одна из крупнейших компаний в мировой индустрии. Благодаря многолетней работе в области поставок автокомпонентов и деталей на автосборочные предприятия, корпорация обладает всеми необходимыми ресурсами и уникальными условиями для обеспечения рынка послепродажного обслуживания запчастями высокого качества. Один из ключевых показателей, подтверждающих качество CWORKS, — это соответствие международному стандарту IATF 16949:2016 на всех производствах, сертифицированных для изготовления продукции CWORKS.

Максимум доверия

Продукция CWORKS OIL производится на современном европейском заводе, имеющем собственный исследовательский центр, и оснащённом самым передовым оборудованием. Собственная лаборатория предприятия по разработке и испытаниям нефтепродуктов входит в ТОП 10 мира и ежегодно подтверждает этот статус, что позволяет ей быть полноправным участником ASTM International, Американского международного общества по испытанию материалов. Это крупнейшая организация по разработке стандартов в мире, в том числе в области испытаний нефтепродуктов.

Лаборатория сертифицирована по стандарту EN ISO / IEC 17025:2006 и аккредитована на испытание масел, смазочно-охлаждающих жидкостей и других технических жидкостей для автомобилей. Сертификат гарантирует, что протоколы испытаний этой лаборатории признаются по всему миру без дополнительного тестирования. Для конечного покупателя это означает соответствие масел CWORKS высоким стандартам качества.

Специально для России

Моторные масла CWORKS OIL обеспечивают надёжную защиту и экономичность современных двигателей легковых автомобилей, микроавтобусов и внедорожников. Компоненты в моторных маслах CWORKS OIL учитывают широкие климатические особенности эксплуатации в России и соответствуют необходимым допускам.

Один из самых перспективных продуктов, которыми в настоящее время в России представлена линейка CWORKS OIL, это ресурсосберегающее моторное масло для высокопроизводительных бензиновых и дизельных двигателей CWORKS OIL 5W-40 A3/B4 — полностью синтетическое всесезонное моторное масло, созданное на основе высококачественных базовых масел и обеспечивающее повышенную экономию топлива в двигателях легковых автомобилей, лёгких грузовиков, внедорожников и минивэнов.

Благодаря сбалансированной формуле базовых масел и премиальных присадок, масло обеспечивает отличную защиту двигателя от износа и отложений. Низкая вязкость позволяет использовать масло круглый год, включая регионы с очень низкими температурами в зимнее время.

Первые на рынке

Компания Toyota Tsusho Corporation анонсирует выход на российский рынок в ноябре 2020 года японской линейки смазочных материалов SUPERIA CWORKS OIL, среди которых будут продукты, имеющие официальные соответствия самым современным, экономичным и эффективным спецификациям API SP и ILSAC GF-6A, — это SUPERIA CWORKS MOTOR OIL 0W-20, 5W-30 и 5W-40.

Официальный поставщик продукции бренда CWORKS на территории России и СНГ — ООО «Оптимум Трейдинг», дочерняя компания Toyota Tsusho Corporation, Япония

ООО «Оптимум Трейдинг» приглашает к сотрудничеству дистрибьюторов, контакты для связи: sales@optimumauto.ru, (495) 221-00-61

DENSO статус с гарантией качества

Компания DENSO рассчитывает, что в ближайшем будущем большая часть компрессоров DENSO будет продаваться через сеть авторизованных сервисов

Запущенная в конце прошлого года компанией DENSO программа авторизации сервисных центров призвана улучшить качество оказания услуг в сегменте обслуживания автомобильных систем кондиционирования, а также увеличить продажи автокомпонентов DENSO соответствующей товарной группы через канал независимых СТО.

Компания DENSO запустила программу авторизации независимых СТО в декабре 2019 года. Поскольку в компании крайне скрупулезно подходят к процессу авторизации, а также в связи с непростой ситуацией, сложившейся в связи с пандемией COVID-19, к настоящему моменту статус авторизованного партнёра получило пять сервисов в России и Беларуси. Однако по состоянию на середину лета 2020 года в DENSO фиксируют значительный рост интереса к программе авторизации со стороны независимых СТО, специализирующихся на обслуживании и ремонте систем кондиционирования.

Требования

Для получения статуса авторизованного сервисного партнёра DENSO по системам кондиционирования сервисная станция должна выполнить ряд требований. Во-первых, она должна обладать специальным оборудованием. Во-вторых, СТО обязана использовать только одобренные расходные материалы, такие как, например, компрессорное масло и УФ-краситель, а сотрудники сервиса должны пройти обучение в рамках специальной образовательной программы DENSO. В-третьих, в соответствии со стандартами DENSO раз в два года предусмотрено проведение аудитов автосервисов и даже последующего отзыва статуса авторизованного партнёра в случае обнаружения грубых нарушений.

Преимущества

Статус авторизованного партнёра дает ряд неоспоримых преимуществ. Если говорить о самой сервисной станции, то, прежде всего, она получает прямую техническую и маркетинговую поддержку от DENSO. Иными словами, при возникновении вопросов по работе или обслуживанию систем кондиционирования сотрудники СТО всегда могут связаться с сервисным отделом DENSO и получить исчерпывающую и компетентную консультацию. Кроме того, сервису будет предоставлен комплект рекламных материалов, а информация о нём будет размещена на официальном сайте DENSO.

Гарантия качества

Однако главными выгодоприобретателями программы станут конечные потребители, то есть рядовые автолюбители. Клиенты авторизованных СТО получат гарантированно качественный сервис, поскольку все процедуры выполняются в соответствии с регламентами, разработанными компанией DENSO. Это снижает вероятность повторного ремонта практически до нуля. Помимо этого, клиент может быть уверен в том, что сервисная станция использует только оригинальные запчасти, поскольку авторизованные партнёры получают детали от официальных дистрибьюторов DENSO.

Неоспоримая логика

Безусловно, в процессе реализации программы авторизации независимых СТО компания DENSO планирует значительно увеличить объём продаж соответствующей продукции посредством автосервисного канала. В компании рассчитывают, что, например, в недалеком будущем большая часть компрессоров DENSO на российском рынке будет продаваться через сеть авторизованных сервисов. Стоит отметить, что такая практика уже давно получила широчайшее распространение на развитых рынках стран Европы. Что неудивительно, поскольку доверять весь цикл ремонта или обслуживания, от приобретения деталей до непосредственного оказания услуги, квалифицированным профессионалам как минимум удобно и целесообразно.

«На сегодняшний день в качестве приоритетной задачи мы видим появление хотя бы одной авторизованной DENSO СТО в каждом городе с населением более 500 000 человек, — говорит Александр Золотарёв, сервисный инженер компании DENSO. — Конечно, это далеко не предел и со временем программа будет масштабироваться, а значит, зона покрытия сети авторизованных СТО охватит всю страну».

цитата

Александр Золотарёв
сервисный инженер компании DENSO

«На сегодняшний день в качестве приоритетной задачи мы видим появление хотя бы одной авторизованной DENSO СТО в каждом городе с населением более 500 000 человек. Конечно, это далеко не предел и со временем программа будет масштабироваться, а значит, зона покрытия сети авторизованных СТО охватит всю страну».

www.denso-am.ru

VITEX
Анатолий Щетков
Чемпион Porsche Sport Challenge Russia
Партнёр моих побед — Vitex!
МАСЛО ЧЕМПИОНОВ
Vitex Racing 5W50
Полностью синтетическое моторное масло

TDK AUTOFILTER особенный продукт

Текст: Валерия Королева

С 2018 года компания TDK производит воздушные фильтры серии ECO/BIO. Ранее данная технология применялась заводами TOYOTA, MITSUBISHI в Японии. Сегодня выпуск продукции осуществляется в российском Обнинске на современных автоматических и полуавтоматических линиях марки «TOYOTA» завода ТДК. Подробнее об особенностях нового продукта и перспективах развития бизнеса в интервью коммерческого директора компании TDK Дмитрия Медведева.

Ваша компания не первый год занимается производством салонных и воздушных фильтров. Почему вы решили начать производство собственного продукта?

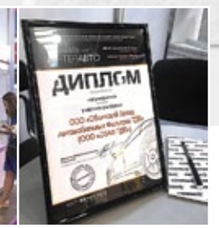
Много лет в сегменте автомобильных фильтров практически ничего не менялось. Автовладельцу предлагался выбор фильтров разных торговых марок, отличающихся, конечно, по качеству и цене. В области производства, особенно в России, также долгое время ничего не происходило — никаких новых предложений, принципиально новых взглядов, наблюдался своего рода «застой». И мы приняли решение подготовить достойную альтернативу сложившейся ситуации.

В чем особенность вашего фильтра?

Особенности начинаются с самого начала производства — это совершенно другой метод, и заканчиваются, когда фильтр уже установлен в коробку воздушного фильтра под капотом. У фильтра абсолютно другой внешний вид — он не имеет ни полиуретанового каркаса, ни привычных бумажных фильтроэлементов, пластика, клея. Фильтр изготовлен из специального полиэфирного биоволокна, обладающего повышенным уровнем фильтрации, при этом его воздухопроходимость выше, чем у стандартного фильтра. Это позволяет двигателю получать повышенное количество кислорода, что само собой увеличивает его мощность и экономию топлива.

В чём преимущества фильтров из биоволокна?

Как известно полиуретан имеет свойство затвердевать в холодную погоду, что оставляет возможность возникновения щелей. Биоволокно не поддается перепадам температур и влажности, которая обычно раз-



Ценовой уровень фильтров TDK доступен большинству автовладельцев. Это стало возможным за счёт оптимизации процессов производства не только самих фильтров, но и материалов и компонентов для их производства без потери в качестве. Все компоненты, используемые в производстве фильтров TDK, были разработаны и производятся в России, что положительно сказывается на цене

рушает бумажную основу фильтра, что уменьшает количество кислорода, получаемого двигателем. Весь фильтр это на 100% фильтрующий элемент, он способен принимать форму каркаса коробки под воздушный фильтр, закрывая мельчайшие неровности. Таковы его особенности при эксплуатации, но и в производстве всё иначе. Производство эко-био фильтров менее затратное, чем традиционное, соответственно себестоимость фильтра также снижается, а всё-таки фильтр — это расходный элемент, на котором люди часто предпочитают экономить. Лично мне приятно экономить, не теряя в качестве.

