№186 2020

Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

VITEX

Уважаемые партнёры, дорогие друзья!

Поздравляем вас с Новым годом! Пусть 2021 станет для вас годом благополучия, стабильности, спокойствия и принесёт уверенность в завтрашнем дне!

Пусть сбудутся все ваши заветные мечты, а в доме будут любовь, достаток и благополучие. Здоровья вам и вашим близким!

С уважением, команда Vitex.

С Новым Годом!

vitex.mobi

Truck Part

Продукция фабрики фильтров FilkorAG

Правильный фильтр по честной цене!

www.truckpart.info

тел. +7 (928) 270-00-17, e-mail: s.llcfk@yandex.ru

Продукция под торговыми марками TRUCKPART и FilK — это воздушные фильтры для тяжёлого коммерческого транспорта, карьерной, сельскохозяйственной и спецтехники иностранного производства. Успевшие зарекомендовать себя бренды — детища современного российского производителя фильтров, завода «ФилкорАГ», основанного командой профессионалов в 2017 году в Ростове-на-Дону.

Продукция под маркой TRUCKPART изготавливается по оригинальной технологии с использованием необходимого для данного сегмента автотранспорта и спецтехники качественного сырья и комплектующих. Высокое качество фильтров TRUCKPART подтверждается регулярными испытаниями и сертификацией в научном центре НАМИ (г. Москва). Уровень фильтрации и ресурс работы фильтров TRUCKPART на уровне европейских.

Качественные, а в некоторых случаях и усовершенствованные аналоги лучших европейских образцов ставят продукцию TRUCKPART в один ряд с именитыми производителями. При этом цены на фильтры от завода «ФилкорАГ» ниже зарубежных на 25–50%.

Преимущества фильтров «TRUCKPART»

- применение оригинальных технологий
- максимально возможная площадь фильтровального материала
- бумага с содержанием большого процента синтетических волокон и дополнительной гидрофобной пропиткой
- высокое качество очистки воздуха
- мягкий и устойчивый к разрыву уплотнитель
- срок службы на уровне лучших европейских образцов
- первоклассный товарный вид
- качественная индивидуальная упаковка
- наилучшее соотношение цена/качество

подробнее на стр. 48

NIPPON PAINT
Basic & New
АВТОРЕМОНТНЫЕ ПОКРЫТИЯ

KIZUKI 輝築

СДЕЛАНО В ЯПОНИИ
ПРЕВОСХОДНОЕ КАЧЕСТВО
ДОСТУПНАЯ ЦЕНА

BUSINESS CAR
REFINISH

ООО "СП БИЗНЕС КАР" – эксклюзивный импортер лакокрасочных материалов для авторемонта KIZUKI 輝築 концерна Nippon Paint Co.(Япония) на территории РФ и в странах СНГ.
117452, Москва, Балаклавский пр-т, д.26,
Телефон: +7 (495) 725-33-51
Website: www.paintbc.ru,
E-mail: info@paintbc.ru / zakaz@paintbc.ru

Региональные дистрибьюторы:

ООО "Бизнес Кар Каспий"
г. Астрахань, Аэропортовское шоссе, д. 48
Телефон: +7 (8512) 48-48-48

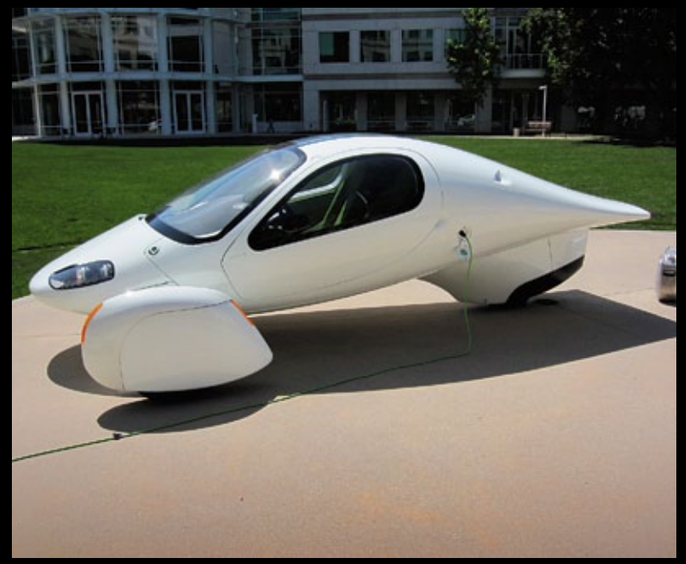
ООО "Полицвет Сервис"
г. Пермь, ул. Героев Хасана 74/1.
Телефон: +7 (342) 215-35-00
Email: info@poly-color.ru

ООО "Колористика"
г. Красноярск, ул. Ястынская, 25
Телефон: +7 (991) 439-02-02,
+7 (800) 201-50-20 доб.02
Email: krasnoyarsk@koloristika.org

ООО "Авто Ателье"
г. Владивосток, ул. Днепровская, д.25, к. 6
Телефон: +7(423) 273-79-84,
+7(423) 201-41-77
Email: auto-atelje@yandex.ru

What`s new

Aptera



Aptera

Трёхколесный, но полноценный электромобиль Aptera, разработанный компанией Aptera Motors из Сан-Диего, уже давно превзошёл пробег 1600 км, но он не очень подходит для массового производства, так как использует солнечную энергию и, соответственно, зависит от погодных условий. Тем не менее, электромобиль будет запущен в серию с 2021 года. На одной полной зарядке электромобиль может проехать до 1609 километров, максимальная скорость машины 177 километров в час. Радиус досягаемости солнечных батарей 72 км. Электромобиль двухместный, и есть небольшое дополнительное место, например, для домашнего питомца.

Lexus Direct 4

Lexus Direct 4

Lexus в декабре анонсировал электромобиль, главной особенностью которого будет продвинутая система полного привода Direct 4. Инновационная технология контролирует передачу крутящего момента к каждому из колёс от двух электромоторов на передней и задней осях. Привод также работает с системой тормозов, оптимизируя управляемость электромобиля.

Пока нет более точных данных, но, если исходить из тизера, эта модель будет похожа на серийный электромобиль Lexus UX300e, дебютировавший осенью 2019 года.

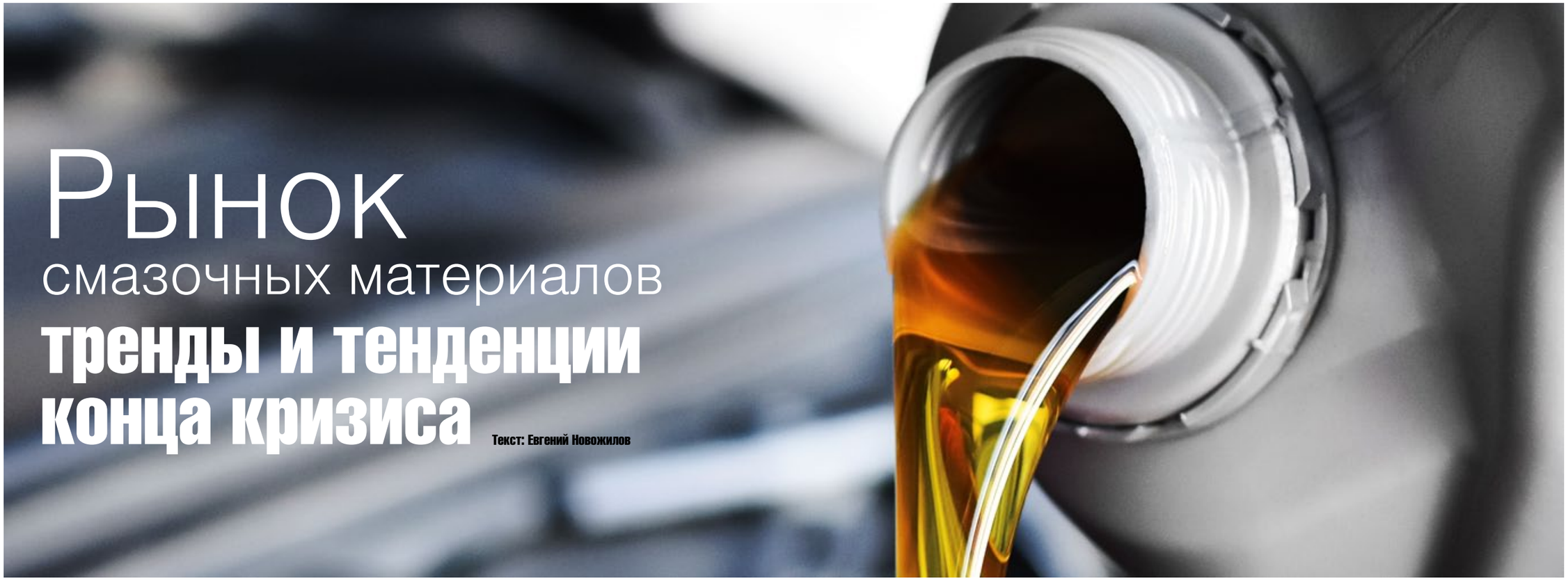
Компания также пообещала, что на новом электромобиле Lexus будет светящийся логотип бренда.

Ritmix

RAT-600

Электрохимический алкотестер
со сменными мундштуками

Легкий и компактный электрохимический алкотестер **RAT-600** от Ritmix отличный помощник в праздничное время. Максимальную точность обеспечивает автоматический режим — он контролирует дыхание пользователя и автоматически отбирает воздух в оптимальный момент времени.
RAT-600 сохраняет данные последних 16 тестов, благодаря чему вы можете отслеживать свои результаты. В комплект входят сменные мундштуки, что очень удобно, особенно если нужно проверить количество промилле не только у себя.



Рынок смазочных материалов

тренды и тенденции конца кризиса

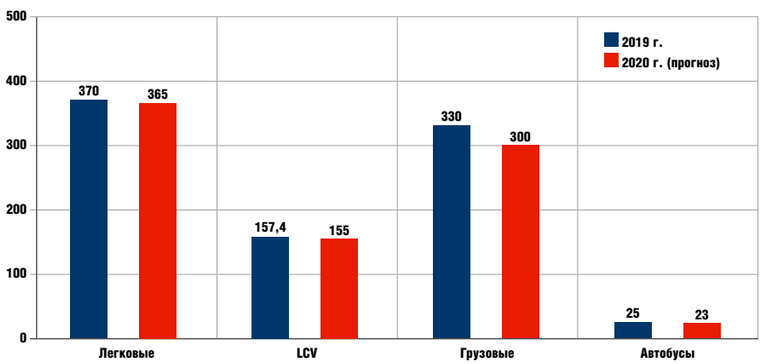
Текст: Евгений Новожилов

Пандемия коронавируса и связанные с ней ограничения сильно повлияли на авторынок и на рынок смазочных материалов, соответственно. Ситуацию в этом сегменте можно назвать кризисом, но тренды отрасли остались прежними.

Рынок смазочных материалов представлен гидравлическими, моторными, трансмиссионными маслами и различными смазками.

Моторные масла занимают большую часть рынка смазочных материалов. Объём производства моторных масел в России превышает 900 млн литров в год. Около половины объёма отечественных масел экспортируется. В России реализуется порядка 890 млн литров моторных масел, этот показатель сократился ещё в 2019 году относительно показателей 2018 года и продолжает сокращаться в текущем году, пока неизвестно, насколько сильно.

Объём потребления моторных масел автотранспортом, млн литров



Основной объём потребления моторных масел приходится на легковые автомобили, до 370 млн литров. Легкие коммерческие автомобили потребляют порядка 157,4 млн литров. Объём моторных масел, потребляемых грузовыми автомобилями составляет порядка 330 млн литров, автобусов — около 25 млн литров.

В сегменте моторных масел растёт потребность в маслах API SM/SN, которые сейчас занимают до 30% рынка в сегменте легковых автомобилей. Также быстро растёт востребованность таких масел для дизельных LCV российского производства.

Объём рынка гидравлических масел в России около 150 тыс. тонн, импорт составляет порядка 15%. Падение производства гидравлического масла продолжается с 2018 года, в 2019 году падение превышало 50%, в этом году тенденцию вряд ли что-то могло остановить.

Мнение

Михаил Брыкин
руководитель проекта ТОТЕК

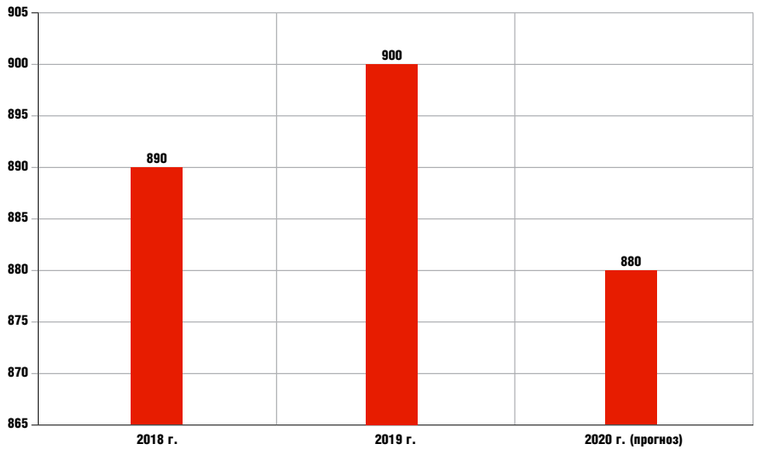
Можно сказать, что такой сегмент товарного рынка, как смазочные материалы, автохимия, топливо, топливная автохимия для автомобилей в текущем периоде приближается к максимуму возможного объёма. Это приводит к ожесточению конкуренции за потребителя и, соответственно, попытке ценового завоевания большего числа покупателей, что ведёт к значительному снижению качества смазочных материалов и сокращению сроков их службы. Доля неизвестных производителей смазочных материалов на рынке по нашим оценкам не превышает 7–8%, а вот доля контрафакта превышает 40% объёма рынка. В этих условиях ТОТЕК предлагает автовладельцам продукцию самого высокого уровня качества, превосходящую мировой уровень или не имеющую аналогов в мире. Перспективы развития ТОТЕК в условиях тотального снижения уровня качества, как всеобщей доктрины производственного поведения, оцениваются нами довольно высоко. Мы имеем устойчивое развитие по объёмам реализуемой продукции, несмотря на рыночное снижение активности потребителей, связанное с пандемией коронавируса.

Объем рынка трансмиссионных масел около 130 тыс. тонн, порядка трети рынка занимают импортные масла. Этот сегмент рынка смазочных материалов развивается аналогично сегменту моторных масел.

Ключевой тренд на российском авторынке — рост количества легковых автомобилей с автоматическими трансмиссиями, которые сейчас составляют уже около 60% авторынка. Участники рынка отмечали рост сегмента масел для автоматических трансмиссий на протяжении нескольких лет, но в этом году роста не ожидается.

Предположительно, рынок смазочных материалов в России до конца года сократится, в лучшем случае, на 5%–7% по сравнению с показателями 2019 года.

Объём продаж моторных масел, млн литров



В течение практически всей весны 2020 года работа и перемещения по стране были резко ограничены, — заводы, логистика и продажи были приостановлены или полностью остановлены. С 28 марта по 11 мая дорожное движение снижалось до минимума, что привело к остановке пунктов по замене масла. Соответственно, сокращалось и производство масел. Падение было серьёзным, например, из-за кризиса на некоторое время остановили завод Total Vostok в Калужской области.

Поставщики масел компенсировали выпадение автомобильного сегмента за счёт поставок, в основном на предприятия горнодобывающей отрасли и металлургии. Совсем не обрушиться помогли рынку грузовые автоперевозки, которые вынужденно продолжались несмотря на ограничения, в розничных продажах падение отбросило отрасль на два десятилетия назад.

