

А

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Авто | Коммерческий транспорт

Среда 25 марта 2020 №53 (6774 с момента возобновления издания)

kommersant.ru



15 Почему и как китайские автомобили завоевывают Россию

15 Mercedes-Benz EQC и другие электромобили премиум-класса решились зайти в Россию

Авторынок пошел в занос

Падение рубля и коронавирус — серьезные проблемы для российского авторынка, способные отправить продажи в неуправляемый занос. Вместо обещанного сжатия на 2–3% спрос на новые машины может упасть на 10–15%, а то и больше при неблагоприятных сценариях развития ситуации.

— аналитика —

Связанное с ослаблением рубля повышение цен — главная проблема, доставшаяся российскому авторынку от нынешнего глобального кризиса. Цифры на автомобильных ценниках в России ведут себя нервно последние пять лет, со времен прошлого обвала российской национальной валюты. За последний год их более или менее удалось успокоить, но вот сейчас над авторынком нависла новая волна подорожания машин.

По данным аналитического агентства «Автостат», средневзвешенная цена нового легкового автомобиля в России сейчас составляет 1,55 млн руб., по сравнению с 2014 годом стоимость машин в РФ выросла почти на 80%, то есть примерно на столько же, на сколько изменился курс национальной валюты (см. график 1). Обвалы курса рубля научили российского покупателя, что если он планировал купить автомобиль, то надо срочно бежать за ним в автосалон, пока цены не поползли вверх. Вот и сейчас после обвала рубля автодилеры констатируют повышенный приток покупателей в салоны, где цены на новые автомобили уже начинают расти.

По оценкам «Автостата», из 52 брендов на российском рынке цены на автомобили за первые две недели марта подняли как минимум 7 марок.

Например, у Toyota на 26–101 тыс. руб. подорожали пять моделей (седан Camry, пикап Hilux, внедорожники Fortuner, LC200 и LC Prado), на 20–50 тыс. руб. выросли цены на весь модельный ряд Suzuki, сменила ценники марка Volkswagen (у нее подорожали три модели — седан Polo на 17 тыс. руб., Tiguan на 40 тыс. руб. и Touareg на 90 тыс. руб.), также подорожали почти все модели Lexus, скакнули цены на 20 из 33 моделей марки BMW. Хотя следует признать, что на рынке есть и примеры иного ценового движения — например, серьезно снизил цены на свои автомобили бренд Ravon: так, ходовая модель Nexia стала дешевле в марте на серьезные 28–49 тыс. руб. Однако данное понижение временное и связано с изменением маркетинговой стратегии этой марки: с апреля автомобили, выпускаемые на совместном предприятии GM в Узбекистане, будут продаваться в России не под маркой Ravon, а под брендом Chevrolet и, скорее всего, уже по более высоким ценам.

Всплеск, потом затишье

Другие автопроизводители официально подтверждают, что не исключают повышения цен на свою продукцию — об этом, в частности, говорят представители АвтоВАЗа, а также марок Renault, Kia, Hyundai.

«Сегодня АвтоВАЗ является одним из наиболее локализованных про-



изводителей в России, но все же на компанию оказывают влияние цены на сырье и продукцию некоторых субпоставщиков, номинированные в евро или долларах США. Исходя из развития ситуации, компания рассматривает возможность корректировки цен на свою продукцию», — говорит Сергей Ильинский, директор по коммуникациям АвтоВАЗа.

Впрочем, по прогнозам участников рынка, массовый рост цен на авторынке начнется не сейчас, а позже — примерно через пару месяцев, пока же автопроизводители стараются

не делать резких движений в своей ценовой политике. «Большинство автопроизводителей закладывали на 2020 год сокращение продаж на российском рынке, поэтому давления на склады не будет — сейчас дилеры будут распродавать стоки, цены будут расти, но не мгновенно, корректировка произойдет после стабилизации рубля», — говорит Денис Петрунин, генеральный директор ГК «Автоспеццентр».