Ваши воздушные фильтры универсальны или разработаны для определенного типа двигателя?

Сказать, что воздушные фильтры «наши» неправильно, так как собственно технологию разработали не мы, а коллеги из Японии, применяя её для изготовления воздушных фильтров для японских автоконцернов, таких как TOYOTA и MITSUBISHI, их ставили на конвейер для некоторых моделей премиум сегмента — «Камри», а также на некоторые «Лексусы». Мы всего лишь предложили использовать её в производстве воздушных фильтров для автопрома других стран и занялись этим. TDK предлагает сегодня эти фильтры для корейских, европейских, российских, китайских, американских и, конечно, японских автомобилей.

Как долго продолжалась работа над созданием собственного фильтра и в чём заключалась основная сложность?

Это действительно оказалось непростой задачей. Потребовалось более двух лет для её решения, а основная трудность заключалась в том, чтобы создать материалы необходимого уровня качества в России, так как аналогов не было. Несколько крупных предприятий и лабораторий работали над созданием фильтровального полотна, которое бы соответствовало заявленному качеству, за основу были взяты технические условия автоконцерна TOYOTA при поставке на конвейеры. Работа по усовершенствованию продолжается и по сегодняшний день и — да, мы уже превзошли поставленные изначально задачи, в том числе в вопросах качества.

Создание собственного продукта, да ещё такого высокого качества, событие незаурядное. Как планируете бороться за свою нишу?

Хороший вопрос. Но, пожалуй, я оттолкнусь от одного из основных принципов компании TDK — «Делай хорошо своё дело и создавай новое». Это посыл к тому, что мы должны всегда применять опыт и знания в создании нового, двигаться вперёд и давать это людям. Ни о какой борьбе речи не идёт, скорее мы предлагаем альтернативу.

Сколько должен стоить хороший фильтр?

Стоимость фильтра, к сожалению, не всегда отображает его действительное качество. Но, к счастью, мы часто встречаем очень неплохие образцы по вполне доступной цене. К таковым относятся и фильтры TDK, ценовой уровень которых доступен большинству автовладельцев. Это стало возможным за счёт оптимизации процессов производства не только самих фильтров, но и материалов и компонентов для их производства, но никак не ценой потери в качестве. Как известно, все компоненты, используемые в производстве фильтров TDK, были разработаны и производятся в России, что положительно сказывается на цене. Мы считаем этот вариант для себя наиболее подходящим и в последние годы окончательно убедились в этом.

Вы продолжаете выпуск салонных фильтров или теперь главное для вас — ваше детище?

Разумеется, TDK будет продолжать производить салонные фильтры далее, причём ежегодно их выпуск и сбыт увеличивается минимум на 30% по сравнению с аналогичными периодами прошлых лет и в ближайшие месяцы мы готовимся к запуску ещё одной линии, которая позволит увеличить выпуск в разы. У этой линии также будут интересные особенности, но об этом мы расскажем позже.

Что касается воздушных эко-био фильтров, то мы в самом начале этого пути. Поступают запросы на расширение ассортимента от наших партнёров, отдел конструкторов и технологов работает в этом направлении. Собственно для нас производства салонных и воздушных фильтров это два абсолютно не связанных между собой подразделения.

Новый бренд это новые возможности, в том числе для дилеров. Кого вы приглашаете к сотрудничеству?

Заявку на дилерство может подать абсолютно любая компания. Далее отделом маркетинга будет предложен вариант сотрудничества. Несмотря на чётко выстроенную политику партнёрства, всё же в неё входит несколько вариантов, из которых компания выбирает наиболее оптимальный.

Какие территории планируете осваивать в первую очередь?

Уже сейчас фильтры TDK успешно реализуются во многих республиках и областях России оптовыми компаниями и интернет-площадками, а также в странах, входящих в ЕАЭС. Но если взять в целом рынок автокомпонентов, то предложение по фильтрам TDK довольно скромное, поэтому TDK рассматривает партнёрство с компаниями как из России, так из-за рубежа. Ведутся переговоры с Марокко о поставках воздушных фильтров.

Какие у вас преимущества перед конкурентами?

В первую очередь — гибкость, которая заключается в понимании особенностей разных областей и регионов России. Кроме того, судя по отзывам наших партнёров, компания TDK отличается оперативностью в вопросах поставок. Ну и, конечно, нельзя не отметить тот факт, что при высоком качестве фильтры TDK производятся в России, что делает этот продукт выгодным и привлекательным в цене.

Почему выгодно работать с вами и вашим брендом?

TDK — бренд относительно молодой, нацеленный не просто на поставки фильтров, но и на внедрение новшеств в эту сферу. Несмотря на то, что завод занимается производством фильтров более 12 лет, можно сказать, что, являясь стабильным предприятием, в 2018 году он приобрёл совершенно новые принципы и стратегию развития. Наши партнёры привыкли получать только лучшие предложения!

Как стать дилером:
+7 (902) 390-0101, email: info@km-filtr.ru, @tdk_autofilter, www.km-filtr.ru

OSRAM:

как сэкономить и не потерять в качестве

OSRAM — один из ведущих мировых производителей систем освещения с более чем 110-летней историей. В сфере автомобильного освещения компания — признанный технологический и рыночный лидер мирового масштаба. Лампы OSRAM ежегодно поставляются на конвейеры Toyota, Audi, BMW, Ford, Honda, Mercedes-Benz, Mazda, Nissan, Renault, Volkswagen и многих других автогигантов

Поговорка о том, что скупой платит дважды, никогда не потеряет своей актуальности. Сегодня, сталкиваясь с острым желанием клиента заплатить поменьше, важно напомнить ему об этой народной мудрости. Пожалуй, кризис — это оптимальное время для того, чтобы обратить внимание именно на продукты с дополненными характеристиками, которые оправдывают свою высокую стоимость значительной выгодой в долгосрочном плане.

4 года работы галогенных ламп OSRAM

Линейка галогенных ламп ULTRA LIFE, на которую OSRAM даёт 4 года заводской гарантии, — отличный пример рационального подхода к выбору автокомпонентов. В этом легко убедиться, проведя простой анализ стоимости эксплуатации автомобильных ламп в расчёте на 1 год. В расчёте не учитывалась стоимость замены ламп на СТО, как и время, затраченное клиентом на самостоятельную работу.

Розничная цена за пару: 468 рублей

Стоимость в расчете на 1 год* (без услуг замены) — 468 рублей

Рекомендованная розничная цена за пару: 761 рубль

Стоимость в расчете на 1 год* (без услуг замены) — 190 рублей

* При среднем годовом пробеге автомобиля 14 259 км и использовании ламп 60% времени.

10 лет с ксеноновыми лампами OSRAM

Да-да, ваш клиент может сказать, что не собирается эксплуатировать свой автомобиль 10 лет. Однако 2020 год наглядно показал, что жизнь имеет способность существенно отклоняться от заданного курса. А 10 лет гарантии на ксеноновые лампы XENARC ULRTA LIFE делают их бескомпромиссным вариантом с точки зрения стоимости эксплуатации в расчете на 1 год.

Розничная цена за пару: 5 800 рублей

В расчете на 1 год (без услуг замены) — 1 450 рублей**

Рекомендованная розничная цена за пару: 9 499 рублей

В расчете на 1 год (без услуг замены) — 950 рублей**

** При среднем годовом пробеге автомобиля 14 259 км и использовании ламп 60% времени

Менять парами

Казалось бы, зачем менять вторую лампу, если она ещё светит?! А затем, что, во-первых, вторая лампа наверняка тоже скоро перегорит, и это значит, что нужно будет снова тратить время, чтобы покупать и менять. Во-вторых, свет новой и старой ламп будет различаться. Очевидно, что экономия времени клиента, его денег, а также комфорт во время вождения не стоят сомнительного риска.

Не всё то золото

Очевидно, что три простых примера подтверждают тот факт, что не всё то выгодно, что дешевле. Настал момент, когда стоит начать возвращать клиентов «на землю» и напоминать им о последствиях «экстремальной экономии». Отличную возможность сэкономить качественно предоставляет клиенту компания OSRAM, призывающая партнёров подключиться к этому важному делу.

Есть вопросы? Мы готовы ответить!
msk.info@osram.com

ALPHA FILTER качество доступно

Более чем 20-летний успешный опыт, географически выгодное месторасположение завода ALPHA FILTER, отсутствие кредитов, высокая степень организации производства, большая доля автоматизации и высокий уровень оптимизации технологических процессов в совокупности с квалифицированными трудовыми ресурсами позволяет предложить покупателю высококачественный продукт по доступной цене. Всё это даёт возможность потребителю воздушных и салонных фильтров AF экономить приличные деньги, не теряя в качестве

Дёшево — не значит плохо. Это утверждение было убедительно доказано производителем широко известных на постсоветском пространстве фильтров AF. В сегодняшней ситуации, когда мировой бизнес столкнулся с непредвиденными обстоятельствами в «лице» пандемии КОВИД-19, традиционное ценовое позиционирование компании ALPHA FILTER приобретает особое значение.

Фильтры под торговой маркой ALPHA FILTER известны на рынке с 1997 года и поставляются в большинство стран Восточной, Западной Европы и страны СНГ. Ассортимент продукции, выпускаемой компанией ALPHA FILTER, составляет почти 1000 наименований и 95% из них это фильтры для импортной легковой и грузовой техники. Воздушные, салонные и топливные фильтры — ассортимент постоянно расширяется, более того, компания может оперативно осваивать производство воздушных и салонных фильтров по техзаданию заказчика. Компания ежегодно демонстрирует качественный и количественный рост.