Рынок масел продолжается качественно меняться, и эта тенденция сохраняется, но резко замедлилась в этом году. Тем не менее, устаревшие модели, которые потребляют недорогие мине-

Мнение

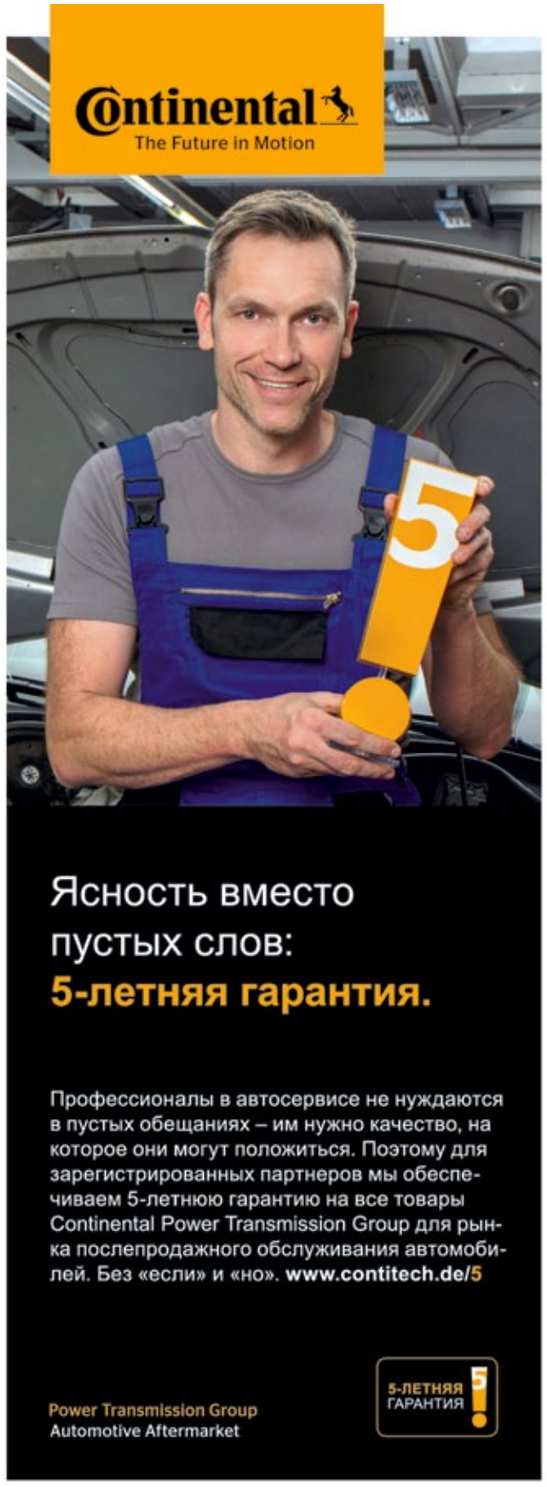
Сергей Мамыкин
технический директор компании «КУППЕР»

В связи с событиями государственного масштаба в этом году, сложности возникли и в сегменте смазочных материалов. Конечно, всё это отразилось в заметном снижении спроса. К сожалению, даже несмотря на некоторые пиковые скачки графика продаж вверх, общая тенденция падения рынка продолжается.

И тут, как ни печально это звучит, опять же в связи с падением спроса многие производители пошли по пути удешевления товара, к сожалению, иногда за счёт снижения его качества. Впрочем, общую картину качества на рынке это не сильно испортило. Сегодня доля контрафактной продукции очень велика, более 50%. А вот доля неизвестных брендов на рынке смазочных материалов всего несколько процентов.

Если говорить о нашей продукции, то, благодаря особому пакету, смазочные материалы «КУППЕР» помогают сократить расходы на эксплуатацию транспортных средств и заметно увеличить ресурс агрегатов. Кроме того, мы не применяем в качестве присадок соединения фосфора и серы.

В перспективе потребители будут отдавать предпочтение энергосберегающим и экологичным маслам и смазкам. Уже сегодня заметен повышенный интерес к продуктам, которые не требуют частой замены, а также к маслам с низким содержанием вредных для окружающей среды компонентов. Впрочем, если смотреть в долгосрочную перспективу, то в связи с развитием электротранспорта спрос на моторные масла будет неизменно снижаться.



ральные масла, выходят из эксплуатации и их место занимают современные модели, которые потребляют масла с другими качественными характеристиками.

Например, в 2019 году доля автомобилей, которым требуются масла стандарта SM и SN, увеличилась почти до 30%. В этом году этот показатель останется на том же уровне. Общая доля автомобилей, которые потребляют синтетические масла, составляет более половины отечественного автопарка и почти 100% иномарок.

Тренд на потребление высокотехнологичных масел определяется и постоянным ужесточением экологических норм. Так что спрос на минеральные масла достаточно быстро падал, по крайней мере, до этого года.

Прогноз до конца года, конечно, хорошим быть не может. Коронавирус снова активизировался, экономику восстановить не удалось, всё, что может упасть, продолжит падать. Но на следующий год прогнозы пока не даёт никто, так как всё зависит от того, когда будет подавлена пандемия коронавируса.

Что касается организации продаж, то, по данным исследования компании «Армтек», ведущим трендом сбытовой политики сейчас является соблюдение дистрибьюторами и дилерами цен, рекомендованных производителями.

Отмечается также такой тренд, как подключение производителями масел федеральных сбытовых компаний к своим дистрибьюторским сетям, что позволяет охватить большую аудиторию через разнообразные точки продаж.

«Армтек» также отмечает процесс перераспределения рыночных долей масел на рынке в пользу малоизвестных брендов и в то же время в пользу OEM-масел. Ведущим фактором выбора является цена, плюс важный фактор выбора OEM — гарантированное качество. И те, и другие игроки рынка забирают часть доли раскрученных брендов, по мнению аналитиков компании.

По нашим данным, на рынке в период пандемии также растёт доля контрафакта и ноунейм продукции за счёт низких цен, однако какова доля на рынке этих категорий смазочных материалов неизвестно. Можно лишь уверенно утверждать, что контрафакт остаётся серьёзной проблемой.

Сейчас трудно говорить что-либо о дальнейших перспективах развития рынка смазочных материалов, поскольку продолжают действовать коронавирусные ограничения.

Хорошая новость в том, что объявлена массовая вакцинация от коронавируса. И это означает, что конец пандемии близок. При достижении определённого порога вакцинации населения, заболеваемость неизбежно пойдёт на спад, а с ней завершится и это тяжёлое время, и постепенно рынок придёт в норму. ai

Vitex: карантин не повод

Несмотря на обстоятельства, возникшие в связи с распространением в мире нового вируса, компании-производители прилагают максимум усилий не только для сохранения необходимого уровня продаж, но и для запуска новых продуктов, развития партнёрских связей, налаживанию новых деловых контактов. Группа компаний Vitex — в числе тех, кто не поддался паническим настроениям, напротив, в уходящем году была расширена линейка автохимии и запущена серия пластичных смазок. Подробнее в интервью ai продакт-менеджера ГК Vitex Анастасии Градовой.

Как события, связанные с коронавирусом, повлияли на ситуацию на рынке смазочных материалов?

Ситуация изоляции и карантинные меры, связанные с пандемией, отразились буквально на всех сферах общества — экономической, социальной, производственной. В том числе и на нашем рынке. Падение продаж автомобильных масел и смазочных материалов наблюдалось повсеместно в первом полугодии 2020 года, особенно во втором квартале. Наиболее заметно в этот период просел сегмент B2C из-за временного закрытия розничных магазинов.

В то же время, в секторе B2B ситуация наблюдалась более-менее стабильная. Именно за счёт этого сектора ГК Vitex удалось сохранить необходимый уровень продаж. Также помогла широкая линейка продукции — индустриальные масла для различных предприятий промышленности пользовались устойчивым спросом на протяжении всего периода.

Насколько серьёзны последствия произошедшего?

События, связанные с карантином, приостановили, но не переломили основные тенденции развития рынка, сложившиеся ранее. Происходит постепенное перераспределение каналов продаж. Во-первых, это связано с развитием СТО. Конечные потребители всё менее склонны обслуживать свой автомобиль самостоятельно и обращаются в специализированные пункты. На рынке стало появляться всё больше крупных и мелких сервисов, которые предлагают профессиональное и комплексное обслуживание авто.

Необходимость соблюдения социальной дистанции подстегнула развитие канала онлайн-продаж. Наравне с известными интернет-магазинами, ассортимент которых насчитывает десятки товарных групп, создаются новые специализированные интернет-площадки по продукции с автомобильной тематикой, где доля смазочных материалов и специальных жидкостей также растёт. Отмечено, что и сетевые ритейлеры стали активно развивать ассортиментную группу «Масла и специальные жидкости» в своих магазинах. Всё это приводит к оттоку покупателей и снижению потребления продукции в традиционной рознице.

Другая заметная тенденция последних лет — это качественные изменения. Происходит увеличение спроса на масла более высоких классов за счёт естественного обновления автопарка. С рынка уходят старые автомобили, двигатели которых рассчитаны на недорогие минеральные масла. Таким образом, в структуре продаж растёт доля автомобильных масел классов SM, SN, полностью синтетических масел и других высокотехнологичных жидкостей.

Заметно ли было изменение качества представленной продукции за прошедший год и в последнее время? Если да, то какие это изменения?

В целом говорить о заметных изменениях качества не приходится. Уважающие себя производители и в кризис не будут опускать планку, даже в ущерб собственной марже. Наоборот, предлагают рынку новые, современные масла и смазки. Правда, все эти продукты, как правило, относятся к среднему и высокому ценовому сегменту.

Однако, ситуация сейчас такова, что рынок требует предложения масел по низкой цене. За прошедший год доля продаж продукции среднего и низкого ценового сегмента увеличилась, что говорит о снижении платёжеспособности покупателей. Эта тенденция идёт вразрез с развитием технологий и требованиями к эксплуатации современного автотранспорта. Отсюда возникают риски использования доступных, но некачественных масел от недобросовестных производителей. Поэтому покупатель, выбирая масло для своего автомобиля, должен в первую очередь руководствоваться здравым смыслом: экономия на технических жидкостях может вылиться в дорогостоящий ремонт.

Еще можно отметить, что большинство известных мировых производителей имеют локализованные производства на территории России, поэтому, в сущности, масло малоизвестной российской торговой марки может ни в чём не уступать по качеству известному бренду.

Vitex — производитель полного спектра моторных масел и один из первых производителей тосола в России. К настоящему времени линейка продуктов включает более 1200 позиций автомобильных масел, охлаждающих жидкостей и автохимии. Качество выпускаемой продукции соответствует требованиям и стандартам мировых автопроизводителей. Сотрудничество с крупными европейскими производственными концернами Германии и Нидерландов позволяет компании Vitex использовать самые передовые технологии и ультрасовременные присадки

Какова доля продукции неизвестных производителей и контрафакта в данном сегменте рынка?

Надо сказать, что «неизвестные производители» могут выпускать как качественную, так и некачественную продукцию, и ряд производителей, которые появились на рынке за последние 5 лет, набрали обороты, укрепились на рынке и заслуживают доверие у потребителя. Однако долю неизвестных производителей определить достаточно сложно. Контрафакт продолжает существовать на рынке, и его доля может вырасти в связи с ростом цен на качественную оригинальную продукцию. Порядочные производители и их дилеры достаточно серьёзно подходят к этой проблеме — проводят активные действия по информированию конечного потребителя о своих продуктах, создают специальные знаки и коды на продукцию с возможностью проверки подлинности на своих сайтах. Создаются сертифицированные торговые точки продаж с гарантией покупки подлинного продукта.

В чём преимущество продукта компании Vitex перед конкурентами?

Основное наше преимущество в том, что мы дорожим Vitex. Мы бережём, сохраняем и развиваем свой бренд уже 28 лет. Поддерживаем стандарты качества, модернизируем производство и сопутствующие процессы. Масла и антифризы Vitex соответствуют требованиям мировых автопроизводителей. Таким образом, выбирая наш продукт, потребитель отдаёт предпочтение качественной российской продукции по адекватной цене. Компания также развивает и другие сопутствующие направления. В этом году, несмотря на кризисный период, была расширена линейка автохимии и запущена серия пластичных смазок Vitex. Всё это даёт дополнительные возможности для сотрудничества с партнёрами и привлечения новых.

Каковы, на ваш взгляд, перспективы развития рынка автомобильных масел и смазок?

Рынок будет продолжать развиваться. Темпы будут зависеть от ситуации на рынке и других факторов. По прогнозам аналитиков — менее 10% за 5 лет. Тем не менее, автомобилестроение идёт вперед, технологии совершенствуются, автотранспорт становится всё более технически сложным, отсюда рынок масел и автожидкостей будет тоже совершенствоваться. Количество новых торговых марок будет расти, кто-то, возможно, уйдёт с рынка, не выдержав конкуренции. Безусловно, доля продукции российского производства будет расти, т.к. разницы по качеству и техническим характеристикам уже не существует. Остаётся только верить, что потребитель будет доверять российскому продукту и активно использовать его в применении. Предпосылки для этого есть. ai

+7 (831) 335-00-40, e-mail: info@vitex52.ru, www.vitex.mobi

По мнению Алексея Долинного, на сегодняшний день на рынке масел заметны следующие тенденции: расширение пула поставщиков, предлагающих своим дистрибьюторам прайс с рекомендованными ценами, возрастающая роль федеральных сбытовых компаний в реализации продукции и перераспределение долей продаж между тремя основными группами брендов

Малоизвестные бре нды набирают обороты

Компания «Армтек», известная как крупнейший дистрибьютор автомобильных компонентов, в силу специфики своей деятельности обладает способностью видеть индивидуальные и общие тренды развития продаж масел и смазок различных брендов. На вопросы ai о ситуации на рынке смазочных материалов, о трендах и тенденциях ответил начальник управления продуктов «Армтек» в Российской Федерации Алексей Долинный.

Как вы оцениваете ситуацию на рынке смазочных материалов в целом на данный момент?

Очевидно, 2020 год — шаг назад, точнее остановка, стагнация в развитии общемировых тенденций на рынке смазочных материалов, отражение которых мы видим (с традиционным опозданием на 5–7 лет) на российском рынке. Предполагаю, что следующий, 2021 год станет годом их возвращения, медленного восстановления безусловно ожидаемого процесса развития рынка. Если тому не помешает новый, неизвестный нам социальный или экономический катаклизм.

Как развиваются отношения между участниками рынка, и как это влияет на результат?

Общий тренд №1 сбытовой политики — увеличение числа производителей масел, предлагающих сбытовым каналам прайс с рекомендованными ценами на свою продукцию. Цель: возможность получения достойного заработка каждому звену товаропроводящей цепи. Ценовые войны на масляном рынке между региональными дистрибьюторами одного и того же бренда масел должны уходить в прошлое.

Тренд №2 — тенденция подключения производителями масел федеральных сбытовых компаний в качестве дополнительного канала продаж к своим дистрибьюторским сетям, организованным, как правило, по географическому принципу. В первую очередь, речь идёт о крупных федеральных компаниях по продаже автозапчастей. Производитель масел отчётливо понимает, что, продвигая своё масло через налаженную клиентскую сеть по продаже запчастей, он охватит гораздо больше точек сбыта. Розничным магазинам, станциям техобслуживания, автопаркам удобнее работать с ограниченным пулом поставщиков, имеющим в своём портфеле максимально возможный ассортимент брендов автокомпонентов, включая масла и технические жидкости и предоставляющим возможность участия в собственных программах лояльности.