«Сложившаяся ситуация с ослаблением курса рубля застала врасплох всех игроков на рынке автомо-

бильного бизнеса и явно приведет к очередному росту цен. Напомним, из-за увеличения утилизационного сбора уже произошло плановое подорожание автомобилей 2020 года выпуска, при этом производители ориентировались на курс 60–62 руб. за доллар. Но говорить о молниеносном подорожании автомобилей пока преждевременно, так как у дилеров оплачены ближайшие отгрузки и есть автомобили на складах, — продолжает Александр Щербаков, руководитель проекта Probegzeto (сервис поиска новых автомобилей).—

Думаю, ситуация прояснится в ближайшие две-три недели. Уже сейчас аналитики говорят о том, что курс доллара может вернуться к прежнему значению только к 2022 году, а это означает, что подорожания не избежать — вопрос только в его величине. По моему мнению, в текущем году по самому оптимистичному сценарию подорожание автомобилей будет в размере 10–15% в зависимости от уровня локализации производства концерна».

Выигрывает локализация

Как и в прошлые годы, после обвала рубля под усиленным ценовым ударом окажутся в первую очередь импортируемые в РФ автомобили, выпуск которых не локализован на территории страны. «Можно ожидать, что меньше всего подорожают автомобили отечественных производителей VAZ и Lada, а больше всего подорожание коснется импортируемых моделей с полной таможенной пошлиной, таких как Mazda 3, Toyota Corolla, Toyota Land Cruiser 200, Toyota Highlander, Volkswagen Passat, Volkswagen Amarok, Mitsubishi Pajero Sport, Kia Soul, Kia Picanto, Suzuki SX4, Suzuki Vitara, Skoda Superb», — прогнозирует Александр Щербаков.

Однако импортируемые автомобили уже давно не играют ключевой роли на российском авторынке и занимают все более сжимающуюся нишу: по оценкам Комитета автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), из 1,58 млн проданных по итогам прошлого года автомобилей 1,26 млн, или более 80%, имели локальную сборку. Хотя и локализованные производства сильно зависят от импортных компонентов, поэтому подорожания цен и здесь не избежать.

с14

Новый Multivan 6.1

Образец для подражания.
Новая версия

Парковочный автопилот

Цифровой дисплей нового поколения

Электронная система управления настройками профиля движения

4 ГОДА УВЕРЕННОСТИ¹
СДЕЛАНО В ГЕРМАНИИ

КАСКО 2,99%²

¹ На автомобили с датой производства после 1 января 2020 года добавляются третий и четвертый годы послегарантийной поддержки (100%-ный аналог гарантии изготовителя по объему покрытия), которая предоставляется импортёром (ООО «ФОЛЬКСВАГЕН Групп Рус») на условиях, указанных на сайте www.vw-commercial.ru и в иных информационных материалах. Эта федеральная программа от марки Volkswagen Коммерческие автомобили охватывает всю дилерскую сеть на территории России и Республики Казахстан.

² Страхование КАСКО осуществляет СПАО «Ингосстрах» (лицензия Банка России СИ № 0928 от 23.09.2015) в соответствии с Правилами страховщика, размещёнными на сайте www.ingos.ru. Условия программы могут быть изменены в одностороннем порядке страховой компанией. Оформление договора осуществляется на бумажном носителе, заключение в электронном виде не допускается. Вся информация носит справочный характер и не является публичной офертой (ст. 437 ГК РФ).

Подробности акции уточняйте по телефону горячей линии 8-800-333-44-41 и в салонах официальных дилеров Volkswagen.

Реклама

авто | коммерческий транспорт

Грузовики решили затормозить

Продажи коммерческих автомобилей в России падают. Удержать рынок от слишком глубокого падения призваны меры государственной поддержки, однако пока они в первую очередь направлены на стимулирование спроса на автомобили российского производства.

— аналитика —

Российский рынок коммерческих автомобилей продолжает жать на тормоз: по оценкам аналитического агентства «Автостат», в ушедшем году продажи новых грузовиков в РФ составили 80,7 тыс. единиц, что на 2% меньше, чем в 2018-м. Немного лучше, но все же непрост складывается обстановка на рынке легких коммерческих авто (LCV): по данным того же «Автостата», в 2019 году продажи этих машин составили 112,1 тыс. единиц, что равно показателям 2018-го. Таким образом, восстановление рынка коммерческих авто после обвала 2014 года остановилось и он опять едет вниз.

В начале 2020 года реализация коммерческих авто немного оживилась: в январе и феврале продажи грузовиков в России поднялись на 18% и на 0,8% соответственно (до 6,1 тыс. и 5,8 тыс.), LCV, в свою очередь, в январе поднялись на 7% (до 7,6 тыс.), однако в феврале снова сократились на 8%, до 7,4 тыс. штук. По результатам же текущего года рынок коммерческих машин, скорее всего, снова окажется в отрицательной зоне, в том числе из-за ослабления рубля и последующего роста цен.

