

авто|коммерческий транспорт

Китайские машины решились на обгон

Китайские автомо-
бильные бренды растут
быстрее всех на рос-
сийском автомобиль-
ном рынке. Несмотря
на общее падение по-
купательского спроса,
они демонстрируют по-
рой кратное увеличе-
ние продаж.

— тенденции —

На фоне затухающего спроса на новые авто в России китайские автомобильные бренды выглядят не хуже бойцов Шаолиня из окостоловетных боевиков, стремительно расталкивающих локтями конкурентов. Например, для таких марок, как Haval и Geely, ушедший год закончился с приростом почти на 300% и 200%, почти на 90% за год выросли продажи марки Changan. В текущем году китайское наступление продолжается: по итогам первых двух месяцев на 127% выросли продажи Haval, на 120% — марки FAW, на 67% — Geely, марка Chery приросла на 10%, а Changan вырос более чем в шесть раз — на 615%.

Политика партии

Китайцы в течение последних 10–15 лет планомерно осваивают российский автомобильный рынок, но значимых результатов достигают только сейчас. Во многом это связано с поддержкой курса партии и правительства КНР на завоевания внешних автомобильных рынков. «Доминирование китайского автопрома на экспортных рынках — это приоритетная задача, поставленная правительством Китая перед своими автопроизводителями. По замыслам китайских стратегов, автомобилем как объектом концентрации передовых технологий должен повторить путь китайского телекоммуникационного оборудования и вывести Китай в мировые технологические лидеры», — говорит Юлия Кравченко, директор по продажам ключевым клиентам НПП „Итэлма“ (российский производитель комплектующих), — Первой фазой стало насыщение внутреннего рынка Китая (и одновременно получение компетенций от иностранцев и отработка технических решений в регулируемых условиях). Сейчас мы наблюдаем вторую фазу, когда автомобильные компании выполняют задачу захвата плацдармов за границами Китая».

Во многом усиление активности на внешних рынках связано с тем, что в последнее время внутренний китайский авторынок, самый крупный в мире, сжимается: по итогам 2019 года здесь было продано 21,4 млн автомобилей, что почти на 10% меньше, чем в 2018-м. Впрочем, при всей впечатляющей динамике роста в абсолютных величинах китайские компании по-



ка не показывают значимых объемов продаж. По данным аналитического агентства «Автостат», по итогам прошлого года общая численность продаж китайских авто достигла примерно 40 тыс. автомобилей, что составляет около 2,3% от всех продаж новых автомобилей в России. Однако это не рекорд — например, в 2013-м эта доля была существенно больше: тогда она составляла 3,8% (см. график 1). Да и общая доля продаж китайских марок за последний год увеличилась только на считанные доли процентов.

«Высокие показатели увеличения продаж китайских автомобилей объясняются высоким приростом от низкой базы прошлого года, в штуках показатели еще не очень большие», — говорит Денис Петрунин, генеральный директор ГК „Автоспеццентр“. — Хотя при грамотной стратегии развития на российском рынке в течение пяти лет доля китайских марок может вырасти вдвое, до 4,5–5%.



Электричество пустят по российским дорогам

— технологии —

Нынешний год для российского авторынка пройдет под повышенным электрическим напряжением: в официальном продаже должны появиться сразу несколько премиальных электрокаров, которые призваны переломить психологическое недоверие российских потребителей к машинам на батарейках. Продажи электромобилей в России растут впечатляющими темпами: по данным «Автостата», по итогам прошлого года объем проданных машин увеличился в 2,5 раза. Впрочем, пока не очень впечатляют абсолютные показатели: автомобиль на батарейках в России — это еще не массовый товар, а штучный — объем продаж таких машин в 2019 году составил всего 353 единицы. Ну а бурный прирост во многом был связан с официальным стартом продаж в РФ в декабре 2018 года полностью электрического премиального кроссовера Jaguar I-Pace, на продажи которого в прошлом году пришлось порядка 40% всех продаж электрических машин. Новый импульс должен всколыхнуть рынок: в 2020 году премиальные бренды Audi, Mercedes-Benz, Porsche официально привезут в Россию несколько электрических моделей.