Тренд №3 затрагивает тему перераспределения долей продаж между тремя группами брендов, которые мы условно выделили в своём прайсе, наблюдая за тенденциями спроса масел конечными потребителями на рынках B2C и B2B — как в легковом, так и в коммерческом сегментах автомобильного рынка.

О компании

Группа компаний «Армтек» — крупнейший дистрибьютор автомобильных запасных частей, компонентов и расходных материалов на рынке Восточной Европы. Группа ведёт отсчёт своей истории с 1995 года и на сегодняшний день располагает развитой филиальной сетью в Российской Федерации, Республиках Беларусь и Казахстан. «Армтек» предлагает широкий выбор запасных частей для легковых автомобилей европейских, японских, корейских и американских марок. Товарное предложение для грузовых автомобилей включает более 7 000 000 артикулов запасных частей для зарубежных и отечественных грузовиков — Volvo, Renault, Man, DAF, Iveco, Mercedes-Benz, Scania, Freightliner, International, КАМАЗ и других.

В прайсе «Армтек» — десятки брендов смазочных материалов, в первую очередь, популярные зарубежные, а также отечественные, и продукция «молодых» брендов — сертифицированная, качественная и активно набирающая обороты продаж в России за счёт более привлекательного соотношения «цена/качество».

«Армтек» — это более 140 000 квадратных метров автоматизированных складов непрерывного цикла, 28 филиалов в России, Республике Беларусь и Казахстане. Более 500 автомобилей осуществляют более 10 000 ежедневных доставок в более чем 500 городов. Свыше 100 собственных и партнёрских магазинов автозапчастей обслуживают розничных покупателей в Российской Федерации и Республике Беларусь.

О каких группах идёт речь?

Первая — это масла известных, раскрученных брендов, с активной маркетинговой, рекламной поддержкой (серый сектор на диаграммах). Вторая (красный сектор на диаграммах) — масла молодых, малоизвестных (в первую очередь, для конечных потребителей — автовладельцев) брендов, недавно появившихся на российском рынке, в силу чего недостаточно «раскрученных». Либо это дело времени, либо это следствие осознанного решения производителя не вкладываться масштабно в продвижение, полагаясь опять-таки на время, в течение которого бренд зарекомендует себя благодаря качеству своей продукции и сложившейся положительной репутации среди профессионалов рынка. Тем самым сохраняя привлекательный уровень цен на продукты своего бренда, но при этом констатируя упущенную выгоду в виде недополученных продаж здесь и сейчас.

Третья группа — OEM-масла, изготовленные по заказу автопроизводителей, под своим собственным брендом, что является безусловным «движителем» в раскрутке одноименного бренда масла (синий сектор на диаграммах).

На диаграммах отражено процентное соотношение продаж масел данных групп отделами сбыта компании «Армтек» в России в течение 11 месяцев (с января по ноябрь) каждого года за период с 2018 по 2020 год. Конечно, нельзя говорить о 100%-м совпадении с картиной по рынку в целом, но с учётом нашей общероссийской представленности, эти показатели, думаю, все же близки.

Какие изменения на рынке вы считаете самыми заметными?

Основная тенденция, которую мы наблюдали последние несколько лет, сохраняется и усиливается с каждым годом, тем более включая текущий кризисный 2020-й: увеличение спроса на масла малоизвестных брендов. Благодаря, как не трудно догадаться, своим более демократичным ценам. Также долю у раскрученных брендов «отъедают» OEM-продукты, за счёт совокупности двух факторов — уверенности потребителя в строгом соответствии технических требований к маслу со стороны автопроизводителя и цене — более привлекательной, чем цена универсальных «раскрученных» брендов. Хотя ранее, ещё 5–6 лет назад, OEM-масла были дороже универсальных аналогов, их цена была банально завышена, и конечный потребитель переплачивал за бренд. Но ситуация на рынке меняется, борьба за постгарантийного клиента привела к политике снижения цен на оригинальные масла, чтобы в совокупности с другими, маркетинговыми и сервисными мерами дилерскому центру не потерять клиентуру по окончании гарантийного срока обслуживания автомобиля. Дилерские СТО имеют дополнительный заработок на обслуживании автомобилей с пробегом не за счёт высоких цен на оригинальные автокомпоненты, а за счёт спектра сервисных услуг, в том числе связанных с заменой масла.

Что вы можете сказать о ситуации с контрафактом?

Совершенно понятно, что нам не безразлична сложившаяся уже не один год назад ситуация с наплывом подделок, но мы заключаем договоры напрямую с компаниями-производителями масел или их представительствами в России, если речь идёт о зарубежных брендах, поэтому статистикой по контрафакту наша компания не обладает. Однако есть ещё одна категория масел, которая не является контрафактной, разливается на сертифицированных производственных площадках, но имеет не совсем корректное позиционирование. Ведя продажи через кросс-докинг, нам приходится удовлетворять запрос наших оптовых клиентов на продукцию подобных брендов, которые позиционируют масла производства одной страны, но на самом деле производятся на территории другой страны или даже другого континента. И таких брендов на российском рынке становится всё больше — вот ещё одна растущая тенденция сегодняшнего дня.

www.armtek.ru

CWORKS: для тех, кто ценит время и деньги

Корпоративная философия Toyota Tsusho Corporation гласит: «Живя и процветая вместе с людьми, обществом и всем земным шаром, мы нацелены быть компанией, генерирующей ценности для создания процветающего общества». Исходя из философии, создание продукции, в первую очередь, направлено на удовлетворение потребностей каждого автовладельца, а основной целью компании является создание качественных продуктов, которые может позволить себе автовладелец со средним уровнем дохода

С марта этого года в России доступна универсальная линейка смазочных материалов CWORKS Oil от Toyota Tsusho Corporation — продуктов эталонного качества, разработанных специально для российских условий эксплуатации. Официальный поставщик продукции бренда CWORKS на территории России и СНГ — ООО «Оптимум Трейдинг», дочерняя компания Toyota Tsusho Corporation. На вопросы ai ответил генеральный директор ООО «Оптимум Трейдинг» Воронов Сергей Викторович.

Текст: Елена Лапина

Каковы основные направления деятельности компании «Оптимум Трейдинг»?

Компания «Оптимум Трейдинг» является официальным представителем и эксклюзивным импортёром бренда автомобильных запасных частей, смазочных материалов, технических жидкостей, автохимии и автокосметики CWORKS от Toyota Tsusho Corporation. На сегодняшний день одна из основных сфер деятельности — это развитие бренда CWORKS и расширение его дистрибьюторской сети на территории России, стран СНГ и Восточной Европы.

На кого в первую очередь рассчитана продукция корпорации Toyota Tsusho Corporation?

Корпоративная философия Toyota Tsusho Corporation гласит: «Живя и процветая вместе с людьми, обществом и всем земным шаром, мы нацелены быть компанией, генерирующей ценности для создания процветающего общества». Исходя из философии, создание продукции, в первую очередь, направлено на удовлетворение потребностей каждого автовладельца, а основной целью компании является создание качественных продуктов, которые может позволить себе автовладелец со средним уровнем дохода.

Наш среднестатистический потребитель — это владелец иномарки со средним достатком, меняющий автомобиль примерно раз в 5 лет. Нашу продукцию выбирают люди, которые не хотят покупать дважды, они ценят своё время и деньги. Однако невозможно охватить всех заинтересованных потребителей напрямую. Поэтому значительную часть нашей целевой аудитории составляют станции технического обслуживания, автодилеры, магазины и дистрибьюторы автомобильных запасных частей.

Чем подтверждается качество CWORKS?

Toyota Tsusho Corporation существует на рынке уже более 70 лет. Благодаря процедуре исключительного отбора поставщиков среди OEM-производителей и наличию сертификатов в области контроля качества и R&D, она известна как надёжный поставщик продукции на мировой арене. Продукция производится из высококачественных материалов на заводах по всему миру, где также изготавливаются и оригинальные автозапчасти на конвейеры. Каждая партия запасных частей проходит строгий контроль по системе оценки качества Toyota. Качество продукции подтверждено сертификатом Toyota Tsusho Corporation.

Все запасные части CWORKS — это сертифицированные продукты, производимые в соответствии с международными стандартами ISO 9001, IATF 16949, и с требованиями, предъявляемыми к поставщикам Toyota Tsusho Corporation.

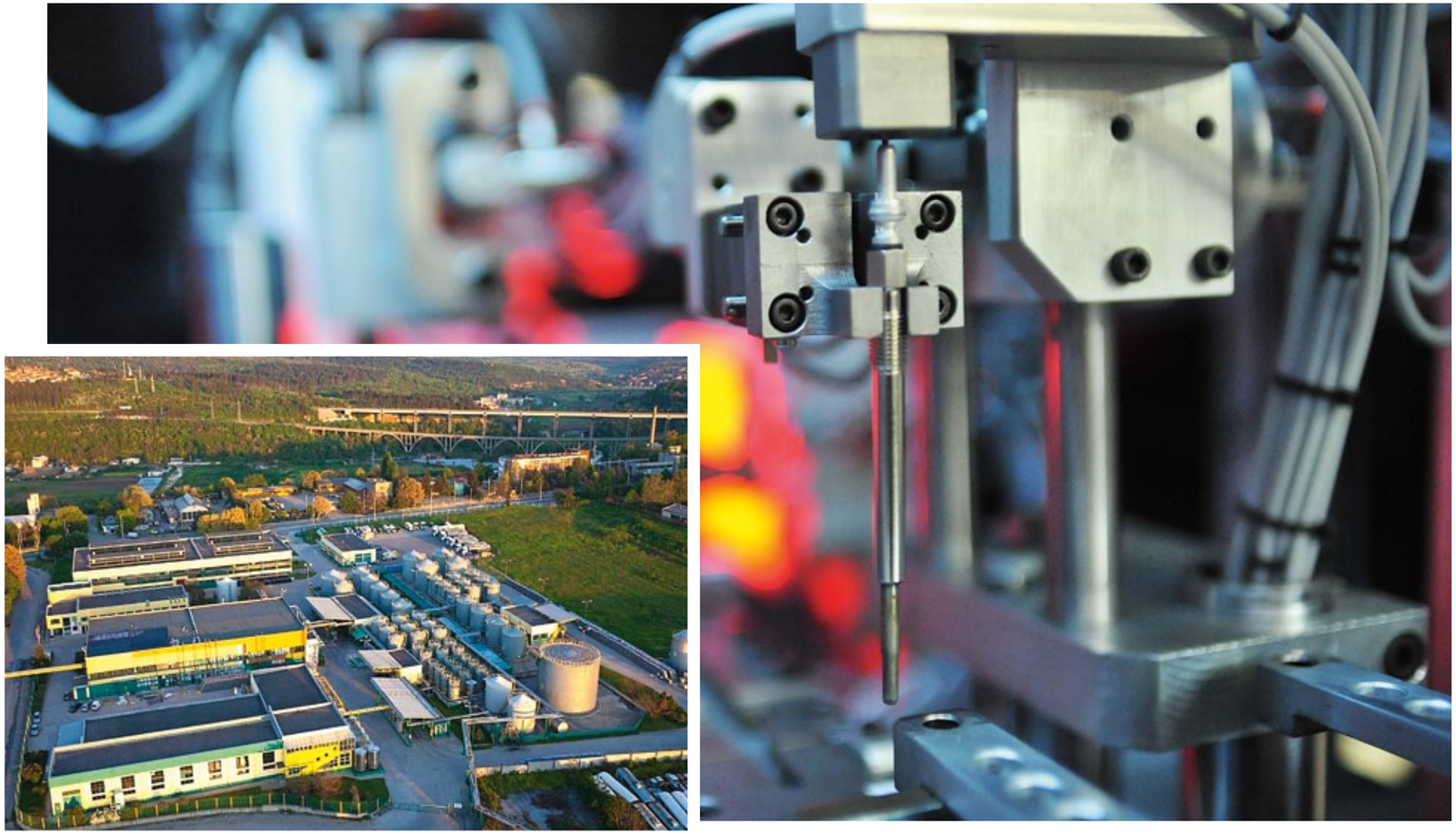
CWORKS OIL производится на высокотехнологичных европейском и японском заводах. Собственная лаборатория в Европе сертифицирована по стандарту EN ISO/IEC 17025:2006 и аккредитована на испытание масел, смазочно-охлаждающих жидкостей и других технических жидкостей для автомобилей. Сертификат гарантирует признание протоколов испытаний по всему миру без дополнительного тестирования.

Каков ассортимент бренда CWORKS?

На сегодняшний день ассортимент CWORKS представлен автохимией (жидкий ключ, различные смазки, чернение шин и т.п.), расходными материалами для СТО (накидки, коврики, салфетки, перчатки и т.п.), фильтрами (масляными, топливными, воздушными, салонными: пылевыми, угольными, антибактериальными), тормозными дисками, тормозными колодками (с NAO формуляцией смеси), деталями подвески и рулевого управления, свечами зажигания с иридиевым электродом, свечами накаливания, бескаркасными щётками стеклоочистителей.

Линейка продуктов CWORKS OIL объединяет в себе моторные, трансмиссионные, индустриальные масла и специальные жидкости.

По статистике, покупатель, отдающий предпочтение нашему бренду, — это владелец иномарки со средним достатком, меняющий автомобиль примерно раз в 5 лет



Где производятся масла?

Производство масел находится в двух странах — в Болгарии (CWORKS OIL), где продукция выпускается в пластиковой таре, и в Японии (CWORKS OIL SUPERIA), где масло разливается в металлические канистры. Обусловлено это различным отношением к воздействию этих материалов на экологию в разных странах. Японские моторные смазочные материалы CWORKS OIL SUPERIA соответствуют самым современным спецификациям: API SP и ILSAC GF-6A.

Когда планируется появление новинок бренда?

Появление новинок запланировано как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. В ближайший год планируется значительное расширение существующего ассортимента: фильтры (АКПП), тормозные диски (с защитным покрытием, перфорированные) и тормозные колодки (Low-metallic), моторные, трансмиссионные, гидравлические масла, произведённые в Японии. В долгосрочной перспективе запланировано появление в ассортименте амортизаторов, радиаторов, ремней, катушек зажигания и топливных форсунок.

Как вы намерены продвигать продукты CWORKS?

Основным способом продвижения для нас является расширение дистрибьюторской сети. Поэтому сейчас перед нами стоит важная задача — поиск новых надёжных партнёров с многолетним опытом. Также мы уже выстраиваем позиционирование бренда, реализовываем федеральные и локальные рекламные кампании и осуществляем маркетинговую поддержку бренда.

Каков охват вашей дистрибьюторской сети?

Если рассматривать российское направление, то по итогам первого полугодия развития дистрибьюторской сети продукция CWORKS представлена в Москве и Московской области, Южном федеральном округе и Калининграде. Также в ближайшее время ожидается подписание контрактов с партнёрами в восточных и центральных регионах России. Необходимо отметить, что дистрибьюторская сеть не ограничивается территорией РФ, на сегодняшний день в неё уже входит часть Восточной Европы и Казахстан. А поставки смазочных материалов европейского производства осуществляются и в Японию.

«Оптимум Трейдинг» является эксклюзивным импортёром CWORKS в России, Казахстане и Узбекистане. Дистрибьюторская сеть будет постоянно расширяться, в зоне наших интересов — страны восточной Европы: Польша, Чехия, Словакия, Болгария, Румыния, Сербия, Украина, Венгрия и Турция.

Кого вы приглашаете к сотрудничеству, и кто может стать вашим дистрибьютором?

В первую очередь мы хотим видеть рядом с собой надёжных и опытных партнёров, зарекомендовавших себя на рынке. Мы работаем с компаниями, которые имеют собственные отделы продаж, логистические сети и складские системы. Такие требования помогают организовать сотрудничество, которое будет максимально эффективно для всех сторон.