«Да, с декабря по февраль продажи коммерческих авто увеличились, но в декабре причиной тому были стабильная ситуация на внутреннем рынке и ожидание повышения утилизационного сбора, которое подстегивало многие автопарки успеть купить грузовые автомобили до повышения сбора. В январе же и феврале многие производители грузовой техники смогли сдержать цены на грузовики с помощью заключения специальных инвестиционных контрактов и внутренней корпоративной поддержки. Однако в марте текущего года февральский рост на 0,8% может обернуться сильным падением. И причиной тому будет нестабильная ситуация на валютном и фондовом рынках», — говорит Эдуард Миронов, директор по закупкам транспортных услуг логистической компании FM Logistic.

Условия господдержки

В отличие от легковых авто, коммерческие машины — это инструмент ведения бизнеса, и ослабление их продаж связано с общей экономической обстановкой, которая сейчас еще больше усложняется в связи с ослаблением рубля, распространением коронавируса, падением бирж и замедлением деловой активности. «Продажи коммерческих авто продолжают падать, поскольку с каждым годом усиливается нагрузка на покупателей. В январе 2019 года увеличилась ставка НДС, а в январе 2020-го повысились утилизационный сбор. Кроме того, ежегодно растут тарифы в системе «Платон», а также снижается деловая активность в стране», — говорит Андрей Попов, директор департамента продаж грузовых автомобилей ООО «ФАВ-Восточная Европа».



РИТА КОВАЛЕВА

«Ослабление рубля негативно скажется на реализации машин, так как доля импортных комплектующих, в том числе в автомобилях российского производства, достаточно высока».

«Сокращение спроса на коммерческие машины имеет прямую связь со снижением деловой активности в сфере грузоперевозок», — соглашается Максим Шишко, руководитель департамента коммерческого транспорта ГК «Автоспеццентр». — Падает объем перевозок и тарифы, в связи с этим участники рынка используют имеющиеся автомобили и откладывают плановое обновление и расширение автопарка. В 2020 году, в отличие от 2014–2015 годов, рост курса доллара пока не спровоцировал такого активного всплеска спроса. Мы связываем это с резистентностью к подобным колебаниям, выработавшейся у потребителей в последние нестабильные годы, а также с отсутствием у них свободных денежных средств. Кроме того, спрос на коммерческий транспорт в последние годы стал сильно зависеть от программ государственной поддержки».

В нынешних условиях рынок коммерческих авто может упасть на 10–20%, остановившись еще более активное сползание вниз призваны государственные меры поддержки. Власти уже объявили, что и в нынешнем году планируют использовать два ключевых инструмента для поддержания продаж

коммерческих автомобилей — это субсидированный лизинг и компенсация утилизационного сбора. В частности, представители Минпромторга уже объявили, что в текущем году на поддержку лизинговых программ будет выделено столько же, сколько и в прошлые годы, то есть около 10 млрд руб., и участники таких лизинговых программ, как «Российский фермер», «Российский тягач», «Свое дело», могут получить из бюджета компенсацию до 12,5% по лизинговым платежам (но не больше 625 тыс. руб. на один автомобиль). По оценкам Центра экономического прогнозирования Газпромбанка, выделенных средств хватит на субсидирование 20–30 тыс. единиц коммерческой техники, то есть 10–15% от всего рынка, что станет ощутимой поддержкой в нынешних непростых условиях.

Другая форма государственной поддержки рынка направлена на помощь производству автомобилей на территории РФ. Речь идет о компенсации утилизационного сбора, который был введен в России еще в 2012 году одновременно с вступлением РФ в ВТО и стал замаскированным приемом защиты внутреннего рынка грузовиков от импорта. В 2020 году утилизационный сбор был увеличен, но если на легковых авто он поднят на внушительные 145%, то для грузовиков ставки увеличились не так высоко: самое большое увеличение на 67% произошло на седельные тягачи. Но и с учетом этого изменений размер утилизационного сбора на один грузовой автомобиль сейчас составляет вну-

шительные 300–450 тыс. руб. И эту значимую сумму производитель может не выплачивать полностью или частично в зависимости от степени локализации своей продукции — для этого Минпромторгом сейчас вводится специальная система начисления баллов: чем выше локализация продукции, тем больше баллов начисляется и выше бюджетная компенсация за выплаты по утильбору.