Сырье это важно

Для производства фильтров ALPHA FILTER традиционно используются только высококачественные фильтровальные материалы от ведущих мировых производителей, сырьё и клей для производства уплотнительных компонентов поставляются от таких компаний, как «Bayer AG» и «Henkel», что в сочетании с роботизированными линиями позволяет заводу стабильно обеспечивать выпуск продукции, соответствующей лучшим мировым образцам.

Компания ALPHA FILTER совместно с дилерами стремится показать автовладельцам реальную выгоду от приобретения и использования своей продукции и реализовать в итоге классическую, самую надёжную схему: купил, понравилось, пришёл за повторной покупкой, привёл знакомых и друзей

Главный принцип

Компания ALPHA FILTER на собственном опыте доказала и продолжает доказывать, что при грамотном и честном отношении к производству фильтры могут иметь нужный, качественный ресурс и при этом стоить недорого. Достаточно взглянуть на первоклассный товарный вид упаковки и самого продукта. Многоступенчатый контроль качества при производстве, постоянное совершенствование технологии и минимизация непроизводственных расходов — таковы принципы работы ALPHA FILTER.

Более чем 20-летний успешный опыт, географически выгодное месторасположение завода ALPHA FILTER, отсутствие кредитов, высокая степень организации производства, большая доля автоматизации и высокий уровень оптимизации технологических процессов в совокупности с квалифицированными трудовыми ресурсами позволяет предложить покупателю высококачественный продукт по доступной цене. Всё это даёт возможность потребителю воздушных и салонных фильтров AF экономить приличные деньги, не теряя в качестве.

Все честно

Компания ALPHA FILTER предлагает своим партнёрам честные отношения и разумные цены, не «раздувая» их дополнительными бонусами и не вынуждая дилеров использовать дорогие мотивационные программы для реализации продукции завода. Честные отношения — это честные цены, индивидуальный подход и свобода выбора действий для всех, включая конечного потребителя.

Эксклюзивный дистрибьютор компании «ALPHA FILTER» в РФ — ООО ПКФ «ПРАГМА»

Россия, 150030, г. Ярославль, ул. Старая Костромская, д.7, офис 7, www.pragma-yar.ru, www.alpha-filter.com, e-mail: pragmayar@yandex.ru, pragma-yar@yandex.ru, тел: +7 (4852) 44-35-33, +7 (961) 156-19-36.

Подшипники в ремкомплектах ПИ надёжны и просты в установке и эксплуатации. При их производстве используется высококачественная сталь и применяются передовые технологии, что обеспечивает подшипникам долговечность, износостойкость и способность выдерживать специальные нагрузки. А система строгих допусков производства добавляет высокую точность

Марка ПИ: жел езное качество

Одна из главных задач компании «Подшипник Интер» — обеспечить наличие подшипниковой продукции для любой заявки клиента с лучшим соотношением цена/качество. С момента основания компании в 1999 году и до сего дня её целью является максимальное удовлетворение потребностей потребителей, что достигается благодаря гибкой ценовой политике. Девиз компании «Подшипник Интер» — высокое качество и безупречный сервис для каждого клиента.

Основное направление деятельности компании «Подшипник Интер» — оптово-розничная продажа подшипников и автокомпонентов для отечественных автомобилей, а также оптово-розничная продажа промышленных подшипников. Чтобы полностью удовлетворить потребности своих клиентов, компания начала выпуск продукции собственного бренда ПИ на площадке Jiangsu Xinhong Industrial Group Co., крупнейшего китайского предприятия по производству и торговле автозапчастями.

Подшипники ПИ отличаются низким уровнем шума и вибрации, отвечая самым высоким требованиям. Электронно-вычислительная и точная измерительная техника, станки с микропроцессорами и числовым программным управлением дают неизменный результат. Результат высокотехнологичного производства и применения современного оборудования — гарантия качества и долговечности этих подшипников.

Компания предлагает также готовые ремкомплекты, в том числе собственной сборки. В ремонтных комплектах ПИ только сертифицированные компоненты от известных российских производителей и

Jiangsu Xinhong Industrial Group Co.

официальных поставщиков подшипников для конвейерных автомобильных заводов АвтоВАЗ, ГАЗ, УАЗ. В настоящее время в ассортименте около 50 видов ремкомплектов ПИ, отвечающих современным требованиям к качеству, упаковке и удобству использования для потребителя.

Весь ассортимент продукции хранится на специальных складах с соблюдением всех условий, необходимых как для хранения продукции, так и для её оперативной отгрузки покупателю. Независимо от масштабов компаний — потребителей продукции «Подшипник Интер», здесь стараются удовлетворить любые запросы. И потребители отвечают на такое отношение своим неизменным доверием.

Компания «Подшипник Интер» предлагает качественную продукцию по доступным ценам, предусматривая широчайшую систему скидок и различных форм доставки. Залогом успешных партнёрских взаимоотношений являются:

- быстрая доставка заказанной продукции, отлаженная логистика;
- точная и быстрая комплектация заявок;
- высокое качество всей предлагаемой продукции;
- индивидуальный подход к каждому клиенту;
- строгое выполнение всех обязательств.

Высокий уровень сервиса в компании «Подшипник Интер» — основа для долговременного и взаимовыгодного сотрудничества. Профессионализм и ответственность — главные конкурентные преимущества компании. Оптовых и розничных покупателей порадуют привлекательные цены на подшипники торговой марки ПИ и огромный ассортимент подшипников и сопутствующей продукции.

ПИ

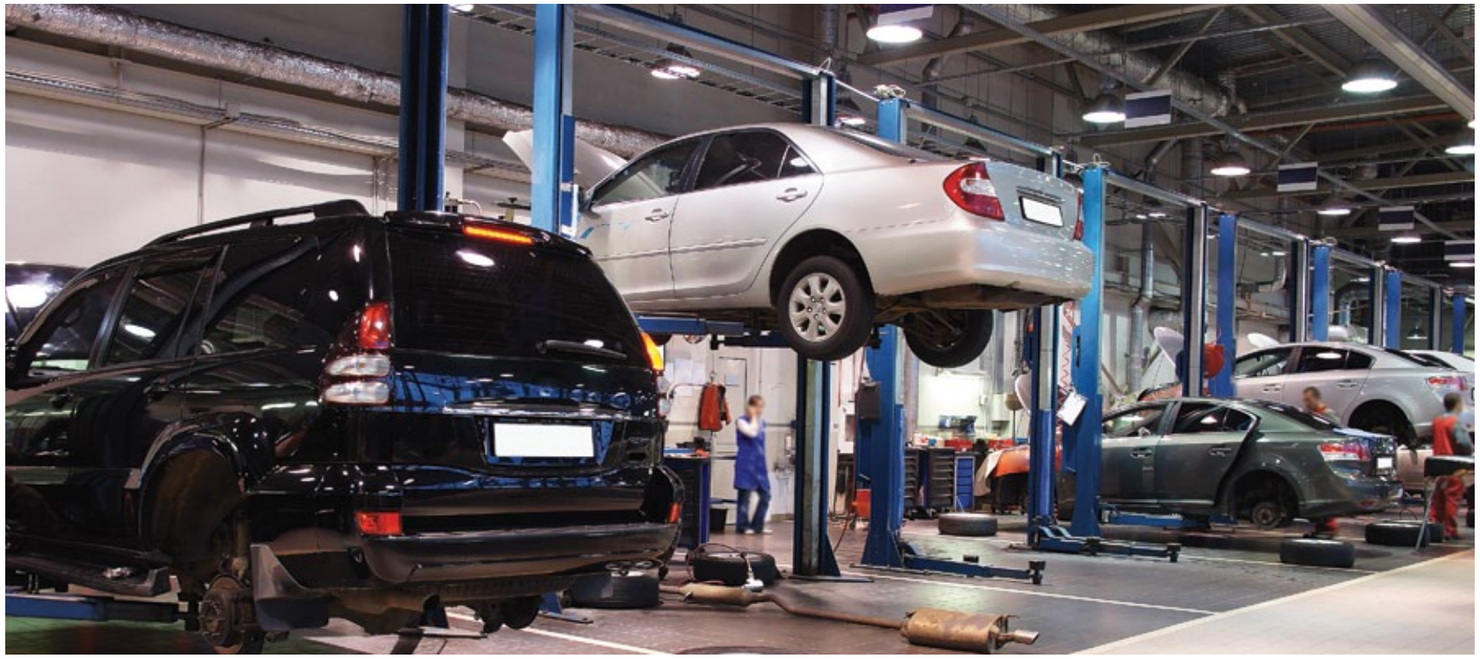
«Подшипник Интер» приглашает к сотрудничеству оптовых покупателей:

производственные предприятия, заводы, фабрики, крупные и небольшие автомагазины, торговые организации, установочные центры, автосалоны, станции технического обслуживания. Работа за наличный и безналичный расчёт.

office@bearing-pi.ru, 8 (8482) 70-46-06

LED фонари Tungsram: ярко, мощно, удобно

Фонарь — один из основных инструментов при ремонте. Он ничего не режет, не откручивает и не зажимает, но способен создать максимально комфортные условия для мастера. Без него не обойтись при тонкой работе в моторном отсеке или при осмотре ходовой и тормозной систем. Когда стационарных источников света недостаточно, именно фонари обеспечивают специалисту видимость и, соответственно, полноту диагностики и качество выполненной работы. А если в недрах машины исчезли оброненный ключ или гайка, без подсветки просто не обойтись



Подробнее о бренде Tungsram на сайте компании automotive.tungsram.com/ru

Венгерская компания Tungsram, входящая в тройку мировых лидеров по производству автомобильных источников света, представила светодиодные инспекционные LED фонари для автосервиса. Это высококачественные прочные устройства, которые идеально подходят для использования в автомобильных мастерских и гаражах, где требуется дополнительное освещение и исключительная яркость.