Наша компания находится в состоянии постоянного развития, мы ищем новые интересные решения и не боимся работать с динамикой рынка и его сегментами. Похожие взгляды на ведение бизнеса мы стремимся увидеть и у наших партнёров — компаний с большим желанием развивать свой бизнес, с широким кругозором и большими планами на будущее. Наш приоритет — это высокий результат, а не работа ради процесса.

Что вы можете предложить вашим партнёрам?

Пожалуй, наиболее значимым является то, что мы предлагаем качественный продукт, который обладает всеми необходимыми качествами, чтобы вызвать высокий потребительский отклик. Для того чтобы сотрудничество было максимально полезным, мы предоставляем уникальные мотивационные программы, разрабатываемые индивидуально для наших партнёров, с учётом особенностей конкретного рынка. Основаны эти программы на маркетинговых исследованиях, которые мы также проводим.

Мы заинтересованы в том, чтобы наши партнёры развивались и росли вместе с нами, поэтому уделяем большое внимание обучению. Профессиональное обучение «ACADEMY BUSINESS CAR» позволяет нам предложить различные программы обучения и повышения квалификации для специалистов отдела продаж и линейных руководителей в рамках сотрудничества. Множество семинаров на различные тематики, которые мы проводим для своих партнёров, помогают получить самые актуальные знания и необходимые навыки для успешной деятельности на рынке.

Почему выгодно работать с вами?

CWORKS — это высокое качество, гибкость в формировании линейки ассортимента и комплексный подход в организации процессов, нацеленных на результат. Вся продукция имеет высокий уровень защиты от подделок. Грамотно выстроенный менеджмент, расширение ассортимента и развитая логистика позволяют компании демонстрировать динамичный рост и стабильное развитие. Кроме обучения мы также предлагаем нашим партнёрам проведение акций для B2B и B2C сегментов, участие в рекламной деятельности партнёра, предоставление рекламных материалов (стойки, бирки по замене масла, насосы, спецодежда и многое другое), индивидуальные мотивационные программы и т.д.

Бренд приобретает всё большую популярность в мире, и, в том числе, в России. В политике развития бренда CWORKS «Оптимум Трейдинг» ведёт постоянный диалог с партнёрами для совершенствования условий сотрудничества. Мы приглашаем не просто к сотрудничеству, а к участию в развитии глобального мирового бренда от Toyota Tsusho Corporation.

Для развития торговой марки CWORKS приглашаем к сотрудничеству опытных и надёжных партнёров!

Свяжитесь с нами: www.cworks-ru.com, sales@optimumauto.ru, (495) 221-00-61

Wolf: современное масло для любого двигателя

За последние 10–15 лет стало необходимостью постоянно разрабатывать все более совершенные комплекты присадок для создания инновационных смазочных материалов, которые следуют за последними технологическими усовершенствованиями в конструкции двигателей. Благодаря 65-летнему опыту работы компании Wolf в области смазочных материалов ею созданы прочные связи с самыми крупными поставщиками присадок. Именно поэтому Wolf может предложить решение для любого изменения на рынке смазочных материалов

Привычные термины, такие как «сертификат» или «спецификация» давно на слуху у грамотных автовладельцев. Стоит разобраться, почему так важно обращать пристальное внимание на подобную информацию, если речь идёт о смазочных материалах.

Производитель смазочных материалов может утверждать, что его продукт соответствует спецификации только после того, как будет доказано его соответствие определенным требованиям. Эти требования учитывают все защитные свойства, которые, по мнению производителя оборудования, необходимы для надлежащей работы смазываемых компонентов.

Если производитель масла хочет получить для одного из своих масел официальный сертификат производителя оригинального оборудования, потребуется гораздо больше, чем просто пройти ряд тестов. Зачастую производители оборудования налагают дополнительные правила, касающиеся состава или процедуры производства смазочных материалов, после чего масла ещё должны пройти множество строгих испытаний. Масло, имеющее официальную сертификацию, успешно прошло эти тесты и испытания, поэтому, выбирая такое масло, вы можете быть уверены, что используете продукцию оптимального качества и предоставляете своим клиентам высочайший уровень обслуживания. Отличным примером такого масла является OFFICIALTECH 5W30 C3. Это превосходное моторное масло получило 7 сертификатов от 4 производителей оборудования.

Класс вязкости и не только

Владельцы автомастерских, недостаточно хорошо разбирающиеся в моторных маслах, часто выбирают моторное масло для машины клиента, руководствуясь исключительно классом вязкости. К сожалению, только класс вязкости не может гарантировать всех преимуществ смазочного материала. Спецификации, разработанные производителями оборудования, включают в себя класс вязкости, но помимо него учитывают множество других необходимых защитных свойств. Все эти требования позволяют производителям оборудования точно рекомендовать масло, которое будет оптимально защищать каждый компонент двигателя.

Новейшие технологии во главе угла

Владелец автомастерской, который при выборе масла для клиентов ориентируется только на категории масел ACEA и API, неминуемо столкнётся с проблемами. Ведь

130 000 тонн
производственная мощность
более чем в 100 странах мира
продается продукция

на самом деле, хотя эти категории служат отличным индикатором определенных характеристик масла, они не учитывают все необходимые защитные свойства, на которые обращают внимание производители оригинального оборудования.

Возьмём для примера WOLF OFFICIALTECH 0W20 MS-MFE. Это масло можно использовать для целого ряда продвинутых двигателей Mercedes-Benz, ведь оно не только соответствует спецификации 229.71, но и получило официальный сертификат от производителя. Помимо этого, это моторное масло относится к категории ACEA C5-16, т.е. оно соответствует высочайшим требованиям не только категории ACEA, но и спецификации MB 229.71. Тем не менее для двигателя, требующего спецификации MB 229.71, нельзя просто использовать любое масло категории ACEA C5-16. Подойдет только моторное масло, имеющее спецификацию MB 229.71, такое как WOLF OFFICIALTECH 0W20 MS-MFE.

На защите прогресса

Новые конструкции двигателей имеют особые потребности, в результате чего спецификации моторного масла нередко становятся всё строже. Наглядным примером этому служит появление высокопроизводительных двигателей GDI (бензиновые двигатели с прямым впрыском). Двигатели такого типа обеспечивают превосходную экономию топлива, но в этой бочке мёда есть и своя ложка дёгтя. В случае использования неподходящего моторного масла на таких двигателях может наблюдаться пропуск зажигания (LSPI — раннее зажигание на низких оборотах), что ведёт к необратимой поломке двигателя. Единственный способ защитить эту новейшую технологию двигателя — использовать масло, которое гарантирует защиту от LSPI. Недавно мы пополнили ассортимент продукции Wolf целой линейкой новых моторных масел API SN Plus. Эта категория масел отвечает нуждам чувствительных к LSPI двигателей GDI, а потому моторные масла API SN Plus станут незаменимым приобретением для каждой автомастерской, где предлагают оптимальное обслуживание.

Стремление Wolf помочь каждой автомастерской предлагать своим клиентам лучшее обслуживание привело к расширению ассортимента, который пополнили масла, отвечающие огромному количеству спецификаций. Ассортимент Wolf весьма обширен, ведь в него входит большинство жидкостей, необходимых для легковых и грузовых автомобилей, автобусов, небольших моторных лодок и т.д.

Соответствие спецификации

Используемые жидкости и смазочные материалы во многом определяют срок службы агрегатов, в которых они используются, обеспечивают их эксплуатационную надёжность и надлежащее функционирование. Поэтому крайне важно правильно их выбирать и должным образом обращаться с ними.

Существуют две степени «правильности»: «соответствие спецификации» и «одобрено производителем оборудования».

Производитель оборудования (OEM) совместно с поставщиком присадок и/или производителем смазочных материалов публикует спецификации для смазочного материала или жидкости, которые будут использоваться в определённой области применения.

Эта публикация содержит конкретные испытания и предельные условия испытаний и используется поставщиками присадок и производителями смазочных материалов. Иначе говоря, они должны определить и использовать правильное сочетание базовых масел и присадок, чтобы конечный продукт соответствовал спецификации.

В результате получается смазочный материал или жидкость, которые «соответствуют спецификации». Но это не значит, что они также «одобрены производителем оборудования».

Официальное подтверждение качества СМ

Производитель смазочного материала может предпринять еще один шаг: он может предоставить свой смазочный материал, соответствующий спецификации, производителю оборудования, чтобы тот, в свою очередь, официально одобрил его. Затем производитель оборудования или независимая (но общепризнанная) испытательная лаборатория проверит масло на различные характеристики, описанные в информационном листе.

Смазочный материал получит официальное одобрение от производителя оборудования только после того, как пройдёт строгие испытания и будет соответствовать всем необходимым требованиям. Срок действия одобрения производителя оборудования варьируется от 1 до 5 лет.

Ценность одобрения со стороны производителя оборудования заключается в том, что оно представляет собой «официальное подтверждение» качества смазочного материала. Многие официальные дилеры легковых и грузовых автомобилей требуют, чтобы продукты были одобрены производителями оборудования, поскольку тем самым гарантируется 100% соответствие смазочного материала необходимой сфере применения.

Например, в ассортименте бренда смазочных материалов Wolf есть линейка OFFICIALTECH, которая имеет одобрения от производителей оборудования. В целом, за 65 лет работы в области смазочных материалов компанией Wolf созданы прочные связи с самыми крупными поставщиками присадок. Именно поэтому Wolf может предложить решение для любого изменения на рынке смазочных материалов.

www.wolflubes.com, dealer@maslo.center

Areol – европейский бренд смазочных материалов, предназначенных для использования в современных легковых автомобилях, мототехнике и тяжелой коммерческой технике производства европейских, американских, азиатских и российских автоконцернов.

Линейки бренда:

Eco Energy
Синтетические масла

МОТОРНЫЕ МАСЛА

Энергосберегающие масла со сниженной вязкостью для бензиновых двигателей с малым объемом, непосредственным впрыском и турбиной. Отвечают требованиям API SN PLUS RC по таким показателям, как топливная экономичность и защита от преждевременного воспламенения (LSPI).

Eco Protect
Синтетические масла

МОТОРНЫЕ МАСЛА

Минимальный расход на угар, надежная защита деталей агрегата от износа при различных температурных режимах. Для двигателей, соответствующих стандартам Евро IV-V.

Max Protect
Синтетические и полусинтетические масла

МОТОРНЫЕ МАСЛА

Разработаны для максимальной защиты двигателя при тяжелых условиях эксплуатации и экстремальных температурах и режимах работы. Высокая стойкость к образованию отложений.

Moto 4T и 2T
Синтетическое и минеральное масла

МОТОРНЫЕ МАСЛА

Современный пакет присадок – гарантия длительного срока службы и чистота двигателей, в том числе четырехтактных с «мокрым» или «сухим» сцеплением. Для всех типов шоссейных и кроссовых мотоциклов, а также скутеров, квадроциклов, снегоходов и другой малой техники.

Trans Truck Eco
Синтетические масла

МОТОРНЫЕ МАСЛА

Всесезонные моторные масла со сниженной зольностью и специальным пакетом присадок. Созданы с учетом специфики норм Евро IV-VI. Для дизельных двигателей грузовых автомобилей с сажевыми фильтрами (DPF) и системами избирательной каталитической нейтрализации SCR. Рассчитаны на увеличенный интервал замены.

Trans Truck
Полусинтетические и синтетические (НС-синтез) масла

МОТОРНЫЕ МАСЛА

Для эксплуатации двигателей в тяжелых условиях – как в магистральном, так и в городском режимах. Обеспечивают высокий уровень защиты деталей от износа и коррозии, гарантируют увеличение их ресурса.

Масла для механических трансмиссий

ТРАНСМИССИОННЫЕ МАСЛА

Обеспечивают легкость переключения передач, снижение износа, отвод тепла от трущихся поверхностей, защиту от коррозии, подавление вибрации и удаление продуктов износа и загрязнений.

Масла для автоматических трансмиссий

ТРАНСМИССИОННЫЕ МАСЛА

Стабильность вязкостных характеристик, качественная смазка деталей АКПП, защита деталей агрегата от коррозии и перегрева. Ассортимент представлен жидкостями как для старых автоматических коробок передач, так и для современных.

Manufactured by ATH&S GmbH, Bronninghauser Str. 33,
33729 Bielefeld, Germany

www.areollub.com

AREOL

МОТОРНЫЕ И ТРАНСМИССИОННЫЕ МАСЛА

для современных легковых автомобилей и тяжелой коммерческой техники

Продукция AREOL – обладатель премии «Автокомпонент года» – 2019 в номинации «Масла моторные» российского профессионального конкурса экспертов отрасли автомобильных компонентов

официальный эксклюзивный дистрибьютор в Российской Федерации

ARMTEK

www.armtek.ru

RIXX: новый бренд, новые возможности

RIXX означает: R — research (исследования). RIXX Corporation SARL — независимый французский производитель моторных и промышленных масел много внимания уделяет исследованиям, стремясь создать лучшие смазочные материалы и технические жидкости. I — innovation (инновации). Инновации позволяют увеличить производительность, снизить издержки, повысить качество продукции и, как следствие, представить на рынке товар с лучшим соотношением цены и качества. X — eXperience (опыт). Опыт использования продукции и обратная связь от партнёров и клиентов — важная составляющая работы компании. Очевидно, что только прислушиваясь к отзывам, можно производить товар, который удовлетворит потребности любой категории потребителей. X — eXceed (превосходить). Продукция RIXX не только соответствует, но и превосходит требования международных стандартов и спецификации автопроизводителей

Появление новой торговой марки на российском рынке — это событие, неизменно волнующее любое профессиональное сообщество. С приходом нового бренда связаны новые ожидания, планы и перспективы. Однако сегодня для того, чтобы пробиться на рынок, «новичкам» приходится не просто соответствовать, но и превосходить по качеству своих успешных предшественников.

Строгие внутренние стандарты охватывают все технологические процессы создания масла RIXX, задавая высокую планку качества. Сырьё, полученное от лучших европейских производителей, проходит тщательный входной контроль в лаборатории и только после этого поступает в резервуары для хранения. RIXX Corporation сотрудничает с такими известными производителями присадок как: Lubrizol, Afton Chemical и BRB International BV. Процесс блендинга полностью автоматизирован, поэтому абсолютно исключена возможность ошибки по вине человека.

Технология CCBL®

Масла RIXX производятся по инновационной технологии CCBL®, разработанной совместно с Лабораторией тестирования нефтепродуктов (Petroleum Products Testing Laboratory, PPTL), одной из самых современных европейских испытательных лабораторий, оснащённых современными инструментами для испытаний, контроля и измерений. PPTL является организационным членом ASTM International. Аккредитовано в соответствии с требованиями BS EN ISO IEC 17025.

Принципиальное отличие технологии CCBL® — в смешивании базовых масел с присадками на молекулярном уровне, что значительно увеличивает смазывающие свойства и срок службы масла. По завершении производства готовая продукция тщательно проверяется на соответствие мировым стандартам и поступает на склад. Так создаются передовые смазочные материалы RIXX. Позже, взаимодействуя с двигателями, трансмиссиями и гидравлическими системами, RIXX полностью раскрывает свои достоинства. Таким образом, RIXX Corporation доказывает, что экономическая целесообразность, экологическая безопасность и новейшие технологии не противоречат, а комплексно дополняют друг друга.

Специально для дилеров

На сегодняшний день на территории Российской Федерации и стран СНГ формируется дилерская сеть. RIXX Corporation ищет дилеров с опытом работы в сфере продаж моторных масел, технических жидкостей или автозапчастей для долгосрочного, взаимовыгодного сотрудничества. Стать дилером моторных масел RIXX может любой хозяйствующий субъект, будь то юридическое лицо любой формы собственности или предприниматель, осуществляющий свою деятельность без образования юридического лица.