По оценкам Центра экономического прогнозирования Газпромбанка, в текущем году на компенсацию утилизационного сбора будет выделено 250–300 млрд руб., что также станет существенной поддержкой. «Любые субсидии, уменьшающие расходы транспортного оператора, улучшают его экономику и снижают цены на услуги транспорта, увеличивая их потребление бизнесом и конечным потребителем», — говорит Алексей Лещенко, директор по развитию лизинговой компании «CTRL Лизинг». — Очевидно, что субсидирование приобретения продукции отечественных производителей вызывает в экономике России мультипликативный эффект, оказывая благотворное влияние на всю цепочку продаж. Государство сейчас двигается именно по этому пути, привлекая выделение субсидий именно к уровню локализации производства».

Российское доминирование

Господдержка, адресованная в первую очередь российским производителям, приводит к тому, что именно они во многом сейчас определяют ландшафт российского рынка коммерческих машин. Так, в нише грузовых авто лидирующие позиции занимают российские КамАЗ и ГАЗ, они вместе с российским «Уралом» в совокупности сегодня держат почти 40% всех продаж. Более того, у российских грузовиков сейчас получается двигаться вверх против общего движения рынка вниз — в частности, КамАЗ за последний год увеличил продажи на 7%, до 27,6 тыс. машин, ГАЗ — на 6%, до 8,8 тыс., «Урал» поднялся на 5,5%, до 3,1 тыс. Зарубежные же бренды во многом из-за заградительных мер властей все оказались в минусе: у занимающей в общем зачете третье место марки Volvo реализация сократилась на 11%, до 5,65 тыс. машин, идущая следом Scania и вовсе обрушилась на 16%, до 5,62 тыс. Рекордным падением для рынка окончилась ушедший год японская Isuzu: ее показатели упали на 20%, до 3 тыс. единиц.

В сегменте LCV главенство традиционных российских производителей даже более существенно: ГАЗ, УАЗ и Lada в совокупности держат 70% рынка. Однако прибавки в продажах здесь не столь значимы: ГАЗ в прошлом году сумел вырасти только на 3% (50,6 тыс. единиц), примерно на 3% прибавила марка Lada (до 11 тыс.), УАЗ и вовсе упал почти на 4%, до 17,3 тыс. единиц. Зато марка Ford (она производит LCV на совместном предприятии с Sollers с соответствующей компенсацией за утилизационный сбор) увеличила продажи на внушительные 13%, до 12,9 тыс. единиц. Одновременно увеличивают скорость французы, которые смогли продать машин на 15% больше (3,1 тыс.), а недавно запустившая на калининградском «Автоторе» сборку своих LCV корейская марка Hyundai скакнула в продажах аж на 28%, до 2,6 тыс.

Зеленые инициативы

Дополнительный импульс развитию российского рынка коммерческих авто призваны

дать также новые инициативы российских властей, которые предлагают ограничить и даже запретить коммерческие автомобили, которые не отвечают современным экологическим требованиям. Так, замминистра промышленности и торговли РФ Александр Морозов недавно заявил о намерении направить в ближайшее время в Минтранс предложение о том, чтобы с 1 января 2021 года поднять базовую ставку налога на грузовики, отвечающие стандартам «Евро-3» и ниже. Некоторые депутаты предлагают еще сильнее затянуть гайки: глава комитета Госдумы по транспорту и строительству Евгений Москвичев призывает и вовсе запретить такой автотранспорт. «Давайте скажем „нет“ через два года автомобилям, которые работают на коммерческой основе с экологическим классом „Евро-0“ и „Евро-1“, давайте мы их в историю сдадим», — предложил недавно парламентарий.

Внешне предлагаемые ограничения смотрятся органично в трендах общемировой экологической борьбы, однако сложность в том, что парк грузовиков в РФ очень устаревший: по данным «Автостата», средний возраст грузовиков в стране составляет около 20 лет. Из 3,8 млн зарегистрированных машин 62,9%, или 2,36 млн, не отвечают элементарным нормам выброса «Евро-2». Только 4,4% автопарка, или 165,6 тыс. авто, соответствуют нормам «Евро-5», 13,3% — «Евро-4» — и 10,9% — нормам «Евро-3». Немного лучше, но все же не кардинально ситуация в нише LCV: тут ниже норм «Евро-2» уже находится 42,9% всего автопарка и более четверти машин соответствуют «Евро-4» и выше. Получается, что под повышенное налогообложение машин, которые имеют выбросы «Евро-3» и ниже, могут подпасть более 80% всех эксплуатируемых в России грузовиков и 70% LCV.

