

авто | коммерческий транспорт

Звезды в пыль

Концепт-кары притягивают внимание во время автосалонов и рисуют картины будущего. Они представляют собой физическое воплощение дизайнерских мыслей и перспективных технологий. Ими восторгается публика, они красуются на страницах глянцевого журналов и получают эфирное время на телевидении. Но при этом до серийного производства доходят считанные единицы из них. Для чего концепты создают в таких количествах и что происходит с ними, когда в выставочных павильонах гаснут софиты, выяснял **Петр Ястребов**.

— концепты —

Считается, что первый концепт-кар, то есть прототип автомобиля, исключительной целью существования которого является демонстрация возможной в будущем стилистики и перспективной технической начинки, был создан американским дизайнером Харли Эрлом в 1938 году.

Концепт Buick Y-Job построили на основе шасси модели Super, но оно было единственным серийным элементом. Изысканный экстерьер, скрытые дверные ручки и прячущиеся в крыльях фары, электро-стеклоподъемники — все эти детали показывали, в каком направлении пойдет развитие дизайна и технологий. Например, похожая на китовый ус решетка радиатора со временем превратилась в отличительный знак практически всех автомобилей Buick. Серийного будущего для Y-Job не предполагалось изначально, но прототип был полностью рабочим.

Однако не все автопроизводители поверили в потенциал концептов: кроме входящих в орбиту GM марок, никто не спешил вкладываться в демонстрацию задела на будущее. Зато их созданием заинтересовались итальянские мастера кузовных дел.

В золотые для карроццьерий 60-е и 70-е годы прошлого столетия итальянцы занимались поиском оптимальной формы с точки зрения аэродинамики. В результате появились клиновидные шоу-кары студий Bertone и ItalDesign. Хотя эти концепты имели под кузовом агрегаты серийных моделей, они были

слишком футуристичны, чтобы немедленно претендовать на место на конвейере. Тем не менее они оказали сильное влияние на развитие индустрии: достаточно посмотреть на серийные Lamborghini Countach и Diablo, чтобы увидеть в них отражение шоу-кара Alfa Romeo Carabo.

К концу 1970-х ситуация изменилась, автомобильные марки стали создавать концепты уже собственными силами. Бывший шеф-дизайнер европейского центра стиля Mazda, а ныне преподаватель кафедры «Транспортный дизайн» при Университете города Ковентри (Великобритания) Питер Бертвистл го-



Mazda RX Vision

Так, по мнению дизайнеров Mazda, мог бы выглядеть наследник легендарного купе RX-7. Он был представлен в 2015 году, однако до сих пор не известно, пойдет ли подобный автомобиль в серию. Изящный дизайн с отсылками в прошлое кажется практически готовым для финального воплощения на конвейере, но, что называется, есть нюансы. Купе должны оснастить роторно-поршневым двигателем (РПД), который всегда был изюминкой спорткаров из Хиросимы. Проблема в том, что РПД (он же — двигатель Ванкеля, по фамилии изобретателя) из-за особенностей конструкции с трудом вписывается в ужесточающиеся



Buick Y-Job стал первым в истории концепт-каром. Он был создан в 1938 году дизайнером Харли Эрлом, но и сейчас, почти 80 лет спустя выглядит стильно

ворит, что в зависимости от типа концепты собственной разработки могут преследовать разные цели.

Одни лишены конкретики и представляют собой изучение новых форм и идей. Это мысли на будущее и чистый полет фантазии, не ограниченный инженерными

нормы расхода топлива и токсичности отработавших газов. История роторных купе Mazda приостановилась в 2012 году на модели RX-8, но японцы говорят, что все-таки очень хотели бы ее продолжить. По их словам, у RX Vision есть шанс попасть на конвейер к 2020 году.

BMW GINA

Подготовка этого концепта началась еще в 2001 году под руководством шеф-дизайнера марки Криса Бэнгла (один из самых противоречивых дизайнеров в автомобильной истории, автор спорной BMW 7-й серии в ку-



требованиями и нормами безопасности. Такие концепты обычно не имеют механической начинки: технологии, которые анонсируются, еще не готовы, а хайтек-элементы интерьера существуют лишь на словах, на деле же их заменяет муляж. Естественно, и передвигаться самостоятельно они не могут. «Однако они помогают компаниям сформировать имидж проводника новых идей и дают мотивацию работникам стилистических центров про-

зове E65), однако свет он увидел лишь в 2008 году. Дизайн прототипа не стал открытием: еще в 2002 году BMW выпустила модель Z4 в очень похожей стилистике. Зато GINA щеголяла уникальным техническим решением, на реализацию которого и ушло так много времени. Вместо металлического кузова разработчики использовали высокопрочную ткань из полиуретановых нитей, которая обтягивает силовой каркас как кожа. Еще более сильные ассоциации с последней возникают, когда у концепта открыты двери: на ткани образуются складки, разглаживающиеся без следа, как только двери закрываются. Встроенные в кузов микроприводы способны менять его форму — так, например, для движения на высоких скоростях из крыши багажника в буквальном смысле вырастает спойлер.