Дилеру предоставляется эксклюзивное право на продажи масла RIXX в регионе на первое время, и это право будет продлено при выполнении плана закупок. Дилеры и клиенты получают доступ к различным промоматериалам, персональную страницу на сайте и возможность продавать продукцию онлайн без вложений. Кроме того, партнёрам предоставляется отсрочка платежа до момента фактической реализации товара.

Кандидату в дилеры необходимо заполнить анкету и предоставить необходимые документы. После их изучения претенденту назначают первичное собеседование. По результатам проверки кандидата службой безопасности и первичных переговоров, руководством принимается решение. После обсуждения всех нюансов и согласования условий составляется и подписывается бизнес-план, заключается дилерский договор и выдаётся сертификат дилера RIXX.

Дополнительные возможности, новые контракты и достижения — всё это преимущества сотрудничества с RIXX, присоединяйтесь!

ru.rixx-corp.fr, тел: 8 (800) 302-21-13, e-mail: ruinfo@rixx-corp.fr

Чемпионы по смазке

Мировой рынок смазочных материалов поделен между нефтегазовыми гигантами, которые не имеют ограничений ни географических, ни финансовых. Они абсолютно доминируют на рынке, конкурируя между собой. И есть ряд компаний, которые занимают прочные позиции на крупных национальных рынках, что делает их значимыми игроками мирового рынка, хотя по степени влияния с национальными гигантами они несравнимы.

Royal Dutch Shell

Предприятия в **80 странах** мира
30 нефтеперерабатывающих заводов
44 тыс. АЗС

Royal Dutch Shell лидер нефтегазовой отрасли и мирового рынка смазочных материалов. Работает во всех направлениях отрасли, это одна из немногих в мире компаний, которые обеспечивают полный цикл производства смазочных материалов, начиная от добычи и переработки нефти и газа, промышленного производства присадок и до производства смазочных материалов и других конечных нефтепродуктов. Также крупнейший актив корпорации — крупнейшая сеть заправок АЗС Shell.
Royal Dutch Shell довольно крупный инвестор в российскую экономику, компания участвует в разработке Сахалинского шельфа и месторождений Салымской группы в Ханты-Мансийском автономном округе.
Смазочные материалы компании хорошо известны в России, компания активно занимается маркетингом смазочных материалов, на долю концерна приходится около 20% всего импорта моторных и индустриальных масел в Россию. Ведущие бренды смазочных материалов Shell, Pennzoil, Rotella, Helix, Quaker State и ряд других. Shell партнёр команды «Феррари», участвующей в гонках «Формула-1», испытывает на болидах свои прогрессивные высокотехнологичные продукты.

ExxonMobil

Контролирует **24,2 млрд** баррелей нефти
НПЗ в **25 странах**
Розничная сеть более **20 тыс.** АЗС

Один из постоянных мировых лидеров нефтяной индустрии и производства нефтепродуктов, и одна из крупнейших корпораций в мире по размеру рыночной капитализации, до $330 млрд в 2019 году. В 2019 году считалась второй крупнейшей в мире компанией по размеру рыночной капитализации, но в 2020 году переживает не лучшие времена и таковой больше не является, но по-прежнему одна из самых крупных компаний мира. ExxonMobil контролирует около 24,2 млрд баррелей нефтяного эквивалента. Суммарная производительность всех видов нефтепродуктов порядка 4,7 млн баррелей в сутки.
Ранее активно сотрудничала с Россией, но из-за санкций компании не удалось получить разрешение правительства США на продолжение работы с «Роснефтью».
Производство и поставки смазочных материалов компания осуществляет ещё со времени раздельного существования компаний Exxon и Mobil. Масло Esso поставляется для автомобилей Mercedes, Toyota, Volvo, BMW, Audi, Volkswagen, Ford, также этот бренд был одним из первых, представивших масла для АвтоВАЗа. Но в России более популярен бренд Mobil.

BP

20% компании «Роснефть»
Контролирует **0,577 млрд** баррелей нефти
Продажи в день **2,736 млн** баррелей нефтепродуктов

Ещё один супергигант рынка нефтедобычи и нефтепереработки. Основный актив компании — приёмные терминалы для природного газа в Мексиканском заливе, доли в 10 газопроводах и пяти регазификационных терминалах в Северном море и 47% акций газопровода на Аляске. Особое внимание уделяет альтернативной энергетике, один из крупнейших игроков на рынке водородной энергетики. Компания широко известна в мире и в России как производитель смазочных материалов бренда «Castrol» — моторных и трансмиссионных масел. Производство Castrol само по себе огромное, — более 12 000 человек в 130 странах мира. Компания выпускает смазочные материалы для легковых автомобилей EDGE, Magnatec, GTX и линейку масел профессионального назначения для дилерских станций EDGE Professional, для грузового транспорта Elixion, Enduron, Tection, Vecton.

Total

Предприятия в **130 странах**
Контролирует **11,1 млрд** баррелей нефти
Продажи **1 млн** баррелей в сутки в ЕС

Французский нефтегазовый гигант полного цикла, — добывает, перерабатывает нефть и продаёт нефтепродукты. Деятельность компании структурирована по трём направлениям — Upstream (разведка и добыча традиционных источников энергии и освоение альтернативных источников энергии), Downstream (переработка и продажа сырой нефти и нефтепродуктов, включая смазочные материалы) и Chemicals (нефтехимия и удобрения).
Владеет большой сетью АЗС — более 16 тыс. по всему миру. Общая производительность нефтеперерабатывающих заводов больше 1,8 млн баррелей в сутки.
В России представлены смазочные материалы, производимые компанией «Тотал Восток», — одним из крупнейших производителей смазочных материалов брендов TOTAL и ELF, которые используются и для конвейерной заливки и послепродажного обслуживания. Также Total выпускает оригинальные моторные масла для компаний Nissan, Mazda, Datsun, Claas.
Перспективы компания видит в активных исследованиях и разработках, связанных с альтернативными источниками энергии — солнечной, водородной и другими.

Chevron

Контролирует **13 млрд** баррелей нефти
5 тыс. АЗС в мире
Производит **57 тыс.** баррелей базовых масел в день

Chevron крупнейшая интегрированная энергетическая компания мира, могущество которой основано на месторождениях нефти в США (29%), Австралии (20%) и Казахстане (18%). В структуру империи Chevron включены тысячи предприятий и доли в предприятиях отрасли с другими компаниями. Располагает сетью АЗС 7900 автозаправок «Chevron» и «Texaco» в США и пять тысяч АЗС в мире.
Объём продажи нефтепродуктов более 2,6 млн баррелей в сутки, смазочные материалы и охлаждающие жидкости реализуются под брендами Havoline, Delo, Ursa, Meropa, Rando, Clarity, Taro, Chevron, Texaco, Caltex.
Компания инвестирует значительные средства в альтернативные источники энергии, специализируясь, прежде всего, на освоении геотермальной солнечной энергии. Сейчас из-за ценовой войны между СА и РФ существенно снизила инвестиции, сосредоточившись на основном бизнесе — нефтедобыче и нефтепереработке.

Lukoil

12% общероссийского объёма продаж нефтепродуктов
5044 АЗС
2% мировой нефтедобычи

Lukoil ведущий российский производитель смазочных материалов, занимающий около 45% этого рынка. В структуре компании семь нефтеперерабатывающих заводов суммарной мощностью 58 млн тонн нефти в год. Среди заводов — Лукойл-Нижегороднефтеоргсинтез, Лукойл-Пермнефтеоргсинтез (ПНОС), Лукойл-Волгограднефтепереработка, Лукойл-Ухтанефтепереработка , Лукойл-Одесский НПЗ, Лукойл Нефтохим Бургас, Petrotel-LUKOIL Плоешти, ISAB Приоло Гаргальо, TRN Флиссинген.
В 2019 году доля продаж нефтепродуктов компании составляла порядка 12% от общероссийского объёма.
Нефтепродукты компания реализует в том числе и через собственную сбытовую сеть в составе 5044 АЗС в 19 странах мира.
Смазочные материалы производятся силами предприятия ООО «ЛЛК-Интернешнл». В структуре компании 8 собственных заводов, 2 совместных предприятия в России и за рубежом и 25 партнёрских заводов в мире. Смазочные материалы поставляются более чем в 100 стран.

Газпром Нефть
140 предприятий
21% рынка фасованных смазочных материалов в России
600 наименований масел и смазок

Газпром Нефть — один из российских гигантов нефтедобычи и нефтепереработки. Вертикально-интегрированная нефтяная компания, которая осуществляет разведку и разработку месторождений нефти и газа, нефтепереработку, производит и реализует нефтепродукты. Основные перерабатывающие мощности компании размещены в России и Сербии. В структуре нефтепереработки — АО «Газпромнефть-Омский НПЗ», АО «Газпромнефть — Московский НПЗ», ПАО «Славнефть-Ярославнефтеоргсинтез» и два НПЗ в Сербии.
Нефтепродукты в России реализуются через сеть сбытовых компаний и через АЗС.
Различные виды смазочных масел и присадок относятся к основным видам продукции переработки на заводах компании. На смазочных материалах специализируется дочернее предприятие «Газпромнефть — смазочные материалы» («Газпромнефть-СМ»). Выпуск продукции осуществляется на 6 заводах в России, Италии и Сербии, суммарным объёмом 600 тысяч тонн. Смазочные материалы реализуются в 75 странах мира.

Valvoline
147 лет истории
Компания — создатель моторного масла
10% рынка замены масла США

Valvoline занимает место одного из крупнейших производителей смазочных материалов потому, что существует на рынке очень давно. Именно основатель этого предприятия, Джон Эллис, изобрёл моторное масло, ещё в 1873 году.
С тех пор компания заняла прочное место в США как производитель высокотехнологичных смазочных материалов для автотранспорта. Сейчас Valvoline Inc. выпускает и реализует автомобильные масла, присадки и другие смазочные материалы марки Valvoline, в частности, среди них моторные масла SynPowerSynPower, SynPower, MaxLifeMaxLife, MaxLife, All-ClimateAll-Climate, All-Climate, VR1 RacingVR1 Racing, VR1 Racing.
Компании принадлежат СТО Valvoline Instant Oil Change и Valvoline Express Care, это второй в США поставщик услуг по замене масла с 1050 филиалами.
За рубежом компания представлена слабо, но позиции в США, — самом крупном потребителе смазочных материалов, — делают её очень влиятельным игроком мирового рынка, особенно в плане продвинутых технологий.

Petronas Lubricants International
Полностью принадлежит государству Малайзия
11 нефтеперерабатывающих заводов в мире
Представлена в **20 странах** мира

Petronas Lubricants International один из новых, быстро растущих гигантов, который входит в топ-список самых влиятельных игроков рынка нефтедобычи и нефтепереработки, не относящихся к ОПЕС.
За пределами Малайзии известна относительно мало, однако ёмкость и значение рынка, на котором она работает, делает её одним из весомых производителей нефтепродуктов в мире.
PETRONAS — интегрированная нефтегазовая компания, которая осуществляет весь спектр деятельности в отрасли: разведка и добыча нефти и газа, нефтепереработка, сбыт нефтепродуктов.
Общий объём производства 613 тыс. тонн нефтепродуктов, среди них набирающие популярность моторные масла для грузовых автомобилей Petronas Urania, моторные масла для легковых автомобилей Petronas Syntium, масла для дизельных двигателей внедорожной и с/х техники Petronas Arbor.

Новинка от «Вебасто»!

Компания «Вебасто», известный немецкий производитель автомобильного отопительного оборудования, представляет в России новую систему управления — Webasto M36, позволяющую управлять предпусковым обогревателем с мобильного телефона и мониторить местоположение автомобиля. Приятный сюрприз — цена!

Система предназначена для управления всеми актуальными моделями подогревателей и отопителей Webasto. Прежде всего, конечно, — предпусковых подогревателей, чаще всего применяемых на легковых автомобилях. Как сообщает российское подразделение «Вебасто», система M36 совместима со всеми модификациями подогревателей Thermo Top Evo, поставлявшимися на вторичный рынок (с 2012 года), а также с большинством штатных подогревателей той же модели.

С помощью Webasto M36 предпусковым подогревателем можно управлять с мобильного телефона через SMS-команды, а для смартфонов предлагается удобное бесплатное приложение. Сама система включает приёмник размером меньше двух спичечных коробков с СИМ-картой (она уже входит в комплект) и антенной, и кабели для подключения к подогревателю и АКБ автомобиля.

Приятная добавка к основному функционалу системы — возможность мониторинга положения автомобиля (в том числе как дополнительная страховка на случай угона) — встроенный приёмник GPS отследит его с точностью до 2,5 м, а узнать координаты можно в том же мобильном приложении или на специальном сайте. А если есть возможность подключиться к бортовой электронике автомобиля через CAN-шину, с неё можно снимать и другую информацию, например, температуру двигателя и напряжение в бортовой сети.

Система предлагается в дилерской сети «Вебасто» и автосалонах-партнёрах. Особенно покупателей порадует то, что рекомендованная розничная цена M36 у дилеров «Вебасто» установлена в 7 тыс. рублей, что почти в 2,5 раза меньше, чем у старшей модели ДУ — Webasto Thermo Call.

www.car.webasto.ru, (800) 250-19-99

Павел Калинов:

«Сейчас хорошая возможность увеличить долю и вырасти за счёт более агрессивной конкурентной борьбы»

Текст: Валерия Королёва

Ситуация, сложившаяся в мире в связи с появлением новой вирусной инфекции, оказала влияние на все отрасли экономики. Не стал исключением и рынок автокомпонентов. О тенденциях в сегменте свечей зажигания, последствиях пандемии, о новых возможностях и традиционных ценностях в интервью ai менеджера по продажам DENSO Павла Калинова.

Как вы оцениваете состояние российского рынка послепродажного обслуживания автомобилей в сегменте свечей зажигания, где позиции DENSO традиционно сильны?

Существует определённый тренд, который сохраняется на рынке уже на протяжении последних 10 лет: потребление свечей зажигания в штуках сокращается, а в деньгах — растёт. К примеру, на рынке присутствуют иридиевые свечи зажигания, как пример — DENSO Iridium TT. Это по-настоящему технологичный продукт: такие свечи работают эффективнее и служат значительно дольше, а значит, и менять их необходимо реже. Однако они дороже. В связи с увеличением потребления иридиевых свечей, которые меняются реже, но стоят больше, падает потребление никелевых и платиновых свечей, которые дешевле, однако меняются чаще. Поэтому и получается ситуация, когда в штуках потребление падает, а в деньгах — растёт.

Как повлияют события уходящего года на тенденции рынка, темпы роста/спада?

Действительно, сложившаяся ситуация достаточно серьёзно отразилась на рынке. В начале года, в период с января по март, всё было стандартно, однако во время строгой изоляции случилась весьма сильная просадка рынка. Интересный момент: эта просадка длилась несколько месяцев, примерно с апреля по июнь, после чего сегмент свечей начал очень быстрыми темпами восстанавливаться. Вероятно, это вызвано тем, что личный транспорт воспринимается как некий гарант безопасности в условиях распространения коронавирусной инфекции, так что люди предпочитают его общественному транспорту. Нам кажется, что эта тенденция будет сохраняться и дальше, а значит, продолжится рост спроса на запчасти. Кроме того, определённую роль сыграл фактор отложенного спроса, когда люди фактически в течение квартала не покупали запчасти, а потом массово занялись обслуживанием собственных авто.

Какие шаги нужно предпринять в сегодняшней ситуации, чтобы сохранить конкурентоспособность компании?