Быстро и очень быстро

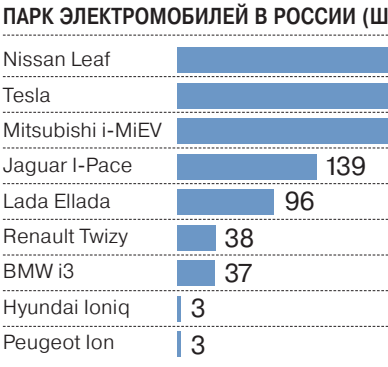
Компания Audi, которая в 2019-м уже начала продажи в Европе своих электромобилей линейки E-Tron, планирует в текущем году начать в

России официальные продажи своего флагмана в этой сфере спортивного седана Audi E-Tron GT. Новинка построена на новой платформе концерна Volkswagen PPE (Premium Platform Electric), которая призвана лечь в основу множества электромобилей марки Audi и других брендов концерна. E-Tron GT действительно выделяется впечатляющей динамикой: в конструкцию модели входят два электромотора суммарной мощностью 590 л. с., которые способны разогнать седан до 200 км/ч за 12 секунд. Особенность конструкции машины — эффективная система охлаждения, благодаря которой двигатели и аккумуляторы авто не боятся перегревов и способны «выстреливать» подряд несколько раз. Экспертная батарея у электрокара довольно высокая — 95 кВт•ч, что позволяет от одной зарядки осуществлять пробег в более 400 км. Официальная цена в России пока не определена, в Германии такая машина предлагается за €80 тыс., что в пересчете на слабейший курс российской валюты составляет более 7 млн руб.

Ближе к лету на российский рынок должен выехать еще один премиальный кроссовер — Mercedes-Benz EQC. Эта модель — первенец электрической линейки немецкого бренда, она была представлена в Европе еще в конце 2018 года. Как известно, аббревиатурой EQ будут называться все машины Mercedes-Benz на электрическом ходу — тут производитель намекает на буквенное сочетание IQ и на то, что их электрические машины отличаются «цифровой сообрази-

тельностью». Модель EQC действительно оснащается различными «умными» системами — например, саморегулирующаяся жидкостная система охлаждения отвечает за оптимальный температурный баланс батареи и силовой электроники, а подогрев салона может осуществляться как за счет электрических нагревателей, так и теплового насоса. В автомобиле также имеются два электродвигателя общей мощностью 408 л. с., которые придают на дороге машине достойную динамику — разгон за пять секунд до 100 км/ч, при этом запас хода от одной подзарядки составляет 450 км. Официальная цена EQC в России также еще не объявлена, но скорее всего, автомобиль будет стоить не менее 7 млн руб.

Наконец, громкой премьерой на российском рынке станет появление в конце года премиального электрического кроссовера Porsche Taycan, который будет поставляться в топовой комплектации Turbo S. Новинка представляет собой настоящий гоночный болид: данное ав-



крыть собственный завод в России на протяжении последних 15 лет: еще в 2005 году Great Wall пробовал осуществлять сборку своих машин на калининградском «Автоторе», в 2006-м некоторые модели китайский автопроизводитель начал делать на сборочном предприятии близ подмосковного поселка Ижель.

Компания имела опыт производства своих автомобилей также на заводе «Дервейс» в Карачаево-Черкессии, на предприятии «Ирито» под Липецком, на мощностях компании «Ставрополь Авто». Близко к запуску собственного завода в России Great Wall подошел в 2008 году, когда с властями Татарстана было создано совместное предприятие «Великая Стена Алабуга Авто», но в конце того же года проект был сначала заморожен, а затем прекращен. Наконец, на фоне начала антироссийских санкций и усиления российско-китайской дружбы в 2014 году в Шанхае в присутствии президента России Влади-



то имеет впечатляющую мощность 761 л. с. и разгоняется до 100 км/ч всего за 2,8 сек. Правда, и цена модели чемпионская: дилеры уже официально принимают заказы по розничной стоимости от 12 млн руб.

