

# авто | коммерческий транспорт

# Маленькое препятствие с большими перспективами

Ограничения в связи с пандемией коронавируса повлияли не только на продажу и производство автомобилей, но и на связанные с этим отрасли. Поставщики автомобильных масел тоже столкнулись с серьезным кризисом, но это не изменило основные тренды в отрасли.

— аналитика —

В апреле и мае многие офисы и производства были закрыты, остановилась разработка новых продуктов. Сложности возникли и с продажами масел: во многих регионах запретили продажу запчастей и работу автосервисов. Но работу могли продолжать организации, обслуживающие технику, необходимую для обеспечения функционирования государственных и городских органов, и автомобили экстренных служб. И под эти условия подходили многие автосервисы. Однако в дни, объявленные нерабочими, с 28 марта по 11 мая (а в Москве — до 8 июня), интенсивность движения заметно снизилась, и это уменьшило потребность в топливе и, хотя в меньшей степени, в смазочных материалах. Поэтому приостановка производства масел была не только следствием указаниям правительства, но и рациональным шагом, чтобы не работать «на склад». Кроме того, таким образом сформировался определенный отложенный спрос.

## Цена безопасности

В Total Vostok уже в марте сотрудники офисов были переведены на удаленную работу, но продолжали поддерживать контакты с контрагентами. В региональных представительствах и центральном офисе были созданы антикризисные рабочие группы, которые делали все возможное, чтобы поддерживать логистику в условиях ограничений. Однако в апреле пришлось все-таки остановить завод в Калужской области.

«Наши производства также приостанавливали свою работу на некоторое время, из-за чего мы были вынуждены перенести часть планов, составляющих стратегию компании на 2020 год», — рассказала Анастасия Макаркина, руководитель отдела маркетинга компании Total Vostok.

Компания сразу же начала готовить свои мощности к постепенному возвращению в прежний режим с соблюдением всех необходимых мер безопасности. Благодаря своевременной подготовке компании удалось избежать колоссальных потерь. Завод был вновь запущен в начале июля, благодаря этому созданы все условия для достижения заявленной мощности — 40 тыс. тонн автомобильных и промышленных смазочных материалов к концу 2020 года.

В сложной ситуации оказались и другие производители и поставщики масел. Тут могла помочь широкая

линейка продукции. «В сегменте индустриальных масел, потребителями которых являются промышленные предприятия в горнодобывающей отрасли, металлургии и ряде других отраслей, несмотря на общее снижение деловой активности, сохранился устойчивый спрос в течение всей первой половины 2020 года», — комментирует Кирилл Верета, генеральный директор ООО «ЛУК-Интернешнл» (дочерняя компания ЛУКОЙЛа). А в розничной продаже поддерживать социальную дистанцию помогали новые методы торговли — у ЛУК объемы продаж автомобильных масел через интернет выросли на 20%.

Тимур Хакимов, бизнес-аналитик компании Motul, отмечает, что введения ограничений в компании ожидали уже в феврале, поэтому к ним готовились: «Заблаговременное производство, насыщение цепочек поставок обеспечили наличие достаточного количества продукции как в международных распределительных центрах, так и в России». Однако спрос все-таки упал. Если оптовые продажи сохранились благодаря тому, что грузовые перевозки продолжались, то падение розничных продаж было довольно заметным. «Снижение продаж во втором квартале было одним из самых масштабных за последние 20 лет. Ограничения передвижения для частных водителей привели к вынужденным простоям большинства связанных с автоиндустрией предприятий. Возросшие онлайн-продажи не смогли компенсировать падение офлайн-канала на фоне ограничения работы автосервисов. Несмотря на рост продаж в третьем квартале, подпитываемый отложенным спросом, до сих пор розничные продажи не вышли на уровень 2019 года», — рассуждает господин Хакимов.

