

АВТО

№10 Октябрь 2019

КОМПОНЕНТЫ

Автомобильный рынок России –
состояние и прогнозы

«Интеравто» и «Комтранс» –
обзор мероприятий

ТЕМА НОМЕРА:

**АВТОМОБИЛЬНЫЕ АККУМУЛЯТОРЫ
И МОТОРНЫЕ МАСЛА:
ТЕХНОЛОГИИ, БРЕНДЫ, СЕРВИС**

Ищите журнал в App Store и Google Play



www.a-kt.ru



О КОМПАНИИ

Компания АВТО-ЕВРО основана в 1993 году, член GROUPAUTO Россия с 2002 года. Компания специализируется на продаже оригинальных и неоригинальных запчастей для легковых автомобилей иностранного и российского производства, а также предлагает широкий спектр оборудования для СТО. Постоянное складское наличие - более 100 000 артикулов, с возможностью заказа через интернет-портал дополнительно более 10 000 000 артикулов.

НАШИ ТОРГОВЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ

поддерживают продажи на всей территории России. Собственный парк автомобилей позволяет осуществлять оперативную доставку «до двери» по Москве и регионам.

НАШИ КЛИЕНТЫ

- это СТО, оптовые компании, крупные торговые сети, интернет-магазины и розничные магазины автозапчастей.

НАША ЦЕЛЬ

- максимально быстро и качественно удовлетворять потребности клиентов. Выбирая АВТО-ЕВРО в качестве партнера, Вы получаете не только доступ к широчайшему спектру автозапчастей и оборудования, но и гарантийную, логистическую и техническую поддержку. Мы рады предложить Вам комплексные решения для автобизнеса.



SpeedMate

KOREA №1 Aftermarket Brand

SpeedMate - лидер вторичного рынка автозапчастей Кореи. Компания поставляет на мировой рынок эквивалентные заводской комплектации запчасти для автомобилей, выпущенных в Азии, в частности в Японии и Корее.



autoeuro.ru
shop.autoeuro.ru

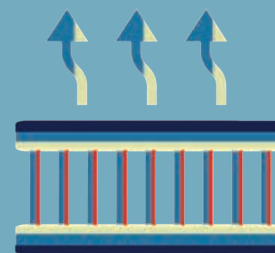
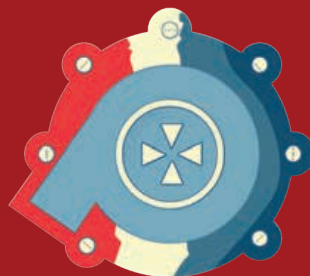
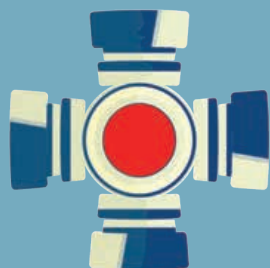
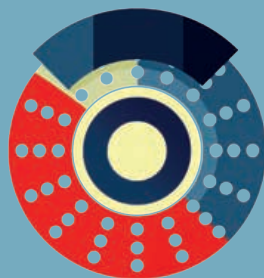
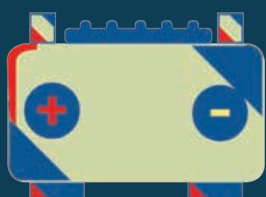
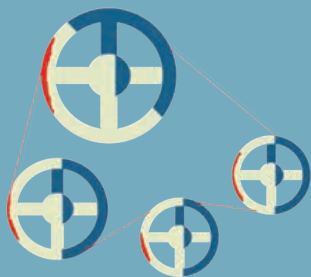


+7 495 937-28-28
+7 800 600-56-42



Авто Евро - эксклюзивный представитель на территории РФ и республики Беларусь

- ДВИГАТЕЛЬ
- ХОДОВАЯ ЧАСТЬ
- ФИЛЬТРЫ
- АККУМУЛЯТОРЫ
- СЦЕПЛЕНИЕ
- ТОРМОЗА
- ЭЛЕКТРООБОРУДОВАНИЕ
- ТОПЛИВНАЯ СИСТЕМА
- СИСТЕМА ОХЛАЖДЕНИЯ
- АКСЕССУАРЫ



YES WE HAVE

30.000 артикулов • 140 товарных линеек • ассортимент для азиатских, американских и европейских автомобилей

НОВЫЙ СКЛАД
ОБЩЕЙ
ПЛОЩАДЬЮ
53.000 КВ.М.