В наши дни лампы-переноски, висящие на удлинителе где-то в гараже, безнадёжно устарели уже потому, что современные источники света могут благодаря магнитам крепиться к кузову автомобиля непосредственно над местом работы. Обладая мощностью светового потока до 1000 люмен, они помогают автомеханикам точно диагностировать и устранять неисправности автомобиля.

Светодиодные инспекционные фонари Tungsram — это высококачественные прочные устройства, поэтому они идеально подходят для профессиональных техников при использовании в автомобильных мастерских и гаражах, где требуется дополнительное освещение и исключительная яркость. Эти лампы оставляют руки свободными, поскольку для простоты использования оснащены встроенными крюками и магнитами. Они выпускаются в двух размерах и комплектуются долговечной перезаряжаемой литиевой батареей.

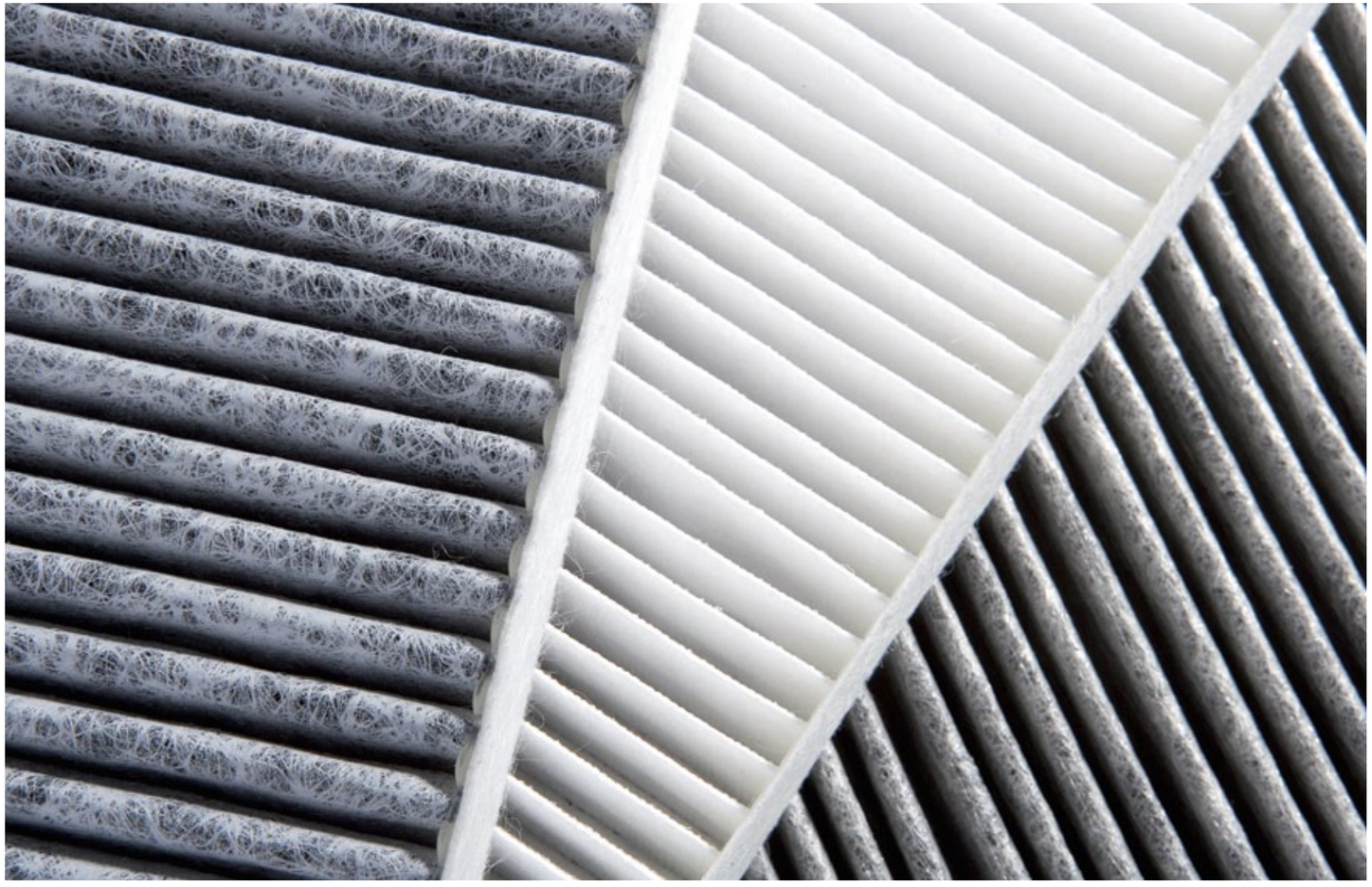
Оба фонаря имеют корпус с уровнем защиты IP66, устойчивый к пыли и влаге. Более крупная модель (арт. 63000) может обеспечить 1000 лм яркого белого света на срок до трёх часов при цветовой температуре 6000 K и может заряжаться через USB или док-станцию с помощью адаптера переменного/постоянного тока, входящего в комплект поставки. Также в данном фонаре предусмотрен режим пониженного потребления энергии, при котором обеспечивается до 5 часов работы при 500 лм светового потока.

Карманная версия светильника (арт. 63010) обеспечивает выходной поток до 240 лм (140 лм в режиме экономии) при цветовой температуре 5700 K и с максимальным временем работы 7 часов и может заряжаться с помощью кабеля USB.

Светодиодные инспекционные фонари Tungsram можно использовать в широком диапазоне температур воздуха от –10 до +40 градусов. Это хороший выбор, когда для профессионального ремонта требуется яркое и мощное освещение рабочей зоны.

Салонные фильтры DENSO защитить и обезвредить

Благодаря высокому уровню качества и надёжности компонентов DENSO для автомобильных систем кондиционирования и вентиляции продукты компании были выбраны ведущими мировыми автопроизводителями для конвейерной комплектации своих автомобилей. Компания DENSO применяет одни и те же стандарты для производства как оригинального оборудования, так и продукции, предназначенной для независимого рынка автозапчастей. Это относится и к салонным фильтрам, крайне востребованным в весенне-летний период, — они полностью отвечают всем актуальным требованиям, предъявляемым к продукции данного типа



С наступлением лета и повышением температуры окружающей среды в воздухе больших городов неизбежно возрастает концентрация вредных для здоровья человека частиц. Компания DENSO напоминает о важности своевременной замены салонного фильтра автомобиля.

Новый салонный фильтр способен эффективно удалять из поступающего в салон воздуха вредные механические и химические частицы: благодаря недорогой и быстрой процедуре замены можно качественно улучшить атмосферу в салоне и сделать поездки более комфортными как для водителя, так и для пассажиров. В ассортименте DENSO присутствуют фильтры двух типов: стандартные многослойные и комбинированные многослойные с добавлением активированного угля.

Стандартные салонные фильтры

В стандартных салонных фильтрах DENSO используется до пяти отдельных слоев фильтрующего полимерного материала — флиса. По структуре флис представляет собой множество тончайших полиэфирных волокон и воздушных прослоек между ними. Благодаря обилию микроскопических карманов фильтр постепенно заполняется пылью. Он обладает большой удерживающей ёмкостью и при этом создаёт минимальное сопротивление потоку воздуха. Современные фильтры DENSO способны задержать большую часть вредных частиц и загрязняющих веществ, поступающих в салон автомобиля через систему вентиляции.

С помощью такой механической фильтрации осуществляется удержание частиц размером до 0,01 мкм. При этом, согласно исследованиям ВОЗ, наибольшую опасность для дыхательных органов человека могут представлять малые частицы размером до 3 мкм, в частности, канцерогенная сажа из выхлопа дизельных автомобилей. Салонные фильтры DENSO гарантированно удерживают частицы такого размера, обеспечивая чистоту и безопасность воздуха в салоне автомобиля.

Помимо механической фильтрации, в салонных фильтрах DENSO применяется электростатическое задержание нежелательных элементов. Микроскопические частицы, имеющие положительный или отрицательный заряд, притягиваются и удерживаются фильтрующим материалом благодаря электростатическому взаимодействию.

Комбинированные фильтры со слоем активированного угля

В дополнение к стандартным многослойным флисовым фильтрам компания DENSO выпускает линейку комбинированных фильтров с прослойкой из активированного угля. Наличие дополнительного слоя активированного угля обеспечивает удержание вредных для организма химических веществ. Уголь комбинированных фильтров является эффективным абсорбентом, способным удерживать фенольные фракции, бензиновые пары, окислы азота, серы и свинца. Эти вещества постоянно присутствуют вокруг автомобиля, поскольку представляют собой продукты разложения топлива и технических жидкостей.

В комбинированных угольных фильтрах DENSO, равно как и в стандартных фильтрах, используется до пяти отдельных слоёв фильтрующего материала. Поскольку фильтрующие свойства многослойного флисового наполнителя сочетаются с химическим действием активированного угля, комбинированные фильтры способны защитить воздух в салоне от большинства вредных веществ.

Все типы фильтров DENSO имеют выверенную геометрию для точной и герметичной посадки в предназначенное для них место в системе вентиляции. Конструкция салонных фильтров DENSO обладает необходимым запасом прочности и жёсткости для надёжного функционирования изделия в течение всего срока эксплуатации.

Периодичность замены

Для обеспечения оптимального режима очистки воздуха необходимо выполнять замену салонного фильтра каждые 10 000 км, но не реже одного раза в год. Однако с учетом специфики эксплуатации автомобиля рекомендуется проводить эту процедуру дважды в год — перед сменой сезона. DENSO напоминает, что от состояния салонного фильтра и степени его загрязнения зависит не только чистота воздуха в салоне, но и работоспособность системы отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха.