Total и ЛУКОЙЛ имеют еще один канал сбыта — первичную заливку моторных масел на конвейерах по производству автомобилей на заводах в России и за рубежом. «В рамках многочисленных партнерств с автомобильными брендами масла Total используются для первичной заливки многими автопроизводителями: Kia, Hyundai Trucks, КАМАЗом, Navai, Ford Trucks, Iveco», — напоминает Анастасия Макаркина. Правда, производство приостанавливали и автомобильные заводы, но наличие таких клиентов помогает преодолеть последствия кризиса. Хотя масла для первичной заливки производятся в меньших масштабах, чем сервисные, которые ис-



пользуют при обслуживании автомобилей и поставляются розницу.

## Качественный рост

Проблемы из-за пандемии носят временный характер, и если не будет второй волны коронавируса, могут быть преодолены уже в недалеком будущем. В отрасли есть более долгоиграющие тенденции.

По данным агентства Russian Automotive Marketing Research (RAMR), в 2019 году без учета первичной заливки в России было продано 891,7 млн л моторных масел. Это меньше, чем в 2018-м, когда объем потребления составил 902 млн л. В связи с этим RAMR снизил прогноз рынка в пятилетней перспективе: если на 2023 год предполагался рост на 8%, до 976,1 млн л, то на 2024-й — 955,2 млн л, на 7,1%.

Больше всего моторных масел потребляют легковые автомобили — 377,4 млн л, и потребление за пять лет вырастет до 400,4 л, на 6,1%. Такой же рост предполагался и в прошлом году. Легкие коммерческие автомобили (фургоны, грузовики и автобусы полной массой до 3,5 тонны) обеспечили покупку 157,4 млн л, и объем в этом секторе должен вырасти на 7%. В предыдущем прогнозе прирост ожидался больше — на 9,6%. Масел для грузовых было куплено 330,6 млн л, и предполагается, что в 2024 году этот показатель возрастет до 356,8 млн л — на 7,9%. Годом ранее прирост ожидался на 9,6%. Еще один потребитель — автобусы. Их доля на рынке невелика: на смену масла в их двигателях надо 26,3 млн л в год. Но темпы прироста самые большие — на 12,1%, и этот прогноз больше предыдущего

(11%). Интересно, что потребление масла автобусами, по данным 2019 года, выросло относительно 2018-го, как и легкими коммерческими, а грузовики и легковые автомобили, наоборот, сократили потребление.

Конечно, прогнозы будут меняться при изменении ситуации на рынке. Но в целом можно сказать, что значительного роста продаж моторных масел ожидать не стоит: прибавка менее чем на 10% за пять лет — это практически стабильность.

Рынок масел постепенно меняется качественно. Старые автомобили, которые рассчитаны на недорогие минеральные масла, естественным образом уходят из парка, и их замещают современные модели, которые требуют масел с высокими характеристиками. По результатам исследований агентства «Автостат» в 2017 и 2019 годах изменение структуры парка привело к тому, что среди эксплуатируемых легковых иномарок доля двигателей, требующих масел класса SM и SN, выросла с 26,9% до 28,3%, доля аналогичных двигателей на машинах российских производителей увеличилась еще больше — с 22% до 28%. Выросла также доля автомобилей, для которых рекомендовано использование только синтетических масел: до 90% среди иномарок и до 55% среди российских автомобилей. Таким образом, в будущем ожидается устойчивый рост спроса на более современные высокотехнологичные и более дорогие масла.

Это отлично понимают и поставщики масел. «На фоне нарастающего с каждым годом заботы об экологии и окружающей среде большинство производителей моторных масел и смазочных материалов сейчас

делают основной упор на экологичность своих продуктов. От современного моторного масла требуется не только защищать все узлы двигателя от износа, отводить лишнее тепло от агрегата и удалять загрязнения — оно должно быть максимально энергоэффективным», — говорит Анастасия Макаркина.

«ЛУК-Интернешнл» также заметила сокращение спроса на минеральные масла и постепенно замещает их полусинтетическими и синтетическими. «Еще одним драйвером перемены на рынке смазочных материалов являются внедряемые экологически чистые технологии в двигателях. Развитие этих технологий способствует созданию высоко-технологичных маловязких масел, снижающих нагрузку на двигатель. Уже сейчас наблюдается потребность в маслах с вязкостью 0W-20, 0W-16 и ниже — первые два уже сейчас доступны в нашей линейке LUKOIL Genesis», — отмечает Кирилл Верета.