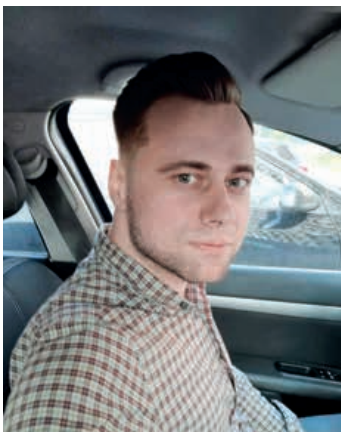
МЫ РАСШИРЯЕМ
ЕВРОПЕЙСКИЙ
АССОРТИМЕНТ

www.japanpartsgroup.com

JAPANPARTS GROUP

Japanparts ashika JapKo

Здравствуй, читатель!



Сегодня российский рынок автокомпонентов испытывает не лучшие времена – продажи стагнируют, растет конкуренция, а клиенты продолжают мигрировать во все более дешевые ценовые сегменты. Тем не менее целый ряд поставщиков продолжают увеличивать обороты за счет введения новых продуктовых линеек, расширения ассортимента и привлечения партнеров в других территориальных локациях. Повышению показателей способствуют и отраслевые выставки, которые еще недавно ряд скептически настроенных экспертов считал неактуальными.

В данном номере журнала мы рассказываем о самых важных трендах всей автомобильной отрасли России и их влиянии на aftermarket; проводим обзор выставок «Интеравто» и «Комтранс», прошедших недавно в Москве, а также публикуем мнения ведущих экспертов отрасли по сложившейся ситуации на рынке.

Главными темами журнала в октябре стали развитие автомобильных стартерных АКБ, особенно актуальных в осеннем сезоне, а также моторные масла, которые большинство автомобилистов меняют как раз перед приходом холодов.

Эволюция аккумуляторных батарей заняла около 200 лет, и сегодня это не просто запчасть, АКБ в современных машинах – без преувеличения основа надежной работы целого комплекса сложных электронных систем, ответ-

ственных за работу двигателя, управление авто, безопасность и комфорт. Поэтому при выборе аккумулятора для современного автомобиля стоит руководствоваться целым рядом параметров. Мы рассказываем о самых актуальных технологиях, представленных на рынке, даем статистику профессионального спроса на АКБ, а также знакомим со списками лучших производителей батарей по версии премии «Мировые автомобильные компоненты» за последние 7 лет.

Выбор масла сегодня еще более непростое занятие – обилие брендов нередко ставит покупателей в тупик. И если в вопросе приобретения батарей автолюбители чаще всего доверяют профессиональным продавцам или мастерам СТО, то масла многие по-прежнему предпочитают покупать самостоятельно. В этом номере мы рассказываем про способы изготовления моторных масел, а также даем подробную статистику профессионального спроса на различные бренды, включая оригинальные.

А вишенкой на торте станет исследование рынка СТО от компании Gruzdev-Analyze, опросившей 1158 профессиональных мастеров и владельцев сервисных станций об их предпочтениях в выборе брендов АКБ и моторных масел, о потребительских предпочтениях клиентов СТО и наличии фальсификата на отечественном рынке.

Выбирайте автокомпоненты и работайте вместе с нами.

С Уважением,
главный редактор журнала
Иван Лапырин.

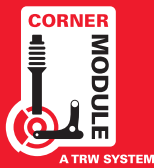


TRW – эффективное торможение.



ТОРМОЗНЫЕ КОЛОДКИ, ОТВЕЧАЮЩИЕ ВЫСОКИМ ТРЕБОВАНИЯМ

Наши колодки соответствуют всем требованиям ECE R90. Они производятся согласно требованиям автопроизводителей, но мы при этом идём дальше. Мы проводим дополнительные испытания тормозных колодок TRW, бренда ZF Aftermarket, с экстремальными нагрузками при их производстве, а также в экстремальных условиях на трассе, чтобы быть уверенными в их надёжности в любой момент торможения.



trwaftermarket.com/ru

TRW – торговая марка ZF Aftermarket. Каждая деталь TRW соответствует высоким стандартам качества и готова к вызовам будущего. Команда экспертов ZF Aftermarket готова оказать вам помощь и поддержку на высоком уровне в любой точке земного шара.