Dodge Tomahawk Concept

Концепт американской компании, показанный в 2003 году, будто создан сумрачным гением. Его называют мотоциклом, по факту это его гибрид с квадроциклом и автомобилем: на передней и задней осях установлены двдвоенные

явить всю свою креативность», — объясняет господин Бертвистл.

Другие концепты рисуют будущее моделей в обозримой перспективе. Их уже можно называть прототипами — дизайн создается с учетом задач инженеров и маркетологов. Часто такие автомобили весьма близки к серийной продукции, но их выдают детали, которые смягчат и адаптируют под требования конвейерного производства: слишком большие колесные диски, стильные, но узкие зеркала заднего вида, отсутствие дверных ручек, невероятной формы оптика. Кроме того, часто незначительно отличаются пропорции, чтобы автомобиль смотрелся ниже и шире — так он кажется более приземистым и спортивным. «Примером может служить представленный в октябре на Токийском автосалоне концепт-кар Mazda Kai: этот тизер позволяет понять, как, скорее всего, будет выглядеть Mazda3 следующего поколения», — отмечает эксперт.

Производители говорят, что демонстрация таких прототипов помогает получить обратную связь от публики и прессы, с учетом которой примут окончательное решение о запуске в производство. И хотя чаще всего судьба проекта



колеса, а в движение этот монстр приводится 8,3-литровым мотором V10 от суперкара Dodge Viper. Разброс максимальной скорости даже по официальным заявлениям компании составляет от 480 до 680 км/ч. Все потому, что этот показатель высчитали только теоретически, а испытаний в реальных условиях не проводилось: производитель утверждал, что быстрее 160 км/ч на концепте никто не разогнался. Любопытный факт, что Tomahawk не был сертифицирован для передвижения по дорогам общего пользования, что не мешало корпорации Chrysler предлагать его реплики за \$555 тыс. — по слухам, в частные руки попало до девяти экземпляров.

уже определена, исключения случаются. Так, например, руководство Alfa Romeo в 1967 году распорядилось подготовить прототип спорткупе исключительно для показа на Всемирной выставке в Монреале, планов по его переводу в серию не было. Однако концептуальный Montreal настолько понравился посетителям, что модель поставили на конвейер и выпускали с 1970 по 1977 год.

Есть и третий тип концепт-каров от автопроизводителей. Когда компания назначает нового шеф-дизайнера, часто он желает показать стилистический курс, по которому поведет марку в ближайшем будущем. Но от первых набросков автомобиля до товарного образца проходит три-четыре года, а все представленный в октябре на Токийском автосалоне концепт-кар Mazda Kai: этот тизер позволяет понять, как, скорее всего, будет выглядеть Mazda3 следующего поколения», — отмечает эксперт.

Производители говорят, что демонстрация таких прототипов помогает получить обратную связь от публики и прессы, с учетом которой примут окончательное решение о запуске в производство. И хотя чаще всего судьба проекта

Не менее печальна и судьба глиняных макетов автомобиля в натуральном масштабе. Их создание — неотъемлемая часть процесса доводки стиля до серии. Это настоящее произведение искусства, поскольку тонкие штрихи и изменения вносятся вручную — для этого существует целый штат опытных скульпторов. Но в музеи такие макеты попадают редко. «В большинстве случаев они отправляются в переработку. Глина проходит процесс очистки, внутренняя арматура разбирается. Затем они используются для моделирования других новинок», — подводит итог эксперт.

Больше, чем заправка

— топливный рынок —

Острая конкуренция на топливном рынке вынуждает компании развивать сопутствующий ассортимент, улучшать сервис и запустить на рынок инновационные продукты с большей добавленной стоимостью, такие как бензин ЭКТО от ЛУКОЙЛА.

Один из участников этой отрасли заметил, что рентабельность сопутствующего бизнеса, представленного на современной АЗС, в разы больше топливной составляющей. Например, для товаров из магазина при станции рентабельность может составлять до 30%, для продукции кафе — доходить до 50%.

● Доходы от сопутствующего бизнеса уже сейчас могут покрывать до 70% операционных расходов. И в ближайшие годы эта цифра может вырасти до 100%.

К тому же, как показывают исследования топливных компаний, автомобилисты в два раза чаще посещают те автозаправочные комплексы, которые предлагают больший комплекс дополнительных услуг.

Бензин в аптеках

Откровенно говоря, в продаже сопутствующих товаров на АЗС нет ничего нового. В большинстве стран мира уже практически невозможно встретить АЗС, где предлагали бы исключительно топливо.

Например, в США распространены трак-стопы или тревел-центры (travel center), в которых собственно заправка является лишь частью комплекса, включающего в себя услуги стоянки для большегрузных автомобилей дальнбойщиков, центры отдыха и досуга для семей, кафе и магазины.

Кстати, стоит вспомнить, что первые бензин и другие виды топлива начали продавать в аптеках, поскольку для хозяина аптеки это был дополнительный источник заработка и считался побочным бизнесом.

Первой газобензиновой станцией была аптека в городе Вислох (Германия), где Берта Бенц, жена Карла Бенца, наполняла бак первого автомобиля в 1888 году.