Ужесточаются требования и к маслам для коммерческой техники — с тем отличием, что на грузовиках и автобусах используются преимущественно дизели, а не бензиновые двигатели и работать им приходится более интенсивно. «В тяжелых условиях эксплуатации — грузоперевозки, сельскохозяйственная и горнодобывающая техника — важно обеспечить надежную и бесперебойную работу двигателя, поэтому наблюдается спрос на специализированные смазочные материалы», — напоминает госпожа Макаркина.

## Не мотором единым

Производители масел обычно не ограничиваются только моторными

— в автомобилях и другой технике еще немало узлов и агрегатов, которые нуждаются в смазке и других рабочих жидкостях. И здесь также есть пространство для развития. Отчетливый тренд на российском рынке — увеличение числа автомобилей с автоматическими трансмиссиями. Доля легковых машин с различными видами АКП (традиционной гидромеханической, вариатором или роботизированных с одним или двумя сцеплениями) устойчиво растет и в первом квартале 2020-го превысила 62%.

Вот как это комментирует представитель Motul: «Рынок обслуживания автоматических трансмиссий — самый динамичный на сегодняшний день. Уже более пяти лет мы ощущаем уверенный рост этого сегмента». Motul поставляет своим дилерам специальное оборудование для замены ATF (Automatic Transmission Fluid) и обучает работе с ним.

А вот «ЛУК-Интернешнл» пока не считает это направление важным. «Рассматривая спрос на ATF ЛУКОЙЛа за последние несколько лет, мы не зафиксировали существенных изменений. Соотношение объемов продуктов для механической и автоматической трансмиссии находится в пределах ежегодной погрешности. На рынке масел для грузового транспорта ситуация складывается следующим образом: российский парк автомобилей имеет средний возраст более 20 лет, следовательно, доля механической трансмиссии остается все еще высокой, что также оказывает влияние на стабильность объемов внутри продуктового портфеля трансмиссионных масел», — говорит господин Верета.

Что касается перспектив распространения электромобилей и падения спроса на моторные масла, поставщики не очень этим обеспокоены. Доля таких машин на рынке незначительна (по данным «Автостата», в России зарегистрировано около 6,3 тыс. электромобилей, это 0,014% общего парка), и существенных изменений можно ожидать примерно через 20 лет. Но и тогда электромобили будут нуждаться в нефтепродуктах. «Им требуются специальные смазочные материалы, характеристики которых отличаются от тех, что используются в автомобилях с двигателем внутреннего сгорания. Для поставщиков ГСМ это своеобразный вызов: нужно следовать текущим трендам. Концерн Total давно работает в сторону будущего и инноваций. Основная линейка смазочных материалов EV Fluid учитывает потребности нового типа двигателей в охлаждении и смазке различных компонентов и обеспечивает их бесперебойную работу на высоких мощностях», — замечает руководитель отдела маркетинга Total Vostok Анастасия Макаркина.

**Валерий Чусов**

# Остановка по требованиям безопасности

— аналитика —

Обновленные программы запустили 1 июня, и они позволяют сэкономить 10% стоимости автомобиля, а в Дальневосточном федеральном округе даже 25%. Специальные условия предлагаются тем, кто покупает первый автомобиль, семьям с детьми, а также работникам здравоохранения. По сравнению с программами прошлых лет увеличен порог стоимости машины — до 1,5 млн руб. Медработникам, правда, сумму ограничили миллионом.

Выделенной суммы должно хватить примерно на 100–150 тыс. автомобилей — ориентировочно от 7% до 10% от общего объема продаж в текущем году. Если считать, что без льготных программ будущие автовладельцы не купили бы новый автомобиль в нынешнем году, прибавка очень значительная. В 2019-м 3 млрд руб. хватило, чтобы помочь приобрести 30,9 тыс. автомобилей.