На первый план выходит клиентоориентированность: необходимо прислушиваться к своим клиентам, причём клиентам всех уровней — магазинам, СТО, конкретным автомобилистам, не только дистрибьюторам. И всем им необходимо оказывать поддержку. Кроме того, важна гибкость — нужно уметь быстро адаптироваться к динамично меняющемуся рынку, предугадывать его потребности.

Сейчас есть возможность развиваться в тех направлениях, где конкуренты ослабили свои позиции

Если говорить конкретно о DENSO, то мы рассматриваем любые потенциальные возможности для роста, смотрим в сторону различных рынков сбыта, создаём большое количество бизнес-кейсов для того, чтобы эти рынки развивать.

По вашему мнению, можно ли использовать ситуацию на автомобильном рынке России, как шанс увеличить своё присутствие на нём?

Да, безусловно. Конечно, с учётом сказанного ранее, об органическом росте говорить не приходится (впрочем, о нём не приходится говорить уже довольно давно). Поэтому сейчас хорошая возможность увеличить долю и вырасти за счёт более агрессивной конкурентной борьбы. Другими словами, сейчас есть возможность развиваться в тех направлениях, где конкуренты ослабили свои позиции.

Какими методами вы продвигаете свою продукцию?

В нашем случае это многогранный процесс, поскольку наши клиенты лояльны к бренду DENSO, и эта лояльность довольно велика. Безусловно, важно постоянно работать над сохранением и развитием бизнес-отношений, двигаться навстречу клиентам, находиться с ними в диалоге.

Если говорить о конкретных мерах, то у DENSO достаточно сильно развита маркетинговая составляющая на всех уровнях. Мы делаем партнёрские проекты с производителями автомобилей и техники, реализуем программу авторизации независимых СТО, занимающихся обслуживанием автомобильных кондиционеров. Мы активно развиваем ассортимент, выводим на рынок целые новые товарные группы, ищем новые каналы и рынки сбыта.

Ну и, конечно, исключительно важна команда. Если в ней работают люди, которые любят своё дело, и на которых можно положиться — успех обязательно придёт. ai

www.denso-am.ru

Прамотроник: **единство тепла и холода**

Системы независимого подогрева и охлаждения двигателей, обогрева салонов и кабин коммерческого и спецтранспорта компании «Прамотроник» пользуются неизменным спросом у российских производителей сельскохозяйственной и специализированной техники. Многолетний опыт выпуска сертифицированной продукции, современное производство, новинки и патенты гарантируют стабильно высокий спрос на продукцию предприятия.

Компания «Прамотроник» была основана в 2008 году. В её состав вошли производственные предприятия АО «Лихославльский радиаторный завод» (г. Лихославль) и АО «Элтра-Термо» (г. Ржев). Сегодня ЗАО «Прамотроник» занимается разработкой, производством, продажей и сервисным обслуживанием систем независимого подогрева и охлаждения двигателей, обогрева салонов и кабин коммерческого транспорта, автобусов и спецтехники. Вся продукция сертифицирована и имеет гарантию качества. Потребителями продукции компании является большинство автомобильных заводов России и СНГ, в том числе КАМАЗ, ГАЗ, МАЗ, НЕФАЗ, УРАЛАЗ, УАЗ, ЛИАЗ, ПАЗ, ЧТЗ, «Петербургский тракторный завод», «Ивановец», «Галичанин», МТЗ и другие производители сельскохозяйственной и специальной техники.

Элтра-Термо умеет дарить тепло

АО «Элтра-Термо» образовано в 1999 году в городе Ржев и уже много лет занимается разработкой и производством жидкостных подогревателей, воздушных отопителей и циркуляционных насосов. Выпускаемые сегодня изделия являются собственными разработками и имеют ряд патентов, сертификатов соответствия и безопасности. Каждый год «Элтра-Термо» выводит на рынок по несколько новых продуктов. Это современное производство, включающее в себя лазерную резку, штамповку, сварку, покраску, механическую обработку литья, изготовление электронных компонентов, полуавтоматическую сборку и испытательный комплекс. Предприятие имеет сеть гарантийных и сервисных центров по России, обеспечивает быструю доставку продукции в регионы.

ЛРЗ знает, что значит охлаждение

АО «Лихославльский радиаторный завод» является ведущим производителем алюминиевых и медно-латунных теплообменников для автомобильной промышленности России. С момента основания в 1959 году предприятие ведёт разработку и производит радиаторы охлаждения, охладители наддувочного воздуха, отопители салона и масляные радиаторы для автозаводов КАМАЗ, ГАЗ, МАЗ и многих других. Современное производство, конструкторско-технологический потенциал позволяют заводу выпускать конкурентоспособные, качественные, удовлетворяющие потребителя изделия. Вся продукция имеет сертификаты соответствия и безопасности, прошла испытания и пользуется большим спросом у потребителей.

Компания «Прамотроник» предлагает своим клиентам:

- **радиаторы охлаждения двигателей;**
- **отопители салона;**
- **масляные радиаторы;**
- **охладители наддувочного воздуха (ОНВ);**
- **предпусковые автономные жидкостные подогреватели;**
- **воздушные отопители;**
- **жидкостные автобусные подогреватели;**
- **циркуляционные насосы.**

Приглашаем к сотрудничеству розничные магазины, оптовые компании и сервисные центры обслуживания коммерческого транспорта. Предлагаем специальные цены, высокое качество продукции собственного производства, быстрое исполнение заказов, рекламную поддержку и участие в акциях

www.pramotronic.ru, 8 800 600 98 20 (звонок по России бесплатный)

Kizuki 輝築:

японская новинка для отличного результата

Business Car Refinish выводит на российский рынок новый бренд Kizuki 輝築 с целью расширения бизнеса в среднеценовом сегменте. Линейка лакокрасочных материалов производится в Японии, что гарантирует её качество. Использование полной системы Kizuki 輝築 позволяет наиболее быстро добиваться высоких результатов в ремонтной покраске транспортных средств и получать покрытие, максимально соответствующее заводскому.

Новая линейка Kizuki 輝築 была разработана японским концерном Nippon Paint Co. с прицелом на российский рынок. При разработке нового бренда главной задачей было снижение стоимости системы, но с сохранением качества, присущего старшей премиальной системе Admila α. Ввод бренда Kizuki 輝築 направлен на привлечение тех клиентов, которым интересна продукция Nippon Paint, но премиальная линейка была не по карману. Ориентиром послужили примеры конкурентов, успешно реализовавших аналогичную схему работы с двумя брендами.

Важное отличие

Помимо цены, важное отличие Kizuki 輝築 от Admila α в снижении общего количества компонентов на 45%. Линейка состоит из 80 компонентов, что приближает её к линейкам европейских производителей ЛКМ. Для разведения красок используется свой разбавитель Kizuki 輝築, который представлен в трёх версиях для разных температурных режимов. Стоит отметить, что перламутры и ксиралики являются для всех систем NIPPON PANT универсальными. Т.е. в данном случае указанные компоненты используются в двух базах, но в Kizuki 輝築 их количество сокращено. Что касается первичных и финишных покрытий, то грунты и лаки серии nax остаются универсальными и прекрасно работают с обеими системами.

Специальные компоненты

Лакокрасочная система Kizuki 輝築 содержит следующие компоненты: 13 металликов различной формы и размера, в том числе 2 цветных; 35 цветных компонентов, в том числе 4 чёрных разной интенсивности и цветовой направленности, позволяющих добиваться глубоко чёрных цветов любых оттенков; 3 специальных компонента, позволяющих регулировать внешний вид базового покрытия; 29 перламутров, ксиралликов и колорстримов всех цветовых групп и различного размера. Базовые материалы Kizuki 輝築 имеют хорошую укрывистость, низкий расход и небольшой межслойный интервал.

Никаких ограничений

Комплект цветных компонентов, металликов и перламутров позволяет быстро и легко осуществлять подбор цвета на автомобили любых марок и особенно на авто азиатских брендов. Постоянно растущая цветовая база данных на текущий момент содержит более 17000 цветовых формул. Наличие в системе дополнительных компонентов, способствующих повышению укрывистости базового покрытия, позволяет значительно экономить при покраске красных, оранжевых и других цветов. Удобная в использовании и интуитивно понятная лакокрасочная система позволяет даже малоопытным малярам и колористам быстро привыкнуть к ней и иметь всегда результат наивысшего качества при любых условиях эксплуатации.

Все включено

Помимо компонентов система состоит из миксера на 64 места, электронных весов Mettler Toledo BBA242paint, вееров с выкрасами, которые производятся на базе собственного учебного центра в России, а также плакатов с описанием компонентов и программы поиска рецептур. Линейка материалов производится в Японии, что гарантирует её качество. Использование полной системы Kizuki 輝築 позволяет наиболее быстро добиваться высоких результатов в ремонтной покраске транспортных средств и получать покрытие, максимально соответствующее заводскому.

С заботой о партнёрах

Компания Business Car Refinish предоставляет своим партнёрам печатную продукцию, в том числе рекламные материалы и технические брошюры, обеспечивает техническую поддержку по телефону и другим видам связи, проводит обучение и презентации на базе собственного учебного центра Nippon Paint в Москве. Предусмотрена также возможность выезда технического специалиста компании к партнёру.

Компания Business Car Refinish приглашает к сотрудничеству дистрибьюторов в России и странах СНГ!

117452, г. Москва, Балаклавский проспект, д. 26, (495) 725-33-51, www.paintbc.ru, e-mail: info@paintbc.ru, zakaz@paintbc.ru

ai рекомендует

Sportlight Extreme: безопасно для себя и других

Лампы Sportlight Extreme от компании Tungsram — третье поколение популярной серии Sportlight, флагманской линейки со светоотдачей +40% и самой высокой цветовой температурой. Лампа выдаёт интенсивный холодный белый свет до 5000K, сравнимый со светом ксеноновых ламп.

История венгерской марки Tungsram столь же давняя, что и других компаний, стоявших у истоков мирового автомобилестроения. Основанная в 1896 году, компания Tungsram являлась в первой половине 20-го века одним из безусловных европейских лидеров в области разработки и производства осветительных приборов.

Став в 1989 году подразделением General Electric, Tungsram завоевала поклонников по всему миру благодаря превосходному качеству своей продукции, и с тех пор полностью сохранила традиции, компетенцию и технологии выпуска источников света. Спустя почти 30 лет, вернув себе независимость, легендарная венгерская компания продолжает поставлять на рынок продукт, созданный с применением самых передовых технологий в области автомобильного освещения.

Для любителей высокой цветовой температуры

Tungsram Automotive предлагает автолюбителям широкий ассортимент премиальных ламп, которые не только легальны для дорожного движения в странах Евросоюза, но и обеспечивают лучшую видимость и дополнительные преимущества с точки зрения срока службы, яркости, цвета и виброустойчивости.

Чтобы выбрать идеальную лампочку, которая подойдёт для индивидуального стиля вождения, необходимо принять во внимание, сколько водитель ездит ночью, как часто использует свой автомобиль за пределами города, насколько легко осуществляется замена ламп в автомобиле и какая цветовая температура света удобна для глаз.

Галогенные лампы Sportlight Extreme идеальным выбором станут для тех, кто предпочитает голубоватый свет. У этих продуктов более высокая цветовая температура по сравнению со стандартными лампами накаливания, они обеспечивают освещение, которое лучше воспринимается человеческим глазом, и дают больше света на дороге.

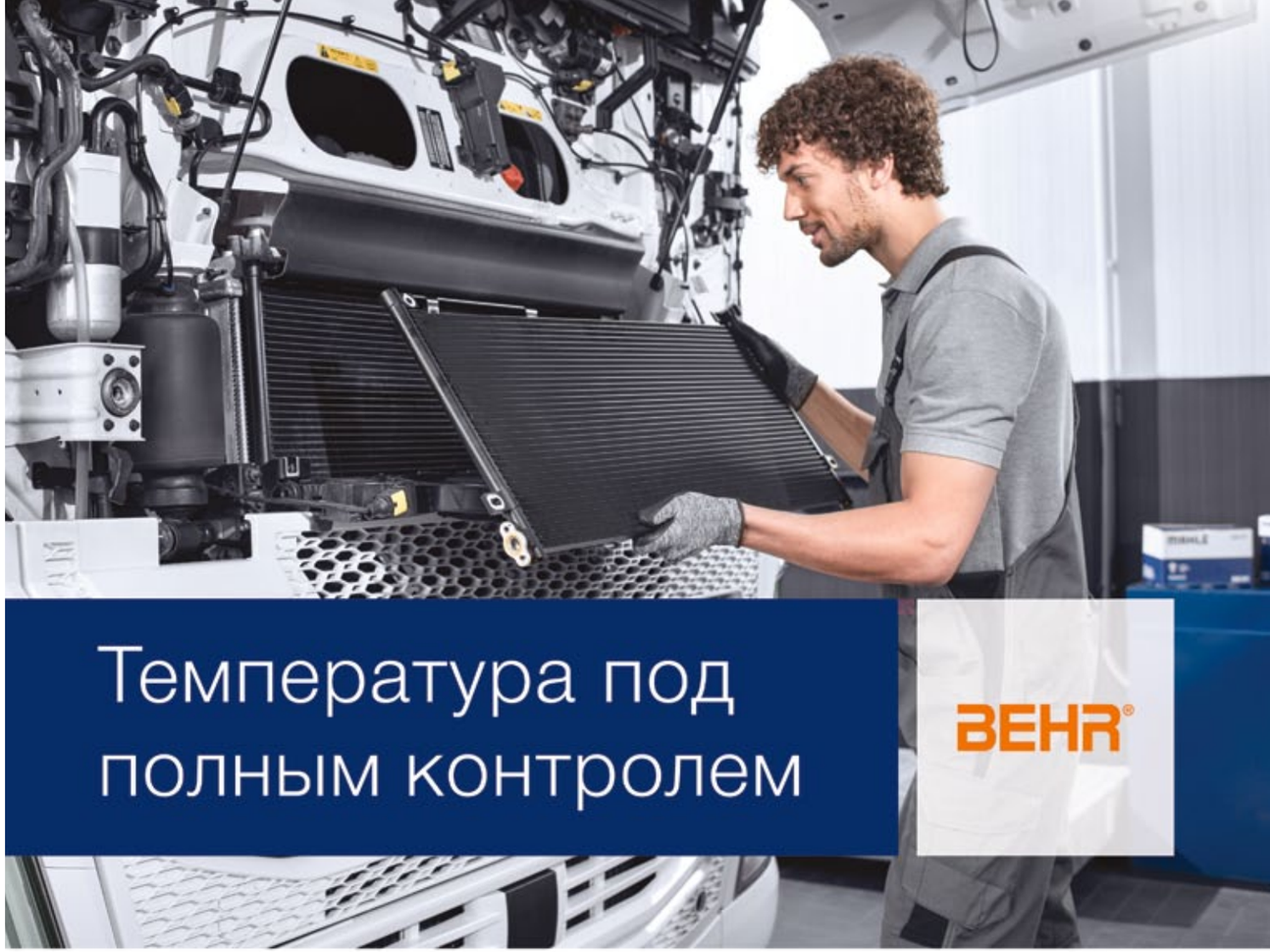
Модно, индивидуально, светло

Sportlight Extreme имеют самую высокую разрешённую цветовую температуру на рынке — до 5000K. Это отличное решение не только для тех, кто стремится к модному и индивидуальному внешнему виду, но и для водителей, которые ценят безопасность для всех участников дорожного движения, потому что Sportlight Extreme даёт на 40% больше освещения, чем его стандартные конкуренты. Помимо типов H1, H4, H7, обязательных для всей линейки Sportlight, лампа Sportlight Extreme 5000K представлена также в цоколе H11. Лампы рассчитаны на потребление 55 Вт при напряжении 12 В. Для цоколя H4 также выпускается 60-ваттная лампа.

