



30 → К 2021 году VW планирует начать локальное производство электромобилей как минимум на шести заводах в Китае. В целом в 2017 году китайское подразделение германского гиганта и два его совместных предприятия — SAIC Volkswagen (Шанхай) и FAW-Volkswagen (Чанчунь) — поставили почти 3,2 млн автомобилей на рынок Китая.

Схожие заявления по увеличению ассортимента на китайском рынке и в части автомобилей с классическими ДВС, и в части электромобилей сделал и Ford: в конце прошлого года американский автоконцерн обнародовал новую стратегию работы в Китае, пообещав выпустить 50 новых моделей для этого рынка до конца 2025 года, в том числе 15 новых электромобилей. В 2017 году Ford продал в Китае 1,19 млн автомобилей. Это на 6% меньше, чем годом ранее, хотя китайский авторынок за прошлый год вырос на 3%.

Другой американский автопроизводитель — GM — увеличил объемы сбыта в прошлом году на 4,4%, и становится все более зависимым от рынка Китая, акцентируя усилия именно в этой стране и частично сворачивая операции в других странах Азии, например, в Южной Корее.

СВОИМ ПУТЕМ В конце апреля текущего года в России наконец-то была утверждена стратегия развития автомобильной промышленности до 2025 года. Среди основных пунктов: удовлетворение российскими производителями 80–90% внутреннего спроса на автомобили, рост экспорта автомобильной техники и компонентов, наращивание технологических компетенций национальных производителей автомобильной техники и комплектующих, выведение на рынок продуктов с принципиально новыми свойствами в области электродвижения, автономного вождения, подключенного автотранспорта и газомоторной техники.

В качестве одного из ключевых механизмов наращивания производственного и научного потенциала предусмотрено

создание технологических консорциумов, которые будут консолидировать усилия государства, автопроизводителей, информационно-телекоммуникационных компаний, научных, инженеринговых и общественных организаций в целях освоения новых технологий и выведения на рынок продукции с новыми свойствами.

Также в стратегии говорится, что стоит учитывать и опыт стран с развитой автомобильной промышленностью, где 70–80% всего объема производства легковых автомобилей приходится на 6–8 платформ: это является оптимальным и устойчивым уровнем, обеспечивающим объем производства на одну платформу на уровне не менее 100–150 тыс. автомобилей.

В такой пропорции, например, стараются работать и строить производственные планы заводы автоконцернов Nissan и Toyota, работающие в Петербурге. Мощности российского предприятия Toyota, введенного в эксплуатацию в конце 2007 года, рассчитаны как раз на выпуск 100 тыс. автомобилей в год. Завод выпускает две модели — Camry и RAV4. Первая уже собрана на новой платформе GA-K архитектуры TNGA; вторая, планы по запуску производства нового поколения которой японская компания традиционно не комментирует, также будет собираться на этом глобальном модуле.

Мощности завода Nissan в Петербурге, запущенного в 2009 году, также составляют 100 тыс. автомобилей в год. Предприятие выпускает модели X-Trail, Murano и Qashqai, отказавшись от слабо востребованных российскими покупателями Teana и Pathfinder. Две модели завода — X-Trail и Qashqai — построены на одной платформе CMF, разработанной Renault-Nissan. Murano собирается на платформе Nissan D, и точной информации о том, какое технологическое будущее ждет эту модель, нет. Впрочем, объемы ее производства на петербургском заводе невелики по сравнению с моделями на CMF, и основная ставка делается на них.

Предприятие Hyundai в Петербурге и по номинальной мощности, и по объемам выпуска значительно опережает японские компании, собирая около 200 тыс. автомобилей в год. Завод выпускает четыре модели со сходными технологическими решениями в их платформах и пока является единственным из городских автопроизводителей, заявивших о возможности строительства предприятия по выпуску двигателей. Как будут обстоять дела с расширением производства автомобилей, пока неясно, но уже сейчас завод работает на пределе своих мощностей.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ОТСТАВАНИЕ Российская стратегия обозначает и ряд общемировых тенденций в автомобилестроении, упомянутых выше: электрификация транспортных средств, повышение их автономности и внедрение IT-решений.

Впрочем, авторы документа признают, что догнать некоторые страны по уровню внедрения этих технологий будет непросто. Например, целевое видение российского рынка электромобилей подразумевает отставание от глобальных темпов роста доли электромобилей в продажах в среднем на четыре-пять лет. Доля электромобилей в продажах на российском рынке к 2020 году может достичь 1–1,5% (15–25 тыс. автомобилей), в основном электромобили в России будут представлены легковыми автомобилями премиального сегмента, что обосновано ожидаемым отсутствием на рынке моделей бюджетного сегмента вследствие сохраняющейся высокой глобальной стоимости батарейных блоков.

В 2020–2025 годах вследствие прогнозируемого снижения средней стоимости батарей можно ожидать увеличения спроса на электромобили в среднем ценовом сегменте на российском рынке, что позволит увеличить продажи электромобилей до уровня 4–5% от общего объема продаж (85–100 тыс. автомобилей), отмечается в стратегии, но темпы роста продаж электромобилей после 2025 года во многом

будут определены развитием зарядной инфраструктуры в регионах Российской Федерации.