TRW



Главный редактор
Иван Лапырин
lapyrin@a-kt.ru

Редактор
Анастасия Федоткина

Арт-директор
Андрей Стоцкий

Художник
Алексей Шухардин

Корректор
Вероника Матвеева

Аналитический отдел
research@maks-m.com

Над номером работали:
Анастасия Федоткина, Владимир Кузьменко,
Сергей Дьяконов, Александр Шубин, Дмитрий Лазо

Отдел распространения
distrib@maks-m.com

Отдел рекламы
Руководитель – Тамара Поторочина
p.tamara@maks-m.com
Тел.: +7(495) 955-90-80,
E-mail: reklama@maks-m.com

Руководитель проекта
Елена Баракина
f.elena@maks-m.com

Контактная информация:
107996, г. Москва,
ул. Бутлерова, 176, 6 этаж
Тел.: +7(495) 955-90-80
Факс: +7(495) 955-90-80
Редакция - E-mail: red@maks-m.com

Отпечатано в ООО «Юнион Принт»,
603022, г. Нижний Новгород, Окский съезд, 2.
Тираж 45000 экз. Выходит ежемесячно.
Журнал зарегистрирован в Федеральной
службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
Регистрационный номер
ПИ № ФС77-47177 от 03.11.2011
Учредитель И. Г. Баракин

Ответственность за точность опубликованной
информации несут авторы публикаций.
За содержание рекламных материалов редак-
ция ответственности не несет. Перепечатка
материалов, опубликованных в журнале,
допускается только с разрешения ООО «Макс
Медиа Групп». При цитировании ссылка на
журнал «Автокомпоненты» обязательна.

Р Материал на правах рекламы.
Подписано в печать 2.10.2019 г.

Распространяется во всех регионах России,
странах СНГ и Балтии, дальнего зарубежья.
Цена свободная.



Содержание

Стартерные батареи: тренды aftermarket.....	22–26	Обзор выставок «Интеравто» и «Комтранс».....	46–52
Предпочтения сервисменов по брендам масел и АКБ.....	28	Отрасль автокомпонентов сегодня и завтра.....	54–59
Состояние отечественного авторынка.....	30	Моторное масло – технологии производства и рекомендации по замене.....	60
200 лет эволюции автомобильных аккумуляторов.....	36	Статистика предпочтений потребителей моторных масел.....	66
Лучшие бренды АКБ.....	38		
Новые и актуальные технологии производства аккумуляторов.....	40		

КАЖДЫЙ АВТОМОБИЛЬ ДОСТОИН BREMBO

Доверяйте Brembo:

мировому лидеру в разработке и производстве тормозных систем, ОЕ поставщику, предлагающему полный ассортимент запасных частей оригинального качества.

Контактные данные центральных офисов и головных филиалов дистрибьюторов подразделения запасных частей компании Brembo в странах СНГ.

АЗЕРБАЙДЖАН

"ACTIVE GROUP"
AZ1122 Baku
Sharifzadeh str. 196
Тел.: +99412 4376842
office@activegroup.az

BAKU TUNING LLC
Kovkab Safaraliyeva 62
Baku AZ1011
Тел.: +994123100221
info@baketuning.az
baketuning@yahoo.com

АРМЕНИЯ

VIN MOTORS LLC
H. Kochar 145, Yerevan
Тел.: (+37410) 268305
e-mail: info@vin.am

РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ

Форвард Моторс
+375 (17) 511-44-42,
+375 (17) 511-44-41
http://forward-motors.com

**Торговое частное
унитарное предприятие
"ШАТЕ-М ПЛЮС"**
Минский район, пос.
Привольный, ул. Мира, 2А
Тел.: (37517) 501 05 13
e-mail: info@shate-m.com
www.shate-m.by

ARMTEK
Боровлянский сельсовет, 81-4,
р-н д. Дроздово (51 км МКАД)
Тел.: +375 (17) 308 00 00
Моб. тел.: 7600
E-mail: cc@armtek.by
www.armtek.by

Л-АВТО
220018, г. Минск,
ул. Шаранговича, 7.
Тел.: +375 17 201-66-02
e-mail: info@l-auto.by
www.l-auto.by

ООО «СВИАТ»

Минская область,
аг Колодичи,
ул. Минская 56-6
Тел.: +375 (17) 508-14-90
e-mail: info@sviat.by
www.sviat.by

ГРУЗИЯ

**ООО "Грузинская Торговая
Группа"**
г. Тбилиси Аллея Давида
Агмашенебели, 20км
Тел.: +995 322471000
Brembo.Geo@gmail.com
www.brembogeo.webs.com