Сами автопроизводители, как российские, так и иностранные, поддерживают экологические инициативы властей — например, недавно с официальным заявлением в поддержку этих мер выступили представители Ассоциации европейского бизнеса. Эта позиция понятна, так как очевидно, что наложенные ограничения на старые машины будут стимулировать продажи новых. Однако связанный с коммерческим транспортом бизнес резко протестует против таких идей. «У многих перевозчиков автомобиль — это единственное средство дохода, и денег на новый у них просто нет», — говорит Дмитрий Себстьян, коммерческий директор транспортной компании «Трансфера-96». — Связанный с автоперевозками бизнес и так в последнее время обкладывается новыми платежами, связанными, например, с передвижными пунктами весового контроля, ужесточением использования тахографов. В нынешних условиях такие ограничительные меры приведут только к усугублению и без того тяжелой ситуации для малого бизнеса».

По мнению Олега Гребенюка, заместителя директора операционного управления по спецтранспорту группы компаний Asstra, если государство действительно заботится об экологии, то логичным было бы поддерживать и использовать газомоторных автомобилей. Однако сейчас развитие автомобилей на газе в России сталкивается с такими сложностями, как высокая цена первоначальных инвестиций и острая нехватка инфраструктуры для заправки таких машин газовым топливом.

Андрей Ушаков

Авторыннок пошел в занос

— аналитика —

«Исходя из того, что средний уровень локализации в российском автопроме — примерно 40%, а доллар вырос уже на 20%, мы можем ожидать среднего роста цен на локализованные автомобили около 12%», — говорит Валерий Емельянов, аналитик инвестиционной компании «Фридом Финанс». — В наименьшей степени это коснется модельного ряда АвтоВАЗа, а также собираемых в России Renault и Nissan. Они могут подорожать на 5–8%. Это не убьет рынок, но отсечет покупателей, для которых переплата за бюджетные модели в 100–150 тыс. руб. окажется существенной. Так что под ценовым давлением окажутся не отдельные бренды, а конкретные предприятия. Например, модельный ряд производимых на «Автофрамосе» авто с его долей локализации под 80% будет продаваться лучше, чем у конкурентов. А калининградский «Автотор», имеющий порядка 20% локализации (производит Kia Sportage, Ceed и Cerato, Hyundai Elantra и Sonata), скорее всего, просядет по продажам сильнее других заводов».

Что же касается премиального класса, то, скорее всего, спрос здесь

пострадает меньше всего, так как для покупателей таких машин рост цен будет не столь критичным. «Рынок бизнес-класса и премиальный сегмент по традиции будут жить своей жизнью», — продолжает Валерий Емельянов. — Рост цен там будет максимальным и может достигать 20%, но не исключено, что на этом фоне продажи в этом сегменте рынка не упадут, а даже вырастут».

Производственный карантин

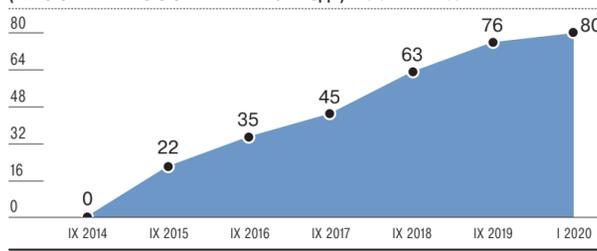
Помимо роста цен на российский авторыннок будет негативно влиять и общая ситуация в мировом автопроме, производственные процессы которого оказываются парализованными из-за пандемии коронавируса. По злой иронии исторический очаг эпидемии китайский город Ухань является крупнейшим центром автопрома КНР, где расположены не только заводы таких мировых автогигантов, как General Motors, Nissan, Honda, Renault, Peugeot—Citroen, но и еще много предприятий, связанных с выпуском автомобильных комплектующих, которые потом отправляются на автомобильные заводы в разных уголках планеты. Сейчас эти предприятия начинают возвращаться к работе.