## Пошли на поправку

В июле у дилеров и производителей был почти праздник: продажи выросли почти на 7%. В этом сыграли роль и программы кредитования, и, конечно, отложенный спрос — многие из тех, кто не сумел купить автомобиль весной, реализовали свое намерение летом. Дело дошло до дефицита некоторых моделей. Так, не хватало универсалов Lada Largus, месяц и более надо ждать недавно обновленный кроссовер Hyundai Creta. Эти модели как раз попадали в лимиты по стоимости для льготных программ кредитования. Однако дефицит был замечен не только в массовом сегменте, но и в премиальном, и зачастую покупате-

| Продажи легковых автомобилей в 2020 году по сравнению с 2019 годом* |        |       |     |               |        |     |
|---------------------------------------------------------------------|--------|-------|-----|---------------|--------|-----|
| Бренд                                                               | Август |       |     | Январь—август |        |     |
|                                                                     | 2020   | 2019  | %   | 2020          | 2019   | %   |
| Lada                                                                | 28621  | 30012 | -5  | 192397        | 233684 | -18 |
| Kia                                                                 | 19818  | 18531 | 7   | 119075        | 148947 | -20 |
| Hyundai                                                             | 17462  | 14062 | 24  | 95633         | 115937 | -18 |
| VW                                                                  | 11400  | 8527  | 34  | 60196         | 66626  | -10 |
| Renault                                                             | 10906  | 12957 | -16 | 74047         | 89153  | -17 |
| Skoda                                                               | 9001   | 7007  | 28  | 55547         | 54142  | 3   |
| Toyota                                                              | 7132   | 9122  | -22 | 57675         | 64991  | -11 |
| GAZ (ком.)                                                          | 3856   | 5293  | -27 | 27296         | 36392  | -25 |
| Nissan                                                              | 3852   | 5938  | -35 | 34912         | 41257  | -15 |
| YAZ                                                                 | 2910   | 3221  | -10 | 17813         | 22776  | -22 |
| Mitsubishi                                                          | 2624   | 3095  | -15 | 16524         | 25066  | -34 |
| Mazda                                                               | 2098   | 2812  | -25 | 16441         | 18841  | -13 |
| Lexus                                                               | 1929   | 2173  | -11 | 12889         | 13335  | -3  |
| Haval                                                               | 1730   | 1177  | 47  | 10225         | 5849   | 75  |
| Geely                                                               | 1726   | 716   | 141 | 7563          | 5538   | 37  |
| Datsun                                                              | 1303   | 1863  | -30 | 10580         | 14523  | -27 |
| Audi                                                                | 1248   | 1335  | -7  | 8686          | 9931   | -13 |
| Chery                                                               | 1124   | 443   | 154 | 4875          | 3642   | 34  |
| Ford (ком.)                                                         | 1112   | 1237  | -10 | 7247          | 7267   | 0   |
| Changan                                                             | 901    | 273   | 230 | 3788          | 997    | 280 |
| Volvo                                                               | 822    | 507   | 62  | 4112          | 4921   | -16 |
| Porsche                                                             | 780    | 515   | 51  | 3739          | 3622   | 3   |
| Suzuki                                                              | 773    | 589   | 31  | 4607          | 3921   | 17  |
| Subaru                                                              | 604    | 695   | -13 | 3359          | 4606   | -27 |
| VW (ком.)                                                           | 442    | 649   | -32 | 3209          | 4742   | -32 |
| Peugeot                                                             | 437    | 460   | -5  | 2457          | 2900   | -15 |

Источник: АЕБ. \*Ежемесячные данные АЕБ не включают данных о продажах BMW и Mercedes-Benz Rus в связи с решением штаб-квартир BMW Group и Mercedes-Benz AG изменить периодичность публикации данных о продажах с ежемесячной на ежеквартальную.

лям приходилось брать не совсем ту комплектацию, которую они планировали, а более дорогую или, наоборот, подешевле. Возможно, если не этот дефицит, возникший из-за весенних остановок заводов в России и мире, объем продаж в июне был бы больше.