В Европе заправки, занимающиеся только реализацией топлива, практически отсутствуют. В Германии почти 90% заправок оборудованы магазинами, годовой оборот кото-

рых превышает \$6 млрд. Кроме того, в Европе на автомойки приходится от 14% до 16% от прибыли всей АЗС. Каждая третья заправка имеет на своей территории мотель.

В небольших городах Германии благодаря тому, что АЗС имеют магазины, кафе и работают 24 часа в сутки, они служат центром проведения досуга. Здесь отмечают дни рождения и праздничные даты, что тоже приносит неплохой доход.

Так или иначе, в условиях, когда эксперты предрекают рост стоимости топлива в России, компаниям придется искать источник дополнительных доходов, и он, несомненно, кроется в сопутствующих товарах.

Одним из источников роста доходов АЗС в России может стать продажа алкоголя. Это предложение обсуждается в экспертном сообществе.

Весной Общественная палата поддержала законопроект «Об отмене запрета на розничную продажу пива и слабоалкогольной продукции на АЗС». Положительное заключение на это решение уже дали Минюст, Минфин, ФАС, Российский топливный союз.

Представители ведомств убеждены, что запрет на продажу слабоалкогольной продукции привел к тому, что с 2012 года, когда он был введен, экономическое состояние АЗС заметно ухудшилось. Финансовые потоки просто перенаправили в магазины, которые расположены вдоль дорог — именно они выиграли от наступившего запрета. При этом увеличились объемы фальсификата — некоторые нечистые на



руку владельцы частных придорожных магазинов и кафе не могли не воспользоваться ситуацией.

● Кроме того, запрет на продажу алкоголя на АЗС не привел к желаемым результатам. Президент Независимого топливного союза Павел Баженов во время заседания Общественной палаты отметил, что снижения уровня ДТП, совершенных водителями в состоянии опьянения, не произошло. Если в 2011 году было совершено 12 252 ДТП в состоянии алкогольного опьянения, то в 2016 году — 15 136.



Ключевой выбор и лояльность

В октябре консалтинговая компания Profpoint опубликовала исследование, согласно которым качество топлива, цена и местоположение АЗС являются базовыми факторами выбора клиента. В то же время состояние АЗС, работа персонала и предоставление дополнительных услуг (кафе, магазин) — это ключевые факторы, непосредственно влияющие на уровень удовлетворенности и лояльности клиентов.

Конкурентная среда рождает премиальные продукты и премиальные услуги. Например, несколько месяцев назад компания ЛУКОЙЛ начала продажи нового усовершенствованного топлива — автомобильного бензина премиум-класса ЭКТО 100. ЭКТО 100 пришел на смену топливу ЭКТО Sport 98. Новинка позволяет до 10% повысить мощность двигателя, до 7% увеличить динамику разгона автомобиля. Комплексные испытания, проведенные в самом авторитетном в России автомобильном научном центре НАМИ, подтвердили значительные преимущества автомобильного бензина ЭКТО 100 по сравнению с Аи-98. Владельцам мощных машин понравится то, что использование ЭКТО 100 дает реальную возможность сократить расход топлива.

Инновации в продажах

В России заработало новое мобильное приложение, которое позволит произвести заправку не выходя из машины.

Программа предельно проста в использовании. Достаточно один раз зарегистрироваться в ней, указав данные банковской карты. Подъехав к заправке, водитель выбирает на экране гаджета номер колонки, количество литров топлива или сумму в денежном эквиваленте, на которую он рассчитывает пополнить бак.

Далее он сообщает информацию работнику заправки. Если на АЗС используется предоплатная система, водитель выбирает способ платежа в приложении и дает команду «оплатить». Пистолет в бак вставляет оператор колонки. Чтобы начать заправку, оператору колонки достаточно убедиться в произведенной оплате, посмотрев на экран телефона водителя.

При этом важно внимательно вводить данные колонки, чтобы не заплатить за соседа. Кстати, если вдруг у автовладельца по какой-то причине отключился мобильный интернет, это не станет проблемой на тех заправочных станциях ЛУКОЙЛа, где есть бесплатный Wi-Fi.

Революционное мобильное приложение работает только на АЗС

группы ЛУКОЙЛ, которых в России насчитывается 2250 штук. По данным агентства «Автостат», на них заправляется почти половина российских водителей (46,2%).

«Звездность» АЗС

Вполне возможно, что в ближайшее время в России может появиться классификация АЗС по звездности. Что-то вроде оценки отелей. Росстандарт совместно с Федерацией автомобилистов России работает над критериями звездности автозаправок. Разумеется, качество топлива будет самым главным маркером.

Предполагается, что система оценки АЗС будет пятиуровневой и получит название «Звезды сервиса». За основу предлагается взять следующие критерии: оплата по картам, туалетная комната, магазин, помощь при заправке, кафе.

«Звезда сервиса» будет присуждаться каждой заправке, получить ее можно только при наличии определенного набора услуг. Право на очередную звезду возникает лишь при введении новых качественных услуг.

В любом случае конкуренция и современные технологии будут только способствовать тому, что потребитель получит услуги высокого качества, а АЗС — лояльных клиентов.

Сергей Кузнецов