Несвоевременная замена салонного фильтра может привести к попаданию чрезмерного количества механических частиц в электродвигатель отопителя, а также на испаритель кондиционера и теплообменник отопителя, что может негативно сказаться на их работе. Заполненный пылью салонный фильтр приводит к повышенной нагрузке на электродвигатель вентилятора, что значительно ускоряет износ этого узла.

Также необходимо помнить, что накопивший чрезмерное количество влаги и частиц салонный фильтр может стать местом размножения бактерий и причиной загрязнения салона автомобиля. Размножение на фильтре грибков и бактерий способно привести к появлению запаха в салоне автомобиля и даже нанести вред здоровью находящихся внутри людей.

Компания DENSO предлагает широкий ассортимент салонных фильтров оригинального качества для осуществления их своевременной и оперативной замены. Предложение DENSO в этом сегменте насчитывает 379 артикулов, обеспечивающих 18 900 вариантов применений и покрывающих 90% автопарка Европы и России. Вовремя меняйте салонный фильтр вашего автомобиля — от этого зависит комфорт и безопасность передвижения в летнее время.

www.denso-am.ru

MAHLE PLUS
больше бонусных баллов

Компания MAHLE даёт покупателям возможность увеличить количество бонусных баллов программы лояльности MAHLE PLUS. Для этого нужно просто стереть скретч-слой на упаковке и ввести свой код на сайте компании.

MAHLE является глобальным поставщиком запасных частей для всех узлов силового агрегата автомобиля с качеством поставщика на конвейер — от деталей для двигателя, турбонагнетателей, фильтров, систем охлаждения и кондиционирования воздуха, стартеров и генераторов вплоть до оборудования для обслуживания и диагностики, равно как и компонентов для электромобилей и электроники, а также запасных частей для ретроавтомобилей.

На международном рынке MAHLE Aftermarket объединяет в себе семь солидных брендов, которые олицетворяют собой инновации и бескомпромиссное качество. Помимо зонтичного бренда MAHLE мы представляем продукцию таких успешных компаний, как BEHR, CLEVITE, IZUMI, METAL LEVE и KNECHT FILTER. В 2018 году в семейство MAHLE был интегрирован бренд BRAIN BEE, под которым оборудование для обслуживания и диагностики автомобилей поставляется на рынки Европы, Среднего Востока, Африки, Южной Америки и некоторых стран Азии.

MAHLE Aftermarket активно ведёт свою деятельность в 25 международных филиалах, обеспечивая годовой оборот 950 млн евро. 7 марок характеризуются инновациями и бескомпромиссным качеством: MAHLE, BEHR, BRAIN BEE, CLEVITE, IZUMI, KNECHT FILTER и METAL LEVE. Ассортименты этих марок достигают высокой степени покрытия рынка и благодаря постоянному обслуживанию расширяются в соответствии с потребностями клиентов. Всеохватывающая логистическая сеть позволяет предоставлять своим заказчикам все продукты в кратчайшие сроки.

Большое внимание компания уделяет борьбе с контрафактом, регулярно обмениваясь информацией с другими предприятиями автомобильной отрасли. Сообщая о фактах незаконного копирования и о подделках товарных знаков или патентов, MAHLE разрабатывает новые меры против всех форм фальсификации товаров.

Для поддержки своих покупателей компания разработала акцию, позволяющую получить дополнительные бонусные баллы программы лояльности MAHLE PLUS. На упаковке продукции MAHLE, которая поступает на склады дистрибьюторов с июня 2020 года, размещены специальные стикеры со скретч-слоем, под которым находится уникальный код. Достаточно стереть скретч-слой и ввести полученный код на сайте mahle.plus в личном кабинете в разделе Скретч-коды.

После сохранения кода покупателю сразу будут начислены баллы за покупку:

- **турбонагнетателя — 2500 баллов;**
- **компрессора кондиционера — 1200 баллов;**
- **стартера или генератора — 700 баллов;**
- **фильтра автоматической коробки передач — 100 баллов.**

Хотите стать партнёром программы лояльности MAHLE PLUS?
Получите карту для регистрации у вашего дистрибьютора продукции MAHLE, зарегистрируйте её на сайте www.mahle.plus и получите 3000 баллов в подарок
тел:+7 (48438) 63-88-8

Рынок легковых автомобилей: семь месяцев пандемии

В течение семи месяцев российский авторынок пережил резкое падение показателей, но затем перешёл к восстановлению. До компенсирования потерь ещё далеко, тем не менее, положительные тенденции на рынке пока сохраняются

Текст: Василий Пражек

Нет необходимости лишний раз повторять, насколько сильно повлиял коронавирус на рынок легковых автомобилей в первом полугодии 2020 года. Тем более, что в июне появились хорошие новости — производство, продажи, экспорт, импорт перестали падать, а в июле многие показатели выросли к показателям первого полугодия 2020 года.

В первом полугодии 2020 года объём продаж автомобилей в России по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (АППГ) сократился на 23,3% до 635 959 автомобилей. Хотя сокращение продаж началось ещё в 2019 году, но такое сильное и быстрое падение за короткий срок определялось влиянием пандемии коронавируса.

По итогам июня объём продаж автодилеров сравнялся с аналогичным показателем прошлого года, благодаря отложенному спросу и программам господдержки.

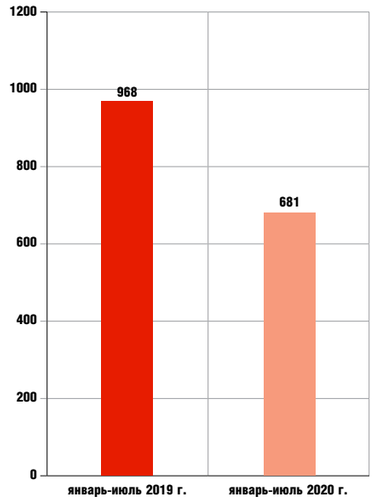
То, что в июне продажи автомобилей не упали по отношению к АППГ, является очень хорошим результатом, если учесть, что продажи в апреле падали на 72,4%, а в мае — на 51,8%.

Отложенный спрос в июне возник из-за того, что в определённый период пандемии были введены ограничения, которые сильно снизили потребительскую активность на всех рынках. Участники рынка говорят о том, что автосалоны были или закрыты, или абсолютно пусты на протяжении длительного времени. Людям было не до автомобилей.

Что касается господдержки, то на поддержку автопрома было выделено 25 млрд руб. из Резервного фонда. Кроме того, с 1 июня вступили в силу обновлённые программы на покупку новых автомобилей с использованием дополнительных мер господдержки, разработанных Минпромторгом.

В частности, изменения коснулись программы «Первый автомобиль», в рамках которой ценовой порог для скидки 10% увеличился с 1 млн руб., до 1,5 млн руб.

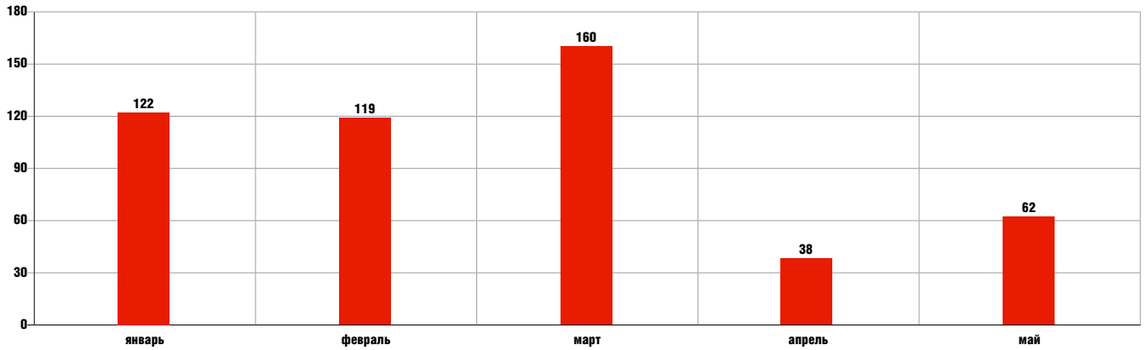
Сравнительный объём продаж легковых автомобилей, тыс. ед.



По программе «Семейный автомобиль», скидка в 10% предоставляется на автомобиль для семьи с одним ребёнком, в то время как до этого скидка была доступна для семей с двумя детьми.

Также, на 10% скидку имеют право сотрудники медорганизаций.

Динамика рынка легковых автомобилей январь–май 2020 года, тыс. ед.



Нужно отметить, что в этот раз помощь государства была как нельзя более кстати. Вряд ли дилерам удалось бы прервать падение рынка и вернуться к росту рынка, если бы не своевременная госпомощь. Если государство изыщет возможность поддерживать продажи и дальше, ситуация на рынке может продолжать улучшаться. Так как автопроизводители настроены пессимистично и полагают, что положительные тенденции, определяемые рыночными факторами, долго не продлятся.

Ещё одна форма поддержки тоже внесла вклад в приостановку падения продаж — покупатель может получить скидку до 25%, при покупке автомобиля брендов Renault, Chevrolet, Volkswagen, Skoda, Kia, Hyundai по программе trade-in.

На российском рынке сложился дефицит марки Kia моделей Seltos, Rio X-Line, Sorento Prime (в максимальной комплектации), Soul, Cerato; также не хватает Hyundai Creta и Hyundai Solaris; отмечается нехватка моделей Mercedes, Audi, Volkswagen.

Дефицит связан с приостановкой работы автопроизводств PSA, Renault, Volkswagen Group, Mercedes-Benz, Daimler и других. Так или иначе, практически все мировые автопроизводители ограничивали свою работу, в том числе и в России.

Кстати, в течение первого полугодия на юридические лица было оформлено 84 тыс. новых легковых автомобилей (порядка 15% авторынка), что на 21% меньше к АППГ.

Экспорт и импорт автомобилей тоже переживали упадок на протяжении полугода. Так, экспорт легковых автомобилей из России сократился на 44% и составил 30,6 тыс. единиц на общую сумму 461 млн долларов. В июне российским автопроизводителям удалось резко нарастить экспорт, больше, чем на 90% и отправить за рубеж 5,7 тыс. автомобилей, на 105,5 млн долларов.