**Transcaucasian Distribution
Company LTD**
N13, 12 km, D. Agmashenebeli
Alley, Tbilisi
Phone: + (995 32) 224 34 44
e-mail: info@tdctrade.ge
www.tdc.ge

КАЗАХСТАН

**ТОО «Фазтон Ди Си»
«Phaeton DC»**
Республика Казахстан, 050039,
г. Алматы, Турксибский район,
микрорайон Колхозшы, д. 4
Тел.: +7 (727) 356-05-60
www.phaeton.kz

ARMTEK
г. Алматы, Турксибский р-н,
Суюнбая пр-т, 258/4
Тел.: +7 (727) 330 92 52
Моб. тел.: 7600
E-mail: cc@armtek.com.kz
www.armtek.com.kz

РЕСПУБЛИКА МОЛДОВА

SRL NICHIMAS
Chisinau, str. Cernaut 20
Tel: +373 22 550 024
spartac@nichimas.md
www.nichimas.md

РОССИЯ

Автоконтинент
г. Санкт-Петербург, Шушары,
2й Бадаевский
проезд д.3, к.1
Тел.: (812) 324-12-90
ds@autokontinent.ru
www.autokontinent.ru

Авто-Евро
г. Москва, Олимпийский пр-кт
дом 16/1
Тел.: +7 (495) 937-28-28
e-mail: ae@autoeuro.ru
www.autoeuro.ru

ARMTEK
Московская обл., Мытищинский
р-н, МКАД 86-й км, 13А, стр. 1
Тел.: +7 (495) 783-60-90
E-mail: info@armtek.ru
www.armtek.ru

ООО «БЕРГ Холдинг»
г. Москва, ул. 2-я
Мелитопольская, дом 4
Тел.: (495) 788-95-97
e-mail: berg@berg.ru
www.berg.ru

**ООО Компания
«АВТО ФАКТОР ПРО»**
г. Москва, Зеленый пр-т, 3/10
Тел.: +7(495)232-11-90
e-mail: info@automaster.ru
www.automaster.ru

АО "Автопартс"
МО, Одинцово, ул. Говорова
24В, оф. 7
Тел.: +7(495)778 65 86
www.77volvo.ru

Аркона
г. Воронеж, проспект Труда, 48
Тел.: +7(473) 22-04-222
www.arkona36.ru

АВТОРУСЬ

г. Москва, ул. Академика
Калицы, д. 20
Тел.: +7 (495) 276-22-00
e-mail: b2b@autorus.ru
www.autorus.ru
www.voshod-avto.ru

«Москворечье Трейдинг»
г. Москва, ул. Электродная,
д. 2, корп. 12-13-14, под. 15
Тел.: +7 495 380 02 50
info@moskvorechie.ru
www.moskvorechie.ru

ФАВОРИТ
117246, РФ, г. Москва,
Научный проезд, д. 17,
этаж 16, офис 31
Тел.: 8-800-777-85-48
e-mail: info@favorit-parts.ru
www.favorit-parts.ru

Форум-Авто
125413, г. Москва,
Солнечногорский проезд, 4
Тел.: +7 (495) 789-8000
e-mail: info@forum-auto.ru
www.forum-auto.ru

ООО "Профит-Лига"
Ростовская область, Аксайский
район, хут. Ленина ул. 60 лет
СССР, 2В
Тел.: +7 (863) 203 79 20
e-mail: info@pr-lg.ru,
sales-top@pr-lg.ru
www.pr-lg.ru

МИКАДО
РФ, г. Санкт-Петербург,
Васильевский остров,
3 линия, д. 58/4
Тел.: +7 (812) 327-19-19
www.mikado-parts.ru

ООО "ШАТЕ-М ПЛЮС"

МО, г. Подольск,
поселок Сельхозтехника,
Домодедовское ш., д. 22
Тел.: +7 (495) 995-31-37
www.shate-m.ru

ГРУППА ПАРТНЕРОВ "ТИСС"

Московская обл, г. Балашиха,
пр-т Ленина, дом 65, к.4
Тел.: +7 (495) 781-04-04
e-mail: msk@tpm.ru
www.tpm.ru

ROSSKO
Москва, БП Румянцево,
корп. Г, офис 528Г
Тел.: +7 (495) 995-12-00
info.msk@rossko.ru
Новосибирск,
ул. Бетонная, 14А
Тел.: +7 (383) 373-25-14
www.rossko.ru

АвтоСпутник
Воронеж, Ленинский пр-т, 172 Ж,
+7(473)233-21-23
e-mail: customer@auto-sputnik.ru
www.auto-sputnik.ru