А вот в Европе волна остановки автомобильных заводов только началась: об остановке своих конвейеров на карантин в Маранелло один из первых объявил итальянский производитель спорткаров Ferrari, вслед за ним другой итальянский бренд, Lamborghini, приостановил конвейер своего предприятия в Сант-Агата-Болоньезе. Сейчас о производственных каникулах объявили уже большинство автопроизводителей в Старом Свете: Volkswagen, Renault, Volvo, Peugeot—Citroen временно закрывают свои заводы во Франции, Швеции, Великобритании, Польше, Испании, Германии.

В России тоже уже можно говорить о влиянии пандемии на свой производственный процесс. Один из крупнейших российских производителей автобусов — завод «Волгабас», который расположен в Собинском районе Владимирской области (входит в холдинг «Баулин Моторс Групп»), вынужден был отправить в отпуск более 300 своих сотрудников из-за перебоев с поставками комплектующих из Китая. Зависимость от китайских компонентов признают и другие российские автопроизводители — например, на АвтоВАЗе еще в феврале создали оперативный штаб, который оценивает потенциальные риски для поставок и выработывает сценарии действий в случае негативного развития ситуации. А российский производитель грузовиков КамАЗ признает, что в конце марта и в апреле возможна корректировка производственных планов компании, если ситуация с поставками деталей из КНР не наладится.

«Риск сбоя поставок комплектующих растет, особенно если импортуются готовые изделия или их узлы. Впрочем, у российского производителя, как правило, есть определен-

РОСТ ЦЕН НА НОВЫЕ ЛЕГКОВЫЕ АВТО В РОССИИ (% ПО СРАВНЕНИЮ С СЕНТЯБРЕМ 2014 ГОДА) ИСТОЧНИК: «АВТОСТАТ».



ный запас импортных компонентов плюс определенный объем деталей в транзите и у поставщиков», — говорит Евгений Горелик, управляющий директор НПФ «Италма» (один из ведущих российских производителей автокомпонентов).

«Опыт прошлых чрезвычайных ситуаций в глобальной экономике показал, что запас комплектующих на российских автомобильных заводах находится на уровне не менее месяца, а у поставщиков — до двух месяцев», — соглашается Павел Грибов, доцент кафедры экономической безопасности Института права и национальной безопасности РАНХиГС. — Таким образом, зона риска наступает в апреле-мае. Однако, учитывая динамику борьбы с коронавирусом в Китае, к этому периоду поставки могут возобновиться в достаточном объеме, хотя сейчас угроза перебоев поставок уже возникает с европейских заводов».

Новые падения

Новые проблемы способны еще больше затормозить российский авторыннок, который в последние годы и без того был нестабильным: после обвала рубля в 2014 году и последующего сжатия спроса почти в два раз в

2017-м продажи новых машин в России вроде бы опять поехали вверх, увеличившись на 12% и 13% в 2017-м и 2018-м. Однако в 2019 году продажи снова покатились вниз, сократившись на 2,3%, до 1,76 млн машин (см. график 2). В начале текущего года Комитет автопроизводителей АЕБ прогнозировал дальнейшее снижение российского авторыннка на 2%, однако падение курса национальной валюты может привести к более значимому падению — на 10–15%, до 1,65 млн машин.

Существуют и более пессимистичные прогнозы — например, аналитики «Автостата» предсказывают, что при падении стоимости нефти до \$30 за баррель российский авторыннок может рухнуть более чем на 30%, до 1,08 млн машин, то есть до начала 1990-х годов. «Сейчас ситуация на рынке можно сравнить с осенью 2014 года», — считает Денис Петрунин. — Тогда ажиотажный спрос на автомобили на фоне ожидающегося роста цен продержался полгода, к февралю 2015-го спрос был удовлетворен, в 2015–2016 годах рынок сокращался и только в 2017 году продемонстрировал рост. Сейчас возможен похожий сценарий, но ажиотаж будет меньше, поскольку закредитованность насе-

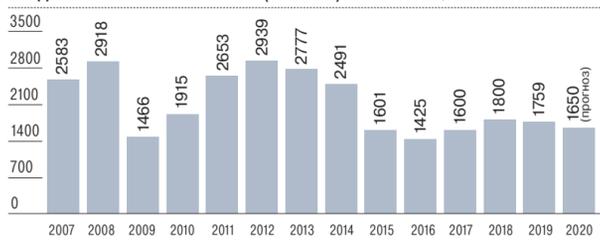
ления выше, свободных денег у людей меньше. Так что после краткосрочного всплеска покупательской активности и удовлетворения спроса на рынке возможно затихие и сокращение авторыннка в 2020 году на 12–15%. При этом, вероятно, спрос частично сместится с новых автомобилей на автомобили с пробегом, которые так же вырастут в цене вслед за новыми».