Для безопасности и спокойствия

Хорошо известно, что человеческий глаз более чувствителен к более высокому температурному свету — тому, который излучают светодиодные и ксеноновые лампы, даже при более низком уровне освещённости, поэтому стильный и яркий белый свет Sportlight Extreme повышает безопасность в условиях плохой видимости, особенно когда водитель устаёт. Преимущества увеличения яркости фар автомобиля совершенно очевидны, так как делают вождение намного безопаснее и позволяют раньше распознавать приближающуюся опасность на дороге.

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



Детали и узлы системы охлаждения и кондиционирования коммерческих автомобилей

С 1 января 2020 года компания Behr Hella Service полностью перешла под контроль MAHLE. Теперь потребители получают из одних рук все запасные части для систем управления температурным режимом под брендом BEHR, входящим в глобальный бренд MAHLE. Ассортимент включает в себя более 9000 наименований изделий, полностью охватывая сферы охлаждения двигателя и кондиционирования воздуха коммерческих автомобилей и спецтехники.

mahle-aftermarket.com

MAHLE

TRUCKPART: правильный фильтр по честной цене

Текст: Иван Зацепин

Продукция под торговыми марками TruckPart и FilK — это воздушные фильтры для тяжёлого коммерческого транспорта, карьерной, сельскохозяйственной и спецтехники иностранного производства. Успевшие зарекомендовать себя бренды — детища современного российского производителя фильтров, завода «ФилкорАГ», основанного командой профессионалов в 2017 году в Ростове-на-Дону. На вопросы ai ответил представитель предприятия Григорий Филатов.

Как все начиналось?

Более чем 15-летний опыт продаж запчастей, ремонта и обслуживания тяжёлой коммерческой техники и хорошее знание потребностей рынка подтолкнули нас к производству фильтров с наилучшим соотношением цены и качества. Мы занялись изготовлением продукции под маркой TRUCKPART по оригинальной технологии с использованием необходимого для данного сегмента автотранспорта и спецтехники качественного сырья. Высокое качество наших фильтров подтверждается регулярными испытаниями и сертификацией в научном центре НАМИ (г. Москва). Уровень фильтрации и ресурс работы фильтров TRUCKPART не уступают европейским аналогам.

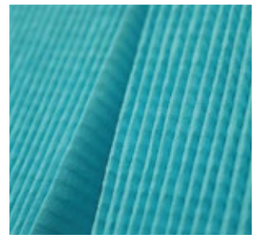
В чём отличие вашего продукта от других фильтров отечественного производства?

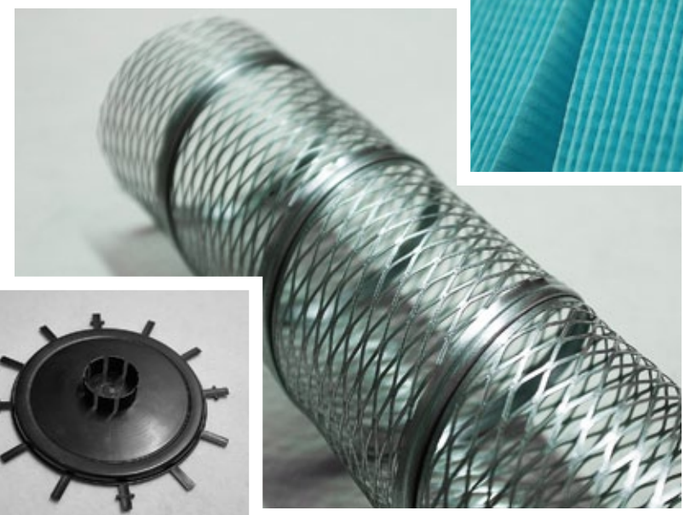
Мы делаем качественные, а в некоторых случаях и усовершенствованные аналоги лучших европейских образцов. Нас по качеству можно поставить как минимум в один ряд с такими производителями, как FILTRON, MFILTER, SAKURA, WIX, но при этом наши цены ниже в среднем на 25–30%. Мы не производим эконом аналоги. Более дешёвые аналоги других отечественных производителей имеют «слабые» прямошовные, металлические, внутренние и наружные каркасы. Отсутствует спиральное усиление клеем-расплавом наружной поверхности гофра-пакета, дно не усилено, почти в два раза меньшее количество бумаги, которая зачастую имеет только один показатель и критерий — цену.

Можно ли улучшить копию?

В некоторых случаях, где это позволяет конструкция элемента и корпуса фильтроприёмника, мы применяем отличные от оригинальных, классические конструкционные решения, которые завоевали доверие у потребителей и применяются многими известными производителями. Речь идёт о внутренней, металлической сетчатой трубке и наружном металлическом сетчатом каркасе-обечайке, которые мы производим с витым усилением по всей спирали — спиралешовная металлическая трубка выдерживает более высокие эксплуатационные нагрузки, чем пластиковая.

В тех случаях, где применяется оригинальная технология с усилением наружной стороны гофра-пакета только клеем-расплавом, по спирали его окружности, мы используем полиэфирный шнур, пропитанный специальным клеевым раствором, что значительно увеличивает жёсткость и прочность пакета. Дно большинства наших фильтров большого диаметра также армировано полимерной сеткой.





Как удаётся увеличивать пылеёмкость фильтров?

Действительно, наши фильтры обеспечивают высокое качество очистки воздуха за счёт использования премиальных сортов фильтровальной бумаги, произведённых эксклюзивно для нашего завода по специальному заказу. Вся поверхность бумаги проходит дополнительное рифление, это позволяет обеспечить необходимый зазор между шторами гофра-пакета. Тем самым исключается возможность слипания штор между собой, понижается аэродинамическое сопротивление и увеличивается пылеёмкость фильтрующего элемента. Эти и другие конструкционные решения позволяют при высоких эксплуатационных нагрузках на наших очень запылённых дорогах сохранять геометрию фильтрующего элемента, его целостность и, соответственно, максимально продлевать срок службы самого фильтра.

Чем хороши фильтры TRUCKPART?

Наши преимущества — это применение оригинальных технологий в конструктиве (пластиковые элементы), максимально возможная площадь фильтровального материала, сопоставимая с аналогами ведущих мировых производителей.

Высокое качество очистки воздуха обеспечивается за счёт использования премиальных сортов фильтровальной бумаги, а также мягкого и устойчивого к разрыву уплотнителя из качественного, вспененного полиуретана. Срок службы наших фильтров — на уровне лучших европейских образцов. Стоит отметить первоклассный внешний, товарный вид продукции, очень качественную, индивидуальную упаковку из многослойного картона с фирменным логотипом. И лучшее, на мой взгляд, соотношение цена/качество.

С кем вы работаете?

Наши клиенты это в первую очередь крупные региональные трейдеры (дистрибьюторы), которые осуществляют комплексное снабжение местных предприятий-потребителей, заинтересованных в продвижении продукции молодого, качественного, перспективного производителя без высокой популярности на рынке. Крупные сети магазинов или техцентров, которые работают только с производителями напрямую и которые также способны и готовы и донести до своих клиентов качественные преимущества нашей продукции. Нам не интересны компании, которые просто положат нас на полку и будут ждать у моря погоды, с такими мы не работаем.

Каковы планы по развитию дилерской сети?

Территория, где планируем работать — вся Россия, а если точнее, то от Калининграда до Читы, дальше уже преобладание китайской и японской техники. Поставки в Беларусь, Украину, Казахстан и страны Европы мы тоже можем осуществлять, но это второстепенная задача. Мы стараемся формировать дилерскую сеть, предлагая компаниям эксклюзивные условия на закупку продукции нашего завода на определённой территории, по принципу — в одном городе-миллионнике или областном центре должен работать только один дилер, максимум два, в зависимости от размера агломерации или основной специализации компании.

Что вы предлагаете своим партнёрам?

Условия поставки, оплаты и другие вопросы мы обсуждаем отдельно с каждым дилером и стараемся проявлять эластичность. Формируем и следим за ценовой политикой на рынке, чтобы избежать демпинговых войн. Мы заинтересованы в заработке своих партнёров. Ценообразование у нас честное, не раздутое бонусами для дилера и процентами на мотивацию его торгового персонала. Нам нужны идейные и патриотичные партнёры, способные и готовые разделять нашу концепцию и стратегию, которая заключается в том, что в России может быть произведена качественная и при этом доступная по цене продукция. Тем самым не за дополнительный бонус, а за сам факт они будут готовы гордо предлагать наш товар.

Готовы продвигать отечественную продукцию отличного качества?
Наши контакты: www.truckpart.info, тел. +7 (928) 270-00-17, s.llcfk@yandex.ru

ai рекомендует

NGK SPARK PLUG

12 новинок значительно увеличивают охват парка автомобилей

Компания NGK SPARK PLUG, ведущий мировой производитель систем зажигания и датчиков, объявила о выпуске двенадцати новых артикулов свечей зажигания для рынка послепродажного обслуживания автомобилей.

Большая часть новинок — свечи зажигания с двумя электродами из редкоземельных металлов. К 2023 году число автомобилей, для которых они предназначены, составит 3,5 миллиона, что позволит компании ещё больше расширить свой и без того значительный охват парка автомобилей. При этом пять артикулов пока не имеют аналогов на рынке. Каждая из новинок отвечает всем требованиям к качеству и эффективности, предъявляемым к свечам, которые NGK SPARK PLUG поставляет на конвейеры автопроизводителей.

Новые свечи, производство которых было запущено в четыре этапа с мая по сентябрь, подходят для широкого ряда популярных моделей автомобилей. Одиннадцать новинок — свечи зажигания с двумя электродами из редкоземельных металлов, а ещё одна — свеча с центральным электродом из иридиевого сплава. Двухэлектродные свечи DILKAR7D11H, ILTR6R8G, DILKR6A11 и DILZKR7B11GS, выведенные на рынок в мае и июле, обладают повышенной износостойкостью, при этом свечи артикулов DILKAR7D11H и ILTR6R8G не имеют аналогов на рынке послепродажного обслуживания автомобилей. Свечи DILKAR7D11H предназначены для наиболее популярных моделей Nissan и Renault, таких как Qashqai II, X-Trail и Koleos. ILTR6R8G — эффективная свеча зажигания для Ford Focus 1.5 EcoBoost и Ford Focus 2.3 RS последнего поколения. Свечи DILKR6A11 могут применяться на множестве моделей Hyundai и Kia, включая Hyundai Santa Fe 2.4 и Kia Sorento, а модель DILZKR7B11GS предназначена для различных автомобилей Honda, в том числе Honda Civic и Honda CR-V.

Шесть следующих артикулов вышли в августе. Одноэлектродные свечи ZKR7BI-10 созданы специально для моторов Fiat и Jeep, двухэлектродные SILZKFR8D7G предназначены для широкого ряда моделей Mercedes, Dacia и Renault, а также двухэлектродные SITR7A11G — для различных автомобилей марки Aston Martin, таких как DB9, Rapide, V12 и Vanquish. При этом две последние модели не имеют аналогов на рынке послепродажного обслуживания. Свечи зажигания DILKAR7E11HS и DILKAR8A8 устанавливаются на множество моделей Nissan, включая Micra IV, Note II и GT-R, а IKER7A8EGS — на современные Audi, Skoda, Volkswagen и Seat, включая Audi A1 30TFSi, Skoda Kamiq 1 TSi и Volkswagen Caddy 1 TSi Blue Motion.

Наконец, свечи моделей PKER7A8DES и ILTR6S8 появились в продаже в сентябре. ILTR6S8 устанавливаются на современные автомобили Ford, такие как Focus и Explorer. Ранее они не были представлены на рынке послепродажного обслуживания. Модель PKER7A8DES предназначена для газовых ДВС автомобилей таких марок, как Seat, Skoda и Volkswagen, в том числе для Volkswagen Polo 1 TGi Blue Motion. За исключением относящихся к линейке Laser Platinum свечей зажигания с артикулом PKER7A8DES, которые имеют платиновые элементы на центральном и заземляющем электродах, гарантирующие стабильное искрообразование на протяжении всего срока службы, все новые артикулы пополнили премиальную линейку Laser Iridium. Свечи этой линейки имеют центральный электрод из иридиевого сплава, а также платиновую напайку на заземляющем электроде для максимальной эффективности и долговечности. 12 представленных артикулов охватывают парк из более чем 2 миллионов автомобилей в Европе, а к 2023 году эта цифра может достичь 3,5 миллиона (прогнозируемый рост — 68%).

Пополнение ассортимента NGK SPARK PLUG 12 новыми артикулами демонстрирует стремление компании расширять своё присутствие на рынке послепродажного обслуживания. «Являясь крупнейшим поставщиком свечей зажигания на рынке оригинальных запчастей, наша компания прикладывает максимум усилий для создания идеальных свечей для всех без исключения марок и моделей автомобилей, — говорит Ксавье Песка (Xavier Pesca), директор NGK SPARK PLUG EUROPE по глобальным PIM-системам и руководитель отдела категорийного менеджмента товаров послепродажного обслуживания в регионе EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка). — Наша приверженность высочайшим стандартам производства систем зажигания и датчиков кислорода — главная причина, по которой такие мировые автогиганты, как Ford, Renault-Nissan и Volkswagen, доверяют нашей продукции».

Модели, вышедшие на рынок с мая по сентябрь, уже доступны в каталоге TecDoc.

Все новинки будут также доступны в следующем печатном выпуске каталога свечей зажигания NGK SPARK PLUG.

Подробную информацию можно найти на сайте www.ngkntk.com/ru

DENSO:

датчики системы управления двигателем для европейских автомобилей

Многие европейские автопроизводители выбирают электронные компоненты DENSO в качестве оригинального оборудования — сенсорами DENSO комплектуются автомобили таких марок, как Audi, Citroën, Jaguar, Lancia, Peugeot, Renault, Seat, Skoda, Volkswagen и Volvo. Поэтому датчики DENSO для рынка послепродажного обслуживания автомобилей — это технологичные изделия оригинального качества, которые помогают обеспечивать высокие показатели топливной эффективности современных автомобилей и гарантировать их соответствие постоянно ужесточающимся экологическим нормам.

В современном автомобилестроении датчикам системы управления двигателем отведена особая роль — на базе их показаний осуществляется по возможности максимально точное управление всеми процессами двигателя. Это означает, что от корректной работы сенсоров зависят показатели топливной эффективности современных автомобилей, а также их соответствие жёстким экологическим требованиям. Ассортимент технологичных и надёжных датчиков системы управления двигателем DENSO оригинального качества обеспечивает широкое покрытие парка автомобилей европейских брендов.

Датчики массового расхода воздуха

Датчики массового расхода воздуха (ДМРВ) предназначены для измерения количества воздуха, поступающего в двигатель, благодаря чему система управления может оценивать и менять параметры работы двигателя. Именно от ДМРВ в основном зависит корректная работа бензинового двигателя, поскольку, базируясь на его показаниях, система оценивает нагрузку на двигатель и определяет необходимое количество топлива для впрыска. Кроме того, этот датчик активно используется в автомобилях с дизельным двигателем — здесь он помогает обеспечивать правильную работу системы рециркуляции отработавших газов.

ДМРВ DENSO широко применяются и при обслуживании дизельных автомобилей европейских брендов — они могут быть установлены на двигатели таких популярных коммерческих транспортных средств, как Peugeot Boxer, Citroën Jumper и Fiat Ducato. Благодаря особой конструкции перепускного канала и покрытию из стеклянной пленки чувствительный элемент ДМРВ DENSO в меньшей степени подвержен загрязнению, что как нельзя лучше подходит для всепогодных условий эксплуатации коммерческой техники.