Импорт легковых автомобилей в Россию по итогам шести месяцев 2020 года сократился на 34,5% до 94,1 тыс. ед. При этом объём импорта легковых в июне составил 16,8 тыс. машин (+52,3% к маю) на 321,1 млн долларов.

Также стоит отметить, что в июне текущего года объём продаж подержанных легковых автомобилей достиг 420 тыс. ед., что на 8,3% меньше к АППГ. По итогам всего первого полугодия рынок подержанных машин опустился на 12,9% и составил 2,2 млн автомобилей.

В первом полугодии 2020 года количество дилерских компаний уменьшилось на 218, до 3152 объектов. За это время было заключено только 144, а расторгнуто 362 дилерских контракта. Стоит отметить активную деятельность китайских брендов. Количество дилеров Changan увеличилось на 26 дилеров, у FAW открылось 12, у Haval прибавилось 9 центров, также выросло количество дилеров у брендов JAC, и Chery, и Geely. Китайские поставщики также закрывали дилерские центры, но вновь открытых было больше.

Отдельно стоит упомянуть электромобили: они постепенно наращивают свою популярность в мире, но в России электрокары пока по-прежнему покупают мало. Тем не менее, динамика продаж электромобилей в России тоже развивалась в русле общих тенденций. По данным АА «АВТОСТАТ», в течение первого полугодия 2020 года количество продаж электромобилей достигло 121 ед., что на 18% меньше, чем в первом полугодии 2019 года. Из них 40% занимали автомобили Nissan Leaf.

Когда на экономику перестанет влиять коронавирус, глобальные и национальные причины кризиса никуда не денутся, — так что в России продолжат падать доходы населения, расти цена автомобилей и так далее

Июль

Несмотря на прогнозы, что рост продаж прекратится в конце июня, в июле авторынок тоже продолжал расти. По сравнению с показателями июля 2019, рост продаж автомобилей достиг 6,8%, до 141924 ед. Считается, что по-прежнему положительно влияет на рынок отложенный спрос. Однако, обнадёживающие показатели июля пока не компенсировали сокрушительное падение продаж в апреле и мае года, и по итогам семи месяцев было продано 681 тыс. единиц легковых автомобилей, что на 19,3% меньше к АППГ.

Практически никто из участников авторынка не надеется на длительный рост продаж, так как, хотя пандемийные ограничения утратили своё влияние, но их последствия пока никак не компенсированы — люди теряли в доходах, получали меньшую зарплату, сильно пострадал малый и средний бизнес.

Нужно заметить, что коронавирус, на который сейчас сваливают все проблемы, только сильно и быстро углубил и без того нарастающий экономический кризис. Продажи автомобилей падали уже в 2019 году. Напомним, по итогам 2019 г. в России было продано 1 759 532 новых легковых автомобиля, что на 2,3% (41,1 тыс. ед.) меньше, чем в 2018 году.

Когда на экономику перестанет влиять коронавирус, глобальные и национальные причины кризиса никуда не денутся, — так что в России продолжат падать доходы населения, расти цена автомобилей и так далее. Но без коронавируса, всё же, — было и будет лучше.

Что касается марок, то продажи LADA в июле 2020 года увеличились к АППГ на 5,7%, но за семь месяцев сократились на 19,6%, группа «Соллерс» увеличила продажи на 16,2% (сократились на 17,8% за семь месяцев).

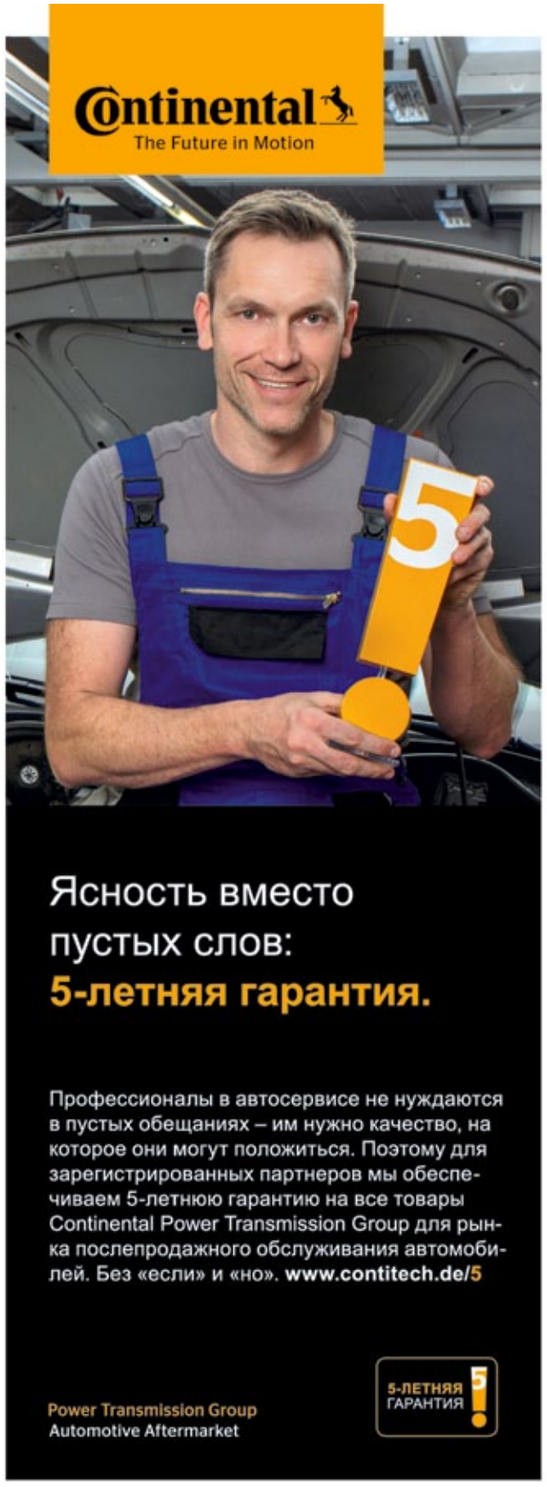
При этом дефицит брендов в России сохраняется, как отмечается, нехватка ощущается практически по всем брендам автомобилей. Вероятно, это связано с тем, что автопроизводство, автокомпонентное производство, логистические связи — производственных поставок и товаропроводящие — ещё далеки до полного восстановления.

По данным АА «АВТОСТАТ», в июле 2020 года объём рынка легковых автомобилей с пробегом вырос на 13,8% , к АППГ, до 560,6 тыс. ед. Суммарно, по итогам семи месяцев 2020 года объём вторичного рынка легковых автомобилей в России составил 2 млн 742,1 тыс. ед., что на 8,5% меньше, чем в январе-июле 2019 года.

По данным Росстата, за семь месяцев 2020 года объём производства легковых автомобилей снизился к аналогичным показателям прошлого года на 30,2%, до 623 тыс. ед. При этом, по итогам июля рост производства составил 3,9%, до 113 тыс. ед. Это, конечно, никак не компенсирует потери предыдущего времени, но зато впервые с начала года зафиксирован прирост производства, а не падение.

В рассматриваемый период «Автотор» приступил к серийному производству KIA K5. «ЛАДА Запад Тольятти» начал выпуск Niva под маркой LADA.

В то же время, в июле приостанавливали производство российские заводы Hyundai и Nissan, Ульяновский автозавод, АВТОВАЗ, предприятия «ЛАДА Ижевск» и «ЛАДА Запад Тольятти», сокращали рабочую неделю «Мазда Соллерс» и УАЗ.



Рынок премиальных автомобилей перед пандемией и во время неё

Текст: Игорь Бек

Перед тем, как в силу вступили разнообразные ограничения, устойчивость рынка премиальных машин не подвергалась сомнению, так как все прочие кризисы люксовые бренды переживали без потерь. Но пандемия внесла свои коррективы в эту закономерность.

По итогам 2019 года в РФ объём продаж автомобилей премиальных марок достиг 160 тыс. ед., что на 5% больше, чем годом ранее. Предпочтения у российских покупателей остались прежними — немецкие Mercedes-Benz и BMW. Соответственно, автомобилей Mercedes-Benz было продано 42 тыс. ед., BMW — 41,5 тыс. ед.

Продажи Lexus составили 22,5 тыс. ед., Audi — 16,3 тыс. ед., Volvo 8,8 тыс. ед., примерно столько же было продано автомобилей Land Rover и 6 тыс. ед. пришлось на Porsche.

Февраль для премиального сегмента был удачным, рост продаж составил 16% к аналогичному периоду прошлого года (АППГ) и достиг 11 тыс. ед. Рост продаж BMW составил 22%, до 3 тыс. ед. Почти все остальные премиальные иномарки тоже показали высокие итоги продаж.

Несмотря на то, что в марте в мире уже вовсю бушевал коронавирус и в России тоже проводилась политика самоизоляции и разнообразных ограничений, рынок премиальных автомобилей в России вырос на 30%. Снова российские покупатели отдали предпочтение BMW, рост продаж автомобилей этого бренда составил 26% (до 4290 ед.), в тех же объёмах выросли продажи Mercedes-Benz (до 4283 ед.). Высокие показатели роста были характерны и для большинства других премиальных моделей, при этом продажи Cadillac выросли больше, чем на 115% к АППГ.

Вероятно, покупатели уже понимали, что кризис на авторынке неизбежен, что и обеспечило такой уверенный рост продаж. Покупатели спешили купить автомобили перед тем, как пандемия начала разрушать экономику, давить на курс рубля, и поднимать цены на автомобили.

В апреле «хорошие времена» закончились, и рынок премиальных автомобилей в России обрушился сразу на 60%, в России купили автомобилей этого сегмента всего 5,5 тыс. ед. Падение продаж BMW составило 55% к АППГ, продажи Mercedes-Benz упали на 68%, и все прочие бренды тоже переживали не лучший период, падение достигло по некоторым брендам до 70%.