Впрочем, все мировые рынки сейчас едут вниз: по данным международной консалтинговой компании ILM Automotive, мировой авторыннок по итогам февраля упал почти на 20%, до 5,077 млн легковых и легких коммерческих автомобилей. При этом на крупнейшем мировом авторыннке Китая, на который эпидемия обрушилась в конце января, спрос на автомобили был практически парализован: спрос по итогам февраля здесь упал на 80,4%. Не исключено, что Европа и Россия могут ждать похожая удручающая статистика падения продаж из-за усиления антивирусного карантина и стремления населения не выходить из дома.

«Скорее всего, основные игроки авторыннка будут ожидать уровня стабилизации курса рубля и сравнивать с заложенными в бизнес-планы параметрами, а далее уже принимать решения», — отмечает Алексей Токарев, президент и председатель правления РТС-банка. — Хотя вполне возможен сценарий ближайшего времени — это резкое падение спроса по причине простого отсутствия желания посещения автодилеров. Это хорошо видно по динамике продаж в других странах, где реализуется сценарий массового карантина и ограничения на передвижения населения. Очевидно, что покупка автомобиля в такой ситуации уходит на дальний план в приоритетах людей».

Владимир Арапов

ПРОДАЖИ НОВЫХ АВТО В РОССИИ (ТЫС. ШТ.) ИСТОЧНИКИ: АЕБ, «АВТОСТАТ».



авто | коммерческий транспорт

Китайские машины решились на обгон

Китайские автомобильные бренды растут быстрее всех на российском автомобильном рынке. Несмотря на общее падение покупательского спроса, они демонстрируют порой кратное увеличение продаж.

— тенденции —

На фоне затухающего спроса на новые авто в России китайские автомобильные бренды выглядят не хуже бойцов Шаолина из остросоветных 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 прироста 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, автомобиль как объект 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 «Итэма» (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-



казывают 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%».

Производственный подход

Сегодня лидерами на российском рынке среди китайских автопроизводителей являются такие марки, как Haval (12,2 тыс. проданных авто в 2019 году), Geely (9,6 тыс.), Chery (6,5 тыс.), Lifan (3,9 тыс.), Changan (2,8 тыс.). Впрочем, не все китайцы показывают сейчас прирост продаж. Например, Lifan долгие годы был лидером среди китайских компаний в России — скажем, в 2013 году ему удалось реализовать рекордные 27,4 тыс. машин, сейчас же продажи этой марки в России, как и в других странах, рухнули из-за глобальных проблем компании. В отрицательной зоне продаж сейчас находится и китайская марка Zotye.

Успех нынешнего лидера Haval прежде всего связан с реализацией в России собственной производственной программы. Как известно, марка эта принадлежит китайскому автопроизводителю Great Wall, который не оставлял попыток от-

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-

мира Путина и председателя КНР Си Цзиньпина было подписано соглашение о строительстве завода Great Wall в Тульской области, которое началось в июне прошлого года. А недавно китайская компания объявила, что там же построит свой завод двигателей.

Другие китайские автопроизводители в вопросах налаживания своей производства пока занимают выжидательную позицию: Geely предпочитает поставлять в Россию автомобили, созданные на совместном заводе в Белоруссии, FAW собирает часть своих кроссоверов на «Автоторе» в Калининграде, Changan пробовал совместно выпускать свои машины под Липецком. «Попытки запустить свое производство уже были у таких компаний, как Geely, Chery, Lifan, и некоторых других марок. Бесспорно, местное производство позволяет цене автомобилей меньше зависеть от курса валюты, но локализация производства — это до-

госрочное 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

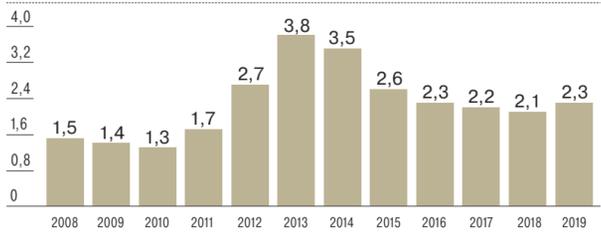
Китайским автомобильным компаниям предстоит также преодолеть большой путь, чтобы завоевать доверие российских потребителей.

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».