ПартКом
г. Нижний Новгород, ул.
Гаражная 9
Тел.: +7 (831) 421-50-41
e-mail: marketing@part-kom.ru
www.part-kom.ru

IXORA
г. Нижний Новгород,
ул. Деловая, д.7
Тел.: +7 (831) 4-290-290
e-mail: wholesale@auto-iksora.ru
www.ixora-auto.ru

КОМПАНИЯ ЮНИКОМ
Московская область,
г. Мытищи,
пер.2-ой Рупасовский,
вл.6, стр.1
Тел.: +7 (495) 380-14-63
E-mail:office@msk.uniqom.ru
г. Владивосток
ул. Днепровская,104
Тел.: +7(423) 279-0-279
vladvostok@msk.uniqom.ru
www.uniqom.ru

Автотрейд

г. Иркутск, ул. Ракитная, 18
Тел.: +7 495 933 99 69
www.autotrade.su

ООО "СМАРТЭК"

Московская область,
г. Одинцово, ул. Западная, 9с10
Тел. 8 (495) 787-93-61
www.smartec.ru
Info@smartec.ru

ТУРКМЕНИСТАН

Economic society "Rahat Yol"
Turkmenistan, 744 000
с. Ashgabat,
Bitarap Turkmenistan street, 594
Тел.: +99365503626
www.rahatyol.com

УЗБЕКИСТАН

**RECORDS TRADING GROUP
LLC**
Uzbekistan, Tashkent, 100070,
Glinka street, 14/1
Тел.: +998712032030
email: info@rtgautoparts.uz

УКРАИНА

Компания "ВЛАДИСЛАВ"
г. Днепр, пр-т Богдана
Хмельницкого, 184
Тел.: +380 56 7900700
e-mail: info@vladislav.ua
www.vladislav.ua

ООО "ЭСО-АВТОТЕХНИКС"
г. Киев, ул. Закровского, 16
Тел.: (+380 44) 536 09 31
info@autotechnics.ua
www.autotechnics.ua

ELIT UA
Pyrohivskiy shliakh str., 135
03026, Kiev, Ukraine
t: +38 (044) 389-44-44
www.elit.ua

Юник Трейд
Украина, г. Киев,
ул. Пироговский шлях, 34
Тел.: +38 (044) 237-71-07
e-mail: ut@utr.ua
www.utr.ua



Сенсорный модуль для беспилотников



Переход к беспилотным автомобилям ставит производителей перед новыми вызовами. Идеальное расположение датчиков является решающим фактором при оценке обстановки вокруг автомобиля. Помимо этого, должно обеспечиваться их бесперебойное функционирование в любых погодных условиях. Поскольку крыша является самой высокой точкой транспортного средства, она оптимально подходит для этого.

На Франкфуртском международном автосалоне (IAA) 2019 состоялась мировая премьера новинки от Webasto, предназначенной для беспилотных транспортных средств. Компания показала накрышный сенсорный модуль (Roof Sensor Module) — это накрышная система с интегрированными датчиками и сопряженными системами отопления и очистки.

Для производства Roof Sensor Module производитель использовал ультрасовременный материал, способный принимать объемную форму. Им стал поликарбонат. Это дало возможность бесшовной интеграции различных компонентов в накрышную систему без ущерба аэродинамике и архитектуре автомобиля. Чтобы обеспечить функциональность сенсоров при любых погодных условиях и загрязнениях, компания предложила умные решения по управлению температурным режимом и различные системы очистки с помощью воды или воздуха. В компании рассказали, что также возможно создание прозрачных и открываемых накрышных систем с интегрированными сенсорами без малейшего ущерба прочности конструкции. В будущем появится возможность дополнить подобную накрышную систему опциональными функциями, например рассеянной подсветкой или регулируемой прозрачностью.

Решения для СТО

Специалисты компании MEYLE предложили решения, которые позволят снизить затраты на ремонт автомобиля и сократить время работы сотрудников. Таким решением стали ремкомплекты MEYLE-KITS.

Ремонт карданных валов — сложная и затратная работа. Одним из высоконагруженных компонентов этого узла является подвесной подшипник. Инженеры компании предложили менее дорогое и эффективное решение — производить замену неисправного подвесного подшипника без замены карданного вала с помощью ремкомплектов MEYLE-ORIGINAL.