Кстати, резкий рост покупок премиальных автомобилей перед пандемией, последовавшие за этим остановки производства и обрыв логистических связей привели к возникновению очередей в автосалонах.

В мае 2020 г. продажи премиальных автомобилей продолжили падать, более чем на 40% к показателям мая 2019 года. Продажи BMW упали на 35%, до 1,95 тыс. ед., продажи Mercedes-Benz упали на 50% к АППГ.

По итогам первого полугодия, объём продаж премиальных марок немного не достиг 60 тыс. ед., в то время как годом ранее этот показатель составлял почти 73 тыс. ед. Практически все премиальные бренды показали отрицательную динамику, кроме Cadillac, продажи которого неожиданно выросли на 17% к АППГ.

В июле падение продаж в сегменте прекратилось, согласно данным АА «АВТОСТАТ», объём продаж премиальных автомобилей по итогам месяца достиг 14,6 тыс. ед., что на 13% больше к АППГ. BMW нарастил продажи на 21%, (4236 автомобилей), продажи Mercedes-Benz тоже выросли на 21% (до 3902 ед.).

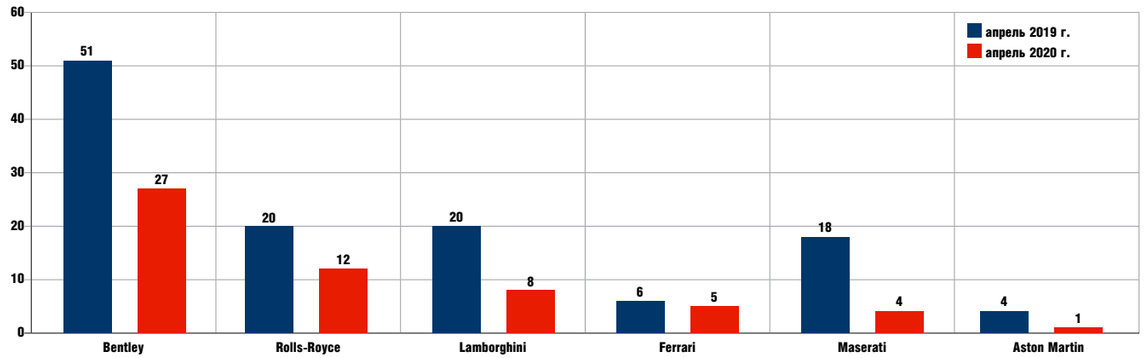
Сила кризиса

Интересно, что ещё в марте многие участники рынка выражали уверенность в том, что сегмент премиальных автомобилей или незначительно упадёт, или даже вырастёт. В частности, в 1 квартале 2020 г. компания ResearchView провела исследование среди российских покупателей автомобилей класса люкс.

Исследователи исходили из того, что предыдущие кризисы люди с высоким и очень высоким уровнем доходов практически не замечали. Владельцы люксовых марок автомобилей показывали готовность платить за автомобиль «столько, сколько просят», если он им нравится, независимо от того, есть кризис или нет.

В исследовании говорилось о том, что покупатели автомобилей ориентируются на некие маркеры, понятные «знающим людям», и на тот

Сравнительный объём продаж автомобилей для HNWI, ед.



Сегмент люксовых автомобилей в России в период пандемии развивается примерно также, как и все прочие сегменты авторынка и, пережив серьёзное падение, сейчас медленно восстанавливается

момент никто из опрошенных в рамках исследования покупателей не корректировал свои планы в связи с кризисом COVID19. Но в реальности всё оказалось не совсем так. В апреле, например, сократились показатели продаж практически всех люксовых марок, включая машины для HNWI (High Net Worth Individuals — очень богатые люди), которые продают практически поштучно — Ferrari, Rolls-Royce и другие.

И даже по итогам первого полугодия, после июня, в целом положительного для авторынка, продажи люксовых брендов были разнонаправленными: продажи Ferrari выросли на 21%, до 17 машин, Lamborghini прибавили 12%, до 77 ед., Rolls-Royce прибавили 3%, до 79 ед., но продажи Maserati рухнули на 45%, до 37 ед., продажи популярнейшего у определённой аудитории Mercedes-Benz Maybach S-Class упали на 30%, до 179 ед., упали продажи Aston Martin (–29%, 5 ед.) и Bentley (–23%, 138 ед.). Так что, как оказалось, богатые тоже плачут и не всякий кризис демонстрирует их непотопляемость.

Можно предположить, что рынок люксовых автомобилей упал не потому, что у HNWI закончились средства, а потому, что кризис привёл к закрытию границ, и к ограничению свободы передвижений, работы бизнес-учреждений и вверг страны и социальные группы в такое состояние, что мало кого интересовали автомобили, бюджетные или премиум, неважно.

Последствия

В этом году кризис всеобъемлющий, в апреле сегмент премиальных марок упал на 60%, а массовый сегмент на 64% (в России) — разница не велика. Поэтому производители и поставщики премиальных марок также обеспокоены будущим авторынка.

Структурные последствия для сегмента дорогих автомобилей, как предполагается, будут примерно такими же, как и для всех других сегментов. Например, цифровизация продаж, при которой покупатель изучает предложения автомобилей в интернет-магазине, выбирает, заказывает, оплачивает через платёжный сервис, и автомобиль ему доставляют на дом.

Ограничения этого способа продаж связаны с тем, что покупатели всё же предпочитают выбирать автомобили в автосалонах, даже после внимательного изучения машины на интернет-ресурсах. Продавцы, которые уже создали онлайн-сервисы, оставят их на случай повторения событий, аналогичных самоизоляции и социальным ограничениям.

Ещё один тренд постпандемийного мира — перевод некоторых сотрудников на удалённый режим работы. Это не только прагматично на случай ограничений передвижения, но и существенно экономит средства. Возможно, продавцы люксовых моделей тоже переведут часть работников на фриланс.

Также можно предположить, что автопроизводители и продавцы будут создавать более масштабные складские запасы. Во время глобализации процесс производства выстраивался так, чтобы экономить на складских ресурсах за счёт непрерывной логистической производственной цепочки от поставок автокомпонентов и до выпуска автомобилей с конвейера.

Однако пандемия показала хрупкость такой системы. Закрытие границ и социальные ограничения буквально выключали целые отрасли, в том числе и автомобилестроение. На восстановление всех прерванных цепочек, по разным данным, уйдёт от года до пяти лет. И вряд ли после этого автопроизводители и продавцы захотят повторять такой опыт. Выходом могут стать достаточно большие складские запасы. Это определённый шаг назад в развитии автопроизводства, но хороший способ пережить серьёзный кризис с меньшими потерями. ai

В период пандемии предсказать развитие авторынка практически невозможно. Аналитики и участники рынка сходятся в одном — авторынок по итогам 2020 года упадёт по сравнению с показателями 2019 года

Прогнозы, которые не сбудутся

Текст: Алексей Морозов

Несмотря на то, что практически все признают, что все прогнозы на этот год бессмысленны, а тем более на все последующие, недостатка в прогнозах нет. Даже наоборот, прогнозов слишком много, но все они устаревают иногда в считанные дни. Всё это в полной мере относится и к прогнозам авторынка.

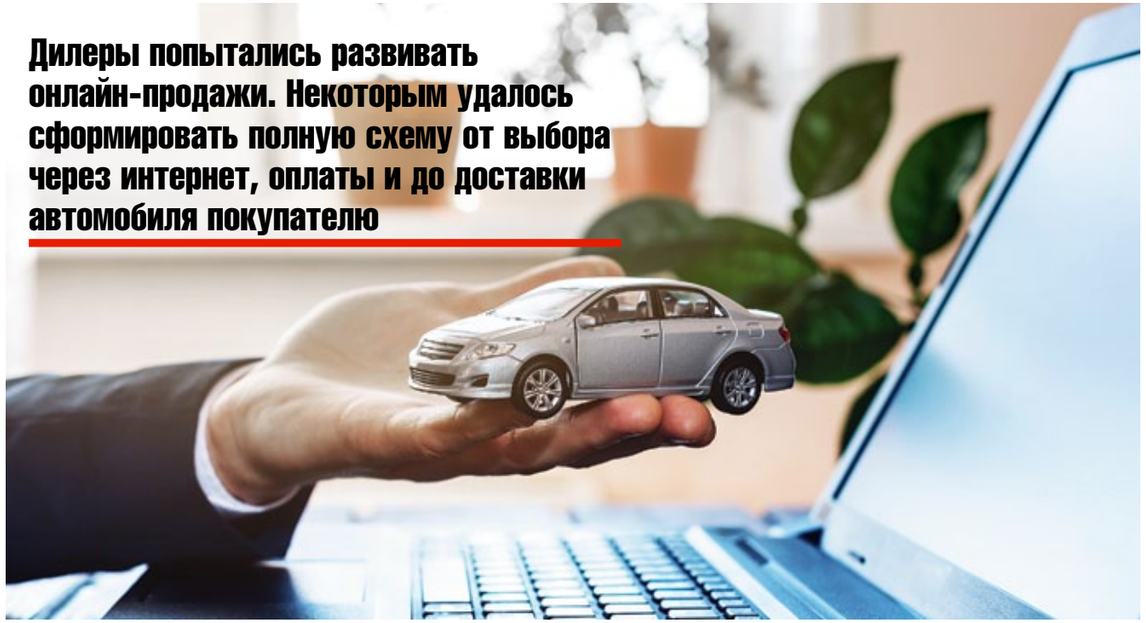
Нужно заметить, что и до объявления пандемии прогнозы по российскому авторынку были не самыми оптимистичными. Например, в АЕБ считали, что российский авторынок сократится на 2,1% по сравнению с 2019 г. — до около 1,72 млн машин.