Кроме того, в ассортименте ДМРВ DENSO присутствуют изделия для множества легковых автомобилей популярных европейских марок. В их числе Audi Q7, A6, A8, практически весь модельный ряд компании Volvo, Renault Clio, Laguna и Latitude, а также Volkswagen Touareg и Passat. На легковых автомобилях особенно важна высокая точность измерений, которая в сенсорах DENSO достигается благодаря особой конструкции перепускного канала, снижающей пульсацию и предотвращающей обратное движение воздуха.

Датчики кислорода

Датчик кислорода предназначен для измерения количества кислорода в выхлопных газах. Эта информация необходима ЭБУ двигателя для оценки полноты сгорания топлива и регулирования состава топливовоздушной смеси. Компания DENSO первая в мире разработала широкополосный датчик соотношения воздух-топливо, который позволил вывести точность регулирования подачи топлива на новый уровень.

Датчики кислорода DENSO пользуются неизменным спросом как среди автопроизводителей, так и на рынке послепродажного обслуживания автомобилей. Большая востребованность объясняется их высокими показателями надёжности и долговечности, а также внушительным количеством вариантов применений. Ассортимент датчиков кислорода DENSO охватывает практически весь модельный ряд

автомобилей европейских брендов. Audi, BMW, Citroën, FIAT, Jaguar, Mercedes, Opel, Peugeot, Renault, Skoda, VW, Volvo — на большую часть как актуальных, так и более старых моделей автомобилей этих марок могут быть установлены датчики кислорода DENSO.

Датчики DENSO доступны в двух исполнениях: готовые к установке изделия с разъёмом для конкретной модели и универсальные датчики без разъёма, предназначенные для замены вышедшего из строя. Кроме того, используется два типа корпусов — фланцевый и резьбовой. Благодаря такому решению датчики DENSO могут быть установлены не только на современные, но и на более старые автомобили, выпущенные ещё в 90-х годах прошлого века и даже чуть раньше.

MAP-сенсоры

Датчик абсолютного давления в коллекторе (Manifold Absolute Pressure — MAP) используется в первую очередь в автомобилях, оснащённых двигателем (как дизельным, так и бензиновым) с турбонаддувом, для определения давления во впускном коллекторе. Эти сенсоры DENSO устанавливаются на ряд дизельных двигателей автомобилей европейских брендов. В их числе модели Volvo — V60, V70, V40, S40, S60, S80 с двигателями на тяжёлом топливе. Эти же датчики выбирают и французские автопроизводители для таких популярных машин, как Peugeot 407, 308, 301, 4008 — также с дизельными моторами. Надёжность и долговечность MAP-сенсоров DENSO достигается благодаря их небольшому весу и высокой устойчивости к вибрациям.

Датчики положения коленчатого и распределительного валов

Задача датчиков положения коленчатого и распределительного валов (ДПКВ и ДПРВ) — определять угол поворота соответствующего вала в каждый конкретный момент времени для точной синхронизации работы всех других систем управления двигателем. Надёжность и долговечность (равная всему сроку эксплуатации автомобиля) — вот главные требования, предъявляемые к этим сенсорам. Компания DENSO поставляет эти датчики для конвейерной комплектации всех автомобилей актуального модельного ряда Volvo с бензиновыми, дизельными и гибридными двигателями. ДПКВ и ДПРВ DENSO для рынка послепродажного обслуживания автомобилей обладают оригинальным качеством, а значит, непревзойдённой надёжностью и долговечностью.

Датчики температуры отработавших газов

Датчик температуры отработавших газов (Exhaust Gas Temperature Sensor — EGTS) монтируется в выпускном тракте современных дизельных двигателей и обеспечивает работу экологических систем — рециркуляции выхлопа, регенерации сажевых фильтров и впрыска мочевины. Спецификой места установки — в выпускном коллекторе, в непосредственной близости от двигателя — обусловлены высокие требования, предъявляемые к этим сенсорам. Высокая вибрационная и температурная устойчивость — главные отличительные особенности EGTS производства DENSO. Эти датчики DENSO устанавливаются в качестве оригинального оборудования на актуальные дизельные двигатели автомобилей BMW 3, 5 и 7 серий, а также кроссоверы X3, X5 и X7.

Датчики системы управления двигателем DENSO позволяют автопроизводителям обеспечивать соответствие своей продукции актуальным экологическим нормам. Кроме того, эти сенсоры способствуют максимально точному управлению всеми процессами, происходящими в двигателе, внося значительный вклад в высокие показатели топливной эффективности современных автомобилей европейских брендов. Все датчики DENSO для рынка послепродажного обслуживания автомобилей обладают полностью оригинальным качеством, а значит, отлично подойдут для выполнения оперативного и качественного ремонта или обслуживания.

www.denso-am.ru

АКОМ

Уверенно набирая ход

Российский лидер по производству и продажам аккумуляторных батарей компания «АКОМ» продолжает уверенное движение вперёд с серьёзным отрывом от ближайших конкурентов. Рост объёмов производства, увеличение доли на рынке автопроизводителей, развитие новых каналов продаж — вот неполный перечень достижений компании на сегодняшний день.

По итогам первого полугодия 2020 года АО «АКОМ» подтвердило своё лидерство по производству и продажам аккумуляторных батарей на территории России и в страны экспортного направления. Несмотря на сложную экономическую ситуацию в РФ, пандемию и спад общей покупательной способности на рынке, АКОМ не только не снизил объёмы производства, но и сумел увеличить их относительно поставленных планов. Благодаря выпуску новых продуктов Ultimatum AGM, грузовых батарей формата «С», развитию новых каналов продаж и программе импортозамещения, отрыв по показателям производства и отгрузок АКБ от ближайших конкурентов составил более 40%.

Большой размах

В 2020 году АКОМ продолжает оставаться крупнейшим поставщиком на конвейеры мировых автопроизводителей в РФ с долей свыше 50%. В этом году предприятие успешно финализировало проект с «ПСМА Рус», прошло все аудиты и начало поставки аккумуляторных батарей на модели Peugeot, Citroën, Opel. Также, успешно осуществляются поставки батарей ULTIMATUM AGM на конвейер «Автотор» для комплектации автомобилей KIA. На данный момент пройдены аудиты производственной безопасности от компаний Volkswagen, Toyota, КАМАЗ. Кроме того, от ПАО «КАМАЗ» получена номинация и ожидается начало поставок АКБ уже в текущем году. Компания «АКОМ» обеспечивает своей продукцией практически всю потребность у Группы ГАЗ, Альянса Рено-Ниссан-АВТОВАЗ, МАЗ, УРАЛ, УАЗ и многих других автопроизводителей на российском рынке. В планах АКОМ увеличить долю на рынке автопроизводителей до 60% уже в ближайшие 2 года.

В конце сентября на полках магазинов появились новые продукты от «АКОМ». Это усовершенствованные, с увеличенными ТХП, хорошо зарекомендовавшие себя батареи марки АКОМ и Reactor. Соответствуя званию технологического лидера, АКОМ первым в России выпускает батареи с полноценной технологией GEL.

Государственная поддержка

Не стоит забывать и о том, что «АКОМ» — основной отечественный экспортер аккумуляторных батарей, обеспечивающий более 65% экспорта в отрасли. В 2020 году АО «АКОМ» включён в перечень системообразующих организаций российской экономики. Также, АКОМ постоянный участник национальных проектов Фонда развития промышленности РФ. В этом году успешно завершается реализация первого проекта АО «АКОМ», профинансированного из ФРП в 2015 году, в рамках которого уже освоены новые продукты по технологиям EFB, AGM и в настоящее время ставится в серийное производство АКБ GEL. Активно «АКОМ» использует и меры государственной поддержки, направленные на компенсацию части затрат на транспортировку продукции на экспорт и уплату процентов по инвестиционным кредитам, что позволяет увеличивать и ускорять инвестиции в развитие производства.

Законодатель трендов, создатель брендов

Как отмечает генеральный директор группы компаний Владимир Остудин, «АКОМ» остаётся законодателем трендов в аккумуляторном бизнесе РФ и сохраняет пальму первенства по производству и продажам батарей. Объёмы производства растут, заключаются новые договоры на поставку АКБ в Европу и на конвейеры мировых автопроизводителей. «Мы следуем заданному курсу и остаёмся лидерами аккумуляторной промышленности в РФ, — подчёркивает руководитель. — На минувшем собрании дилеров «АКОМ» были подведены итоги минувшего года и определены задачи на 2020–2021 годы. Сейчас мы наблюдаем колоссальный рост спроса на продукцию завода, а с наступлением осенне-зимнего сезона и началом рекламной кампании на федеральном канале «НТВ» рост спроса продолжится. В связи с этим мы приняли решение существенно сократить производство частных торговых марок в пользу увеличения объёмов производства АКБ собственных брендов — АКОМ, АКОМ+EFB, Reactor, Ultimatum AGM, Bravo, Русбат. В наших планах — сохранение лидерства и выпуск качественной, инновационной продукции для наших потребителей».

Новые продукты, новые ресурсы

В конце сентября на полках магазинов появились новые продукты от завода. Это усовершенствованные, с увеличенными ТХП, хорошо зарекомендовавшие себя батареи марки АКОМ. Соответствуя званию технологического лидера, АКОМ первым в России выпускает батареи с полноценной технологией GEL. В конце 2020 года, в рамках проекта автоматизации бизнес-процессов запускается портал АКОМ. Новый, цифровой инструмент позволит партнёрам компании в своём личном кабинете оперативно осуществлять деятельность, направленную на успешное взаимодействие с компанией. От заказа рекламной продукции и обработки актов рекламации, до формирования заявок на батареи и отгрузок — всё будет происходить в автоматическом режиме, что существенно сократит время на обработку заказов и позволит партнёрам максимально эффективно заниматься продажей и продвижением продукции завода «АКОМ» на территории России, СНГ и стран Европы.

Технология в тренде: что нужно знать об ADAS

В прошлом году внутри Евросоюза было достигнуто предварительное соглашение, согласно которому с 2022 года обязательными для всех новых автомобилей станут системы ADAS (Advanced Driver Assistance System). Уже сегодня инновационные технологические решения для обеспечения безопасности — один из самых быстрорастущих сегментов на рынке диагностических услуг. Для независимых автосервисов системы ADAS представляют огромный потенциал дополнительного заработка, особенно с учётом непрерывного усовершенствования систем автономного вождения.

Существующий рынок технологий ADAS можно условно разделить на два сегмента: системы, использующие камеры, и системы, использующие радары. В первом случае небольшая камера закреплена на ветровом стекле, объектив направлен по ходу движения автомобиля. После замены ветрового стекла на таких автомобилях требуется калибровка системы ADAS с помощью диагностических приборов и специальных инструментов.

Сегодня наиболее быстро развивается сегмент систем ADAS с радарами. Они охватывают пространство вокруг автомобиля: контролируют «слепые» зоны, обнаруживают пешеходов, распознают дорожные знаки и при необходимости активируют экстренное торможение. Наличие этих систем требует калибровки после любой операции, влияющей на геометрию автомобиля, поскольку связанная с этими параметрами информация используется в работе ADAS.

Рост популярности систем ADAS начался с 2016 года, когда автопроизводителям пришлось внедрять системы автоматического экстренного торможения и системы предупреждения о смене полосы движения, — иначе они не смогли бы обеспечить соответствие собственной продукции минимальным требованиям для получения «5 звезд» в рейтинге безопасности Euro NCAP. С появлением автономных транспортных средств роль систем ADAS в конструкции современных автомобилей возросла ещё больше.

Лидер в разработке систем автоматического вождения

Одна из глобальных установок компании DENSO — создание безопасного автомобильного сообщества. Поэтому DENSO уже более 20 лет находится в авангарде технологий автоматизированного управления автомобилем. Компания выделяет огромные ресурсы на разработку продуктов и технологий, повышающих безопасность и эффективность дорожного движения.

Работа компании DENSO в этом направлении началась с создания технологии, позволяющей человеку полностью контролировать автомобиль, но обеспечивающей функционал, который сводит к минимуму вероятность ДТП. Именно так работает подавляющее большинство современных систем ADAS. Ключевым направлением стала широкая исследовательская работа по изучению радаров и датчиков, устанавливаемых на автомобиль. Это позволило компании DENSO создать технологию, способную обнаруживать и распознавать потенциальные источники опасности до наступления необратимых последствий.

За последние десятилетия компания DENSO представила несколько инновационных технологий ADAS, включая первую в мире двумерную систему оптического обнаружения и измерения дальности (LIDAR) в 1996 году. Более двадцати лет назад компания DENSO создала линейный радар, сканирующий в горизонтальной плоскости область перед автомобилем для выявления потенциально опасных объектов.

Далее последовали другие инновационные разработки: например первая в мире радарная система, сканирующая в диапазоне миллиметровых волн. Она была выпущена на рынок в 2003 году. Эта система способна обнаруживать объекты в трёхмерном пространстве, включая объекты, падающие на дорогу. Сравнительно недавно, в 2015 году, компания DENSO успешно внедрила технологию V2X: эта коммуникационная система связывает автомобили друг с другом и с окружающей инфраструктурой. Данная технология DENSO позволяет получать информацию о дорожных условиях на предстоящем участке пути, который ещё не виден водителю.

Другое направление исследований компании DENSO сфокусировано на усовершенствованных системах помощи при парковке. Это оптимизированная функция автоматизированного управления третьего уровня. Ожидается, что в ближайшие несколько лет технология, позволяющая автомобилям самостоятельно парковаться на тесных городских улицах, станет повсеместной. А у технологии автоматизированного управления четвёртого уровня ещё больше возможностей: водитель сможет безопасно и законно доехать до пункта назначения, не принимая никакого участия в управлении автомобилем.

Для поддержки исследовательской работы и разработки систем автоматизированного управления четвёртого уровня компания DENSO в 2016 году открыла Научно исследовательский центр машинного зрения (Computer Vision Research & Development Centre), которым заведует подразделение DENSO ADAS Engineering Services. Этот центр поможет компании DENSO укрепить технологическое лидерство в области разработки алгоритмов, обрабатывающих полученную камерами информацию.

Системы ADAS предназначены для повышения безопасности и оказания помощи водителю при управлении автомобилем. С помощью датчиков, подключенных к интернету вещей (IoT), технология ADAS способствует предотвращению ДТП, предупреждая водителей о возможных проблемах в режиме реального времени, принимая меры предосторожности и в некоторых случаях беря на себя управление автомобилем

На пути к автомобилям будущего

Хотя некоторые технологии DENSO ещё не вышли на массовый автомобильный рынок, они играют важнейшую роль в проверке возможности практической реализации новых программ автоматизированного управления в качестве стандартизированных систем ADAS, готовых для вывода на рынок.

Для рынка послепродажного обслуживания автомобилей ADAS это технология, с которой уже сталкиваются автосервисы и которая неизбежно станет более распространённой в ближайшие несколько лет. Инвестируя в соответствующее оборудование и обучение, независимые станции технического обслуживания смогут превратить эти системы в основной источник дохода. Помимо этого, благодаря инновациям DENSO в области автоматизированных систем управления для автомобильной отрасли транспорт будущего станет более безопасным и технически совершенным.

Автоиндустрия.рф

ОТРАСЛЕВОЙ БИЗНЕС ЖУРНАЛ

тема номера 12

Рынок смазочных материалов: тренды и тенденции конца кризиса

интервью 24

CWORKS: для тех, кто ценит время и деньги

интервью 40

Павел Калинов: «Сейчас хорошая возможность увеличить долю и вырасти за счёт более агрессивной конкурентной борьбы»

интервью 48

TRUCKPART: правильный фильтр по честной цене

инновации 60

Технология в тренде: что нужно знать об ADAS

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