Личная зарядка

Участники рынка предполагают, что, скорее всего, новые электрокары будут встречены в России с определенным интересом — уже сейчас дилеры говорят о наличии предварительных заказов. «Определенная востребованность премиальных электрокаров в России будет. К настоящему времени в России есть уже около 100 предзаказов на Porsche Taycan, хотя появление этой машины у нас запланировано только на четвертый квартал текущего года», — говорит Александр Захаров, руководитель направления по работе с ключевыми клиентами ГК «Автоспеццентр».

Безусловно, проблемой для покупателей премиальных электромобилей в России будет отсутствие инфраструктуры для их зарядки. Что-

бы несколько сгладить эту проблему, Porsche, например, планирует помимо электрокара продавать переносную зарядную станцию для него и зарядный кабель с системой управления энергопотреблением. А в Audi e-tron GT предусмотрена возможность пополнения аккумулятора от беспроводного индукционного устройства, которое встраивается в пол гаража. Впрочем, наблюдатели отмечают, что покупатели подобных машин не сильно зависят от общественных точек зарядки, так как имеют загородные дома.

«Машины такого класса почти не используются в коммерческих целях и обычно не менее 20 часов в день стоят на парковке», — отмечает Дмитрий Головин, технический руководитель направления зарядных станций для автомобилей компании Schneider Electric. — Покупатели премиальных электромобилей, как правило, выстраивают вокруг себя личную инфраструктуру — это загородный дом, квартира с несколькими парковками, так что своя зарядная станция в данном случае еще один кирпичик в этой системе. При наличии собственной зарядной станции на парковке дома и в офисе человек может оставлять электрокар заряжаться, как любой другой гаджет. Проблемы могут начаться при перемещении между городами. Тут домашние станции не помогут, нужна общественная инфраструктура, которой на данный момент может похвастаться только трасса Москва—Санкт-Петербург. Хотя у подавляющего большинства

госкорное и в определенном смысле рискованное вложение, так что решаются на такой шаг не все бренды», — говорит Юлия Кравченко. — Чтобы угадать, кто будет следующим, можно просто посмотреть на рынок Китая, выделить пятерку лидеров и ожидать от них открытия заводов в России в ближайшие два-три года. К слову, в отличие от глобальных брендов, которые очень жестко привязаны к своим транснациональным производственным цепочкам, китайские компании гораздо охотнее идут на затраты по локализации производства автомобилей и комплектующих. Это является их явным конкурентным преимуществом на нашем рынке».

Психологический барьер

Китайским автомобильным компаниям предстоит также преодолеть большой путь, чтобы завоевать доверие российских потребителей.

«У китайских брендов выросло качество, что в сочетании с хорошей ценой привлекает своего покупателя. Кроме того, китайские автопроизводители за последние пять лет построили дистрибуцию на территории России, которая позволила повысить клиентский сервис и создать предпосылки для дальнейшего роста продаж», — говорит Никита Быков, генеральный директор розничной сети автомобилей с пробегом Automata. — При текущих продажах новых китайских авто в России — около 50 тыс. штук — дистрибуция основных китайских брендов, таких как Haval, Geely, Chery, позволит в ближайшие годы увеличить продажи до 100 тыс. автомобилей в год. В целом ситуация с китайскими автомобилями заставляет вспомнить, как 10–15 лет назад корейские автопроизводители вышли на российский рынок и сильно потеснили более сильные массовые бренды».

«Китайские автопроизводители сейчас повторяют путь корейских и японских: от умишек к признанию», — соглашается Виталий Манкевич, президент Русско-азиатского союза промышленников и предпринимателей. — Корейские бренды в конце 2000-х завоевали популярность на российском рынке благодаря значительным расходам на рекламу, сейчас Great Wall учитывает этот опыт. Среди российских потребителей, к сожалению, все еще остается недоверие к китайскому автопрому, однако здесь следует подождать, ведь те же китайские смартфоны Huawei не сразу оценили — бренду потребовалось время, чтобы покупатель «проверил его временем». Аналогичное развитие событий может происходить и с китайскими автомобилями, поэтому, по нашим прогнозам, через пять лет доля китайского автопрома в России займет до 15%, и к этому времени на территории страны откроется не менее двух новых предприятий по производству китайских машин».

Алексей Коротаев