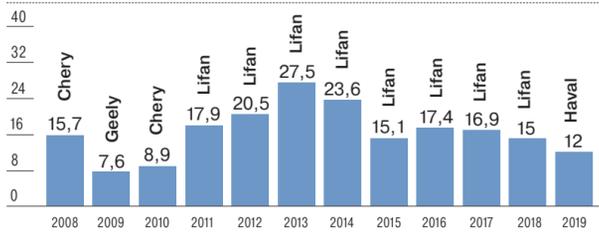
«Китайские автопроизводители сейчас повторяют путь корейских и японских: от успешек к признанию», — соглашается Виталий Манкевич, президент Русско-азиатского союза промышленников и предпринимателей. — Корейские бренды в конце 2000-х завоевали популярность на российском рынке благодаря значительным расходам на рекламу, сейчас Great Wall учитывает этот опыт. Среди российских потребителей, к сожалению, все еще остается недоверие к китайскому автопрому, однако здесь следует подожать, 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

ДОЛЯ КИТАЙСКИХ МАРК В ОБЩИХ ПРОДАЖАХ НА РОССИЙСКОМ АВТОРЫНКЕ (%) ИСТОЧНИК: «АВТОСТАТ».



ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ СРЕДИ КИТАЙСКИХ МАРК НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В РАЗНЫЕ ГОДЫ (ТЫС. ШТ.) ИСТОЧНИК: «АВТОСТАТ».



Электричество пустят по российским дорогам

— технологии —

Нынешний год для российского авторынка пройдет под повышенным электрическим напряжением: в официальной 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. Особенности конструкции машины — эффективная система охлаждения, благодаря которой двигатели и аккумуляторы авто не боятся перегрева и способны «выдерживать» подряд несколько раз. Вместимость батарей 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 EQ. Эта модель — первенец электрической линейки немецкого бренда, она была представлена в Европе еще в конце 2018 года. Как известно, аббревиатура 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 EQ действительно оснащается различными «умными» системами — например, саморегулирующаяся жидкостная система охлаждения отвечает за оптимальный температурный баланс батарей 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 EQ 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-

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 спланировать 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

покупателей премиальных электрокаров это не единственная машина».

По сообщению пресс-службы Евразийской экономической комиссии, уже в апреле текущего года в России будет отменена таможенная пошлина на ввоз электромобилей, так что заявленные ранее цены на электрические новинки могут оказаться ниже. «Такие машины могут быть востребованы ввиду желания автовладельца выделиться, показать окружающим его особый взгляд на мир и желание заботиться об окружающей среде. Также сегодня электромобили могут парковаться бесплатно на платных парковках Москвы», — говорит Екатерина Григорьева, специалист консалтинговой компании SRG. «Jaguar в ушедшем году доказал, что в России есть спрос на премиальные электромобили, выход на рынок других известных производителей привлечет дополнительную аудиторию обеспеченных россиян», — соглашается Дмитрий Головин. — Не думаю, что это сразу напрямую повлияет на продажи массовых электромобилей, но однозначно поможет преодолеть психологический барьер. Ведь если успешный человек с удовольствием покупает электромобиль, значит, оно того стоит? А уже в следующем году предположительно на российский авторынок могут выйти несколько моделей электромобилей, цены которых будут лишь несколько выше других схожих бензиновых моделей. На фоне популяризации электрокаров по отношению к ним уже не будет предрейтинга».

Алексей Грамматчиков



Sprinter Tourist. Войдите в зону комфорта

Оказавшись в салоне Sprinter Tourist, Вы захотите остаться как можно дольше, ведь это зона настоящего комфорта. Автомобиль полностью готов к путешествиям любой длительности. Ваши пассажиры смогут удобно расположиться в креслах повышенной комфортности, зарядить свой телефон за собственным столиком, а мягкая подсветка и премиальная обивка салона сделают поездку приятной во всех отношениях.

от 4 300 000 ₽*

* Указана рекомендованная розничная цена с НДС на автомобиль Sprinter Tourist в базовой комплектации, актуальная на 01.04.2020. На иллюстрации могут быть изображены принадлежности и элементы дополнительной комплектации, не входящие в базовый объем поставки указанной модели автомобиля. Для получения актуальной информации обращайтесь к официальным дилерам Mercedes-Benz или по телефону 8-800-200-02-06. Предоставленная информация и изображения носят информационно-справочный характер и не являются офертой или публичной офертой.

Mercedes-Benz