«Рост продаж по некоторым брендам мог бы быть еще выше, если бы не отсутствие запасов автомобилей на складах, связанное с прерывани-

ем производства весной. Можно полагать, что в премиальном сегменте рынка динамика продаж еще лучше. На текущий момент рынок характеризуется низкой прогнозируемостью в связи с непредсказуемым развитием ситуации с курсами валют, потенциальных цен, экономических и финансовых последствий, а также новых возможных ограничений, связанных с пандемией, что может сделать дальнейшую государст-

венную поддержку крайне важной для дилеров и производителей», — прокомментировал результаты июля Томас Штэрцель.

Всплеск продаж, однако, пока оказался именно всплеском, а не подъемом. В августе суммарные продажи вернулись на уровень 2019 года. Хотя, судя по тому, что у многих марок и в этом месяце был заметный прирост, спрос пока не совсем удовлетворен. Например, продажи

Volkswagen в этом месяце увеличились на 34%, а Hyundai — на 24%. И даже дефицит некоторых моделей сохраняется. Так, управляющий директор «Хендэ Мотор СНГ» Алексей Калицев отметил, что в спрос на все модели корейского бренда превышает предложение. Он считает, что спрос будет удовлетворен только к концу года.

Между тем ожидания роста цен стали воплощаться в реальность, цены начали подниматься. По оценке Росстата, с начала января до начала сентября средние цены на автомобили иностранных брендов выросли почти на 5,7%. С началом осени процесс пошел быстрее: по сообщению агентства «Автостат», 22 из представленных в России 49 марок изменили прайс-листы — конечно, в сторону повышения. Единственная модель, которая подешевела, — китайский кроссовер Foton Sauvapa, цена на который снижена на 200 тыс. руб.

## Группа здоровья

За восемь месяцев 2020-го успехом можно считать положительную динамику продаж по сравнению с тем же периодом прошлого года, но этим могут похвастать лишь некоторые производители. По данным АЕБ, в их числе китайские Changan (28%) и FAW (101%), у которых рост связан с эффектом низкой базы — в прошлом году они продали менее чем по тысяче автомобилей. Кто же еще в плюсе?

Заметно прибавил китайский Navai: его продажи в 2020-м превысили 10 тыс. автомобилей — на 75% больше, чем в 2019-м. Компания открыла в прошлом году завод в Тульской области, и это позволяет несколько экономить на издержках.

Хороший результат показали уже хорошо известные в России Geely (+37%) и Chery (+34%). Хорошо идут дела у Suzuki: продажи выросли на 17%. Неплохой спрос на Skoda в августе (9001 автомобиль, на 28% больше, чем в августе прошлого года) обеспечил ей прирост по итогам восьми месяцев — плюс 3%. Это самая успешная марка в текущем году в первой десятке — Lada, Kia, Hyundai, Renault и Volkswagen хотя и продали в 2020-м больше автомобилей, чем чешский бренд, пока не достигли своих же уровней прошлого года, и отстают на 10–20%.

## Выписной эпикриз

Несмотря на то что спрос летом вырос, даже при его дальнейшем восстановлении — что маловероятно из-за снижения доходов населения — итогом года будет спад по сравнению с 2019-м. Прогноз АЕБ — 1339 тыс. новых автомобилей, что ниже уровня прошлого года на 23,9%.

Обновлять автомобили не перестанут, но значительная часть потенциальных покупателей новых машин перемещается на рынок подержанных автомобилей. Объем продаж на рынке секонд-хенда, по данным «Автостата», вырос по сравнению с прошлым годом на 10,5% и достиг 554,6 тыс. экземпляров. Правда, и продажи автомобилей с пробегом понесли потери из-за пандемии — ими ведь тоже было довольно сложно торговать в апреле и мае. Поэтому по итогам восьми месяцев 2020 года общий объем продаж автомобилей с пробегом сократился на 5,8%. При этом цены на подержанные автомобили не снижаются, а растут вслед за прайс-листом на новые модели.

**Валерий Чусов**