К концу прошлого года в России было зарегистрировано 1,5 тыс. электромобилей, а общее количество зарядных станций составляло 130 штук, из которых 50 были расположены в Москве и Московской области, а 40 — в Санкт-Петербурге. Отставание российского рынка в использовании технологий, связанных с автономным вождением, также оценивается в пять лет. Дорожная инфраструктура для внедрения беспилотников потребует определенной адаптации и модернизации в части состояния дорожного полотна, разметки и знаков, что позволит нарастить долю автомобилей с элементами автономности в продажах до 60–65% к 2035 году.

Но в настоящее время в российском правовом поле отсутствует понятие, касающееся автомобиля с высокой степенью автоматизации управления, что препятствует использованию такого транспортного средства на дорогах общего пользования. Прогнозируется, что в течение 2018 года это понятие будет введено в Конвенцию о дорожном движении от 8 ноября 1968 года и, как следствие, в технический регламент Таможенного союза «О безопасности колесных транспортных средств».

В целом разработчики стратегии считают, что объем рынка легковых автомобилей в России в 2020 году составит 1,72 млн штук, в 2025 году — 2,23 млн штук. В 2017 году этот показатель насчитывал 1,51 млн штук. Производство легковых автомобилей в прошлом году составило 1,34 млн единиц. В 2020 году оно должно вырасти до 1,6 млн штук, в 2025 году — до 2,21 млн. Экспорт же должен увеличиться с прошлогодних 83 тыс. до 269 тыс. машин к 2025 году. ■

СТРИТ-РИТЕЙЛ ГОТОВ К ЧЕМПИОНАТУ

РЫНОК СТРИТ-РИТЕЙЛА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА МЕНЯЕТСЯ В ПРЕДДВЕРИИ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ: АКТИВНО РАЗВИВАЮТСЯ КАФЕ И РЕСТОРАНЫ, АЛКОГОЛЬНЫЕ И КОНДИТЕРСКИЕ МАГАЗИНЫ. ВЕРОНИКА АБРАМЯН

Доля свободных помещений на основных торговых улицах Санкт-Петербурга увеличилась за январь — март 2018 года на 0,8 п. п. и на 1,2 п. п. за год, достигнув 7,5%. Согласно данным компании JLL, это наибольшее значение показателя с третьего квартала 2015 года. Рост вакантности обусловлен закрытием преимущественно небольших несетевых арендаторов: цветочных и продуктовых магазинов, а также аптек и финансовых организаций.

Увеличение доли свободных помещений наблюдалось на большинстве торговых улиц, за исключением заметного снижения на 6–7-й линиях В.О. (на 2,9 п. п. за квартал) и минимального — на Садовой улице и Московском проспекте.

В целом за первый квартал 2018 года было закрыто на 14% арендаторов стрит-

ритейла больше, чем открыто. Значительное количество закрытий, по мнению экспертов JLL, связано как с сезонным фактором, так и с влиянием приближающегося чемпионата мира по футболу.

«Можно ожидать, что освободившиеся в первом квартале помещения не будут пустовать долго и будут заняты», — комментирует Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге. — Судя по результатам квартала, на повышенный спрос в период мундиала рассчитывают заведения общепита и магазины алкогольной продукции и кондитерских изделий. Именно в этих сегментах наблюдалось превышение открытий над закрытиями».

«Кафе и рестораны традиционно являются наиболее активными игроками

рынка стрит-ритейла. В частности, происходят заметные изменения на главной ресторанной улице города — Рубинштейна, на которой заведения общественного питания продолжают вытеснять остальные профили. В первом квартале здесь были открыты такие бары и рестораны, как Mur Mur, «Скобари», «Трудовые будни», и в результате доля общепита в структуре арендаторов на Рубинштейна достигла 68%, — отмечает Юлия Корчемная, руководитель направления стрит-ритейла компании JLL в Санкт-Петербурге. — Учитывая помещения в процессе отделки, мы ожидаем дальнейшего увеличения ресторанной доли на этой улице».

В результате активной смены арендаторов улица Рубинштейна стала лидером среди основных торговых коридоров по

ротации — 10,5% в первом квартале, что также является наибольшим значением для этой магистрали за последние два года. В среднем по рынку наблюдалось уменьшение ротации на 2,5 п. п. по сравнению с последними месяцами 2017 года, до 6,6%.

«Уменьшение ротации свидетельствует об устойчивом развитии рынка стрит-ритейла Санкт-Петербурга. Это уже оценили инвесторы, которые проявляют высокий интерес к покупке объектов с существующим арендатором. В среднем бюджет таких сделок составляет от 50 до 150 млн рублей, ожидаемые сроки окупаемости вложений — 7–10 лет. Для инвесторов сегодня рынок стрит-ритейла Петербурга является хорошей альтернативой банковским вкладам», — добавляет Юлия Корчемная. ■