Ремкомплект включает в себя подвесной подшипник, стопорное кольцо, резиновый пыльник, крепежные элементы и пластиковую смазку. Тем самым автосервис в одной коробке получает все необходимое для замены подвесного подшипника — такой ремонт проходит быстрее и стоит меньше, чем замена карданного вала в сборе. Расширенный ассортимент сервисных наборов для ремонта карданных валов покрывает уже более 10 млн автомобилей.

Сервисный набор MEYLE-HD создан специально для упрощения работы по ремонту автомобилей BMW. Если у машины неисправен сайлент-блок заднего поперечного рычага, то этот компонент придется заменить полностью. Теперь механики могут выполнять замену этих деталей удобно, быстро и экономично. Для этого произ-

водитель разработал сервисный набор MEYLE-HD, в который входят предварительно обжаты до нужного размера и готовые к установке сайлент-блоки и инструмент для их монтажа.

Для ускорения работы по замене ступичного подшипника, был выпущен ремкомплект MEYLE. В этом сервисном наборе находится готовая к установке ступица с уже запрессованным подшипником. Все детали в комплекте подогнаны друг к другу с соблюдением допусков.

Также при помощи технологий MEYLE специалисты могут проводить сервисное обслуживание автоматических коробок для

обширного спектра автомобилей самых популярных брендов.

В сервисных наборах MEYLE-ORIGINAL для замены масла в АКПП предусмотрены фильтры, уплотнения, винты, заливочные или сливные болты, магниты и необходимый объем трансмиссионного масла.

Компания регулярно расширяет ассортимент этой продукции. Последним пополнением стал комплект для замены масла для 7-ступенчатых автоматических коробок передач Mercedes 7G-Tronic и 7G-Tronic Plus. Отличием этого сервисного набора стали многослойные гидравлические фильтры Combi-Media и Smart-Media-Triple.



БОЛЬШЕ ЧЕМ ПОСТАВЩИК РЕМНЕЙ

В мировой автомобильной промышленности Gates славится как бренд высококачественных компонентов для систем ременного привода. Именно поэтому практически все мировые автопроизводители выбирают Gates в качестве поставщика оригинальных запчастей. Но известно ли вам, что мы предлагаем широкий спектр других автомобильных запчастей столь же высокого качества? Шланги, водяные насосы и термостаты от Gates произведены в соответствии с техническими характеристиками поставщиков оригинальных запчастей для конкретной сферы применения. Благодаря этому вам больше не нужно тратить время, силы и деньги на заказ деталей у дистрибьютора оригинальных запчастей.

МНОЖЕСТВО ПРИЧИН ВЫБИРАТЬ GATES®

WWW.GATES.COM



DRIVEN BY POSSIBILITY™

Система для повышения комфорта



Компания Pierburg представила систему для автоматического открывания и закрывания боковых дверей автомобиля. Серийное производство нового устройства запланировано на 2022 год.

Как рассказали в компании, эта система должна повысить комфорт и сделать эксплуатацию машины более безопасной. Предусмотрена функция контроля усилия при закрывании дверей, что исключает травмирование людей. Кроме того, инженеры интегрируют привод боковых дверей в систему безопасности автомобиля.

Разработчики также побеспокоились о пешеходах, которые часто становятся жертвами не вовремя открывшейся двери автомобиля. Чтобы избежать подобных инцидентов, было решено подключить привод к датчикам наблюдения за внешней средой.

Компактный диагностический сканер

Компания Bosch представила на российском рынке новый сканер, который разработан для легкого использования в автосервисах или при выездной диагностике.

Bosch KTS 250 подходит для диагностических постов в небольших мастерских, для использования на постах приемки автомобилей или в качестве дополнительного инструмента в крупных центрах.

Инженеры компании разработали интуитивно понятный интерфейс для пользователей всех уровней подготовки. Основанный на ОС Android интерфейс оказывает максимально возможную поддержку и помощь оператору. Девайс оснащен программным обеспечением Bosch ES[tronic] и позволяет проводить диагностику электронных систем автомобилей, не тратя значительных средств на оборудование. На данный момент программное обеспечение прибора охватывает около 150 марок автомобилей, как у системных сканеров компании более высокого уровня.

Идентификация марки и модели автомобиля может выполняться автоматически с помощью VIN-кода. Сканер имеет семидюймовый сенсорный экран с разрешением дисплея 1024 x 600 пикселей.

Доступны различные OBD-адаптеры для старых автомобилей со специальными диагностическими разъемами. С помощью подключения к сети результаты диагностики можно вывести на принтер.



Фирменный интернет-магазин