Потом начали вводиться ограничения, которые привели к остановке логистики, производства и продаж. В целом, стало ясно, что ничего хорошего в этом году не предвидится, вопрос был в том, будет этот год плохим или очень плохим.

Один из популярных прогнозов — продажи по итогам 2020 упадут вдвое, все компании вынуждены будут сократить бизнес, многие обанкротятся, многие автозаводы приостановят производство, импортёры перестанут ввозить иномарки в Россию, а российские производители перестанут их вывозить.

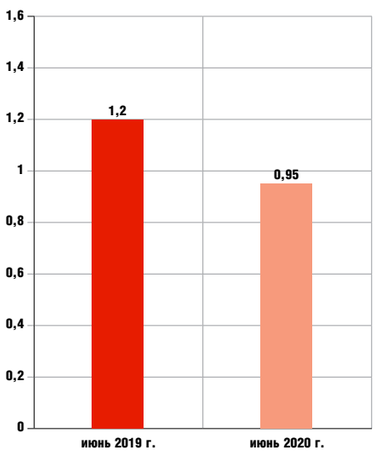
На постпандемийное восстановление уйдёт несколько лет, но на самом деле автоиндустрия и авторынок уже изменились и уже никогда не будут прежними.

Участники рынка говорили о том, что спрос сначала упадёт из-за, собственно, ограничений, связан-



Дилеры попытались развивать онлайн-продажи. Некоторым удалось сформировать полную схему от выбора через интернет, оплаты и до доставки автомобиля покупателю

Сравнительный объём продаж легковых автомобилей в ЕС, млн ед.



ных с пандемией, которые остановили автомобильные и автокомпонентные заводы и прекратили работу дилерских центров.

Но после ослабления и снятия ограничений ситуация не улучшится быстро. Спрос продолжит падать из-за продолжающегося роста цен, продолжающегося падения покупательной способности населения, продолжающегося роста безработицы, увольнений, банкротств и так далее. В итоге продажи новых автомобилей резко упадут, особенно в массовом сегменте, и потянут за собой весь авторынок.

Отмечалось также, что, несмотря на многочисленные победные реляции дилеров о развитии цифровых каналов продаж, полноценной структуры онлайн-продаж создано не было, и это будет ещё одним фактором, ухудшающим состояние автобизнеса.

Это касается и организации удалённой работы. Теоретически, огромное количество сотрудников в автобизнесе могут работать удалённо, но на практике никто до пандемии этим не занимался.

Бизнесмены также жаловались на отсутствие должной поддержки со стороны государства, которое на первом этапе самоизоляции закрыла предприятия, но обязало их выплачивать работу сотрудникам.

Общее мнение было таким, что нужно попытаться пережить тяжёлые времена, но потом бизнес придётся начинать фактически с нуля, осваивая новые модели ведения бизнеса в новой реальности.

Европейский прогноз

В апреле Европейская ассоциация перевозчиков автомобилей ECG совместно с Ultima Media и аналитиками Кристофером Людвигом и Даниэлем Харрисоном проанализировала ситуацию на автомобильном рынке ЕС с начала года и предложила своё видение ситуации, которое интересно и российским участникам авторынка, так как тенденции европейского и российского авторынка, в целом, похожие.

В прогнозе говорится, что возобновление производства автомобилей, точнее, перезапуск заводов будет длительным и сложным.

Пока пандемия официально не закончилась, а также пока страны ожидают вторую волну коронавируса, на всех предприятиях автобизнеса нужно организовывать безопасные условия труда, которые делают трудовые процессы менее эффективными, что негативно влияет на производство и продажи.

Автобизнес носит международный характер, миллионы поставщиков со всего мира взаимодействуют между собой. Но границы были закрыты, и открываются в разное время. Восстановление логистических цепочек требует времени, а иногда и полной перестройки. Но пока этого не произошло, автокомпонентные заводы и автопроизводители не смогут даже сформировать портфель заказов. Сколько продлится эта подвешенная ситуация тоже неясно.

Согласно этому апрельскому прогнозу, по сравнению с 2019 г., производство автомобилей в Европе сократится на 30% в случае, если в большинстве стран с крупным автопроизводством будут отменены правительственные ограничения. Как мы уже сегодня знаем, далеко не везде в Европе были сняты ограничения и среди этих стран — например, такие автодержавы как Франция и Италия.

С другой стороны, по мере отмены ограничений должен начать действовать отложенный спрос, что поможет перейти к восстановлению авторынка. Но отложенный спрос быстро насытится и не компенсирует обрушение рынка в начале года (точнее, в апреле-мае).

Тем не менее, к концу 2020 года объёмы продаж должны лишь немного уступать показателям 2019 года. Прогнозисты опирались на пример Китая, в котором в феврале обрушение авторынка достигло 80%, но в марте падение смягчилось до 50%. В Европе не было такого падения, так что восстановление примерно до показателей 2019 года вполне вероятно.

Таким образом, ECG рассматривала три прогноза для Европы: согласно оптимистическому сценарию, падение продаж составит 1,2 млн ед. (минус 8%, в сравнении с 2019 г), согласно базовому сценарию падение продаж составит 2,6 млн ед. (минус 15%). Пессимистичный прогноз говорит о том, что рынок упадёт на 30%, до 5,6 млн автомобилей.

Оптимистичный прогноз уже можно признать несостоявшимся, так как был рассчитан на продолжение карантина в течение 8 недель, до апреля.

Наиболее вероятным считался прогноз, по которому меры ограничения должны были продолжаться до июня. В этом случае восстановление спроса планировалось к концу лета. Отчасти этот прогноз реализовался, но только в некоторых странах, например, в июне началось восстановление во Франции. Но в полной мере этот самый вероятный прогноз, как уже понятно, не реализуется.

Но пессимистичный прогноз тоже не реализуется, так как рынок всё же восстанавливается, хотя и не равномерно.

Что касается более отдалённых перспектив, то в 2021 г. в Европе не прогнозируется сильный рост авторынка, — в лучшем случае удастся только компенсировать падение рынка в текущем году. Спрос должен будет полностью восстановиться примерно в течение 5 лет или даже позднее, после чего превзойдёт предкризисный.

Российский прогноз

В июне свой прогноз российского авторынка до конца года дал Денис Мантуров, министр промышленности и торговли России, заявивший, что снижение производства автомобилей в России относительно 2019 г. составит как минимум 15%.

В июле в АЕВ резко изменили свой январский прогноз: по итогам 2020 г. продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России упадут на 23,9%, или до 1,3 млн автомобилей, при условии господдержки, то есть прогноз хуже, чем у Мантурова.

«Хендэ Мотор СНГ» ожидает снижение авторынка до конца года на 22% до 1,37 млн машин.

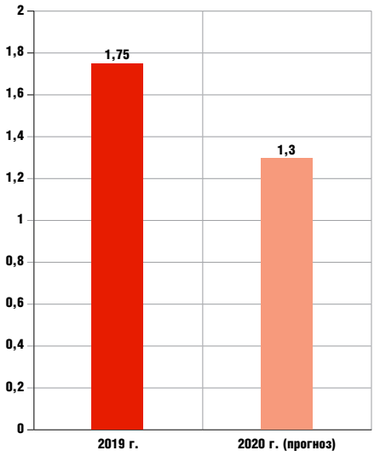
Снижение рынка новых автомобилей не должно превысить 20%, — такой прогноз давали в ассоциации «Российские автодилеры» (РОАД) в середине августа.

Подавляющее большинство участников рынка прогнозируют снижение авторынка примерно в тех же пределах — 20–25% по сравнению с показателями 2019 года.

Также в России уже думают над тем, как именно изменится структура авторынка, каковы будут последствия пандемии.

В период пандемии дилеры попытались развивать онлайн-продажи. Некоторым удалось сформировать полную схему от выбора через интернет, оплаты и до доставки автомобиля покупателю. Возможно, это направление будет развиваться дальше. Хотя, есть сомнения, что, когда пандемия окончательно завершится, клиенты предпочтут выбирать машину «на глаз», а не в автосалоне. Но с другой стороны, отработанная схема продаж в удалённом режиме не помешает.

Примерный прогноз российского авторынка на 2020 г., млн ед.



Некоторые участники рынка говорят о том, что на рынок может позитивно повлиять фактор, который до сих пор не существовал: в страхе перед следующей пандемией и связанными с ней ограничениями люди, которые раньше избегали покупать личный автомобиль, теперь станут покупателями. Сейчас трудно предположить, действительно ли этот фактор появится и насколько сильно он будет влиять на рынок. Но факт, что в период пандемии общественный транспорт был одним из основных мест заражения.

В то же время, среди последствий пандемии может быть ослабление интереса к каршерингу и другим формам совместного пользования, которые перед коронавирусом набирали популярность. Потому что с точки зрения вирусной безопасности — это не лучший вариант перемещения по городу.

Впрочем, как уже и было сказано, ни один из прогнозов — ни по цифрам, ни по структурным последствиям, — может не реализоваться. ai

Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

тема номера 12

Российский рынок деталей тормозной системы: этот кризис не навсегда

бизнес-кейс 28

«АКОМ»: продукт российский – качество мировое!

автопром 52

Рынок легковых автомобилей: семь месяцев пандемии

аналитика 56

Рынок премиальных автомобилей: перед пандемией и во время неё

прогноз 59

Прогнозы, которые не сбудутся

Отраслевой бизнес журнал «Автоиндустрия» 16+

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

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

Главный редактор: **Елена Павелко**

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

Руководитель специальных проектов: **Елена Лапина**

Дизайн и вёрстка: **Максим Перльмуттер**

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

Web-разработчик: **Ольга Сорокина**

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

Тираж: **35 000 экз.**

Журнал распространяется в 48 регионах России.

Периодичность выхода: 1 раз в месяц

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

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

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

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

www.ai-media.ru
автоиндустрия.рф

TUNGSRAM™

Innovation is our heritage
EST. 1896

Легенда возвращается

automotive.tungsram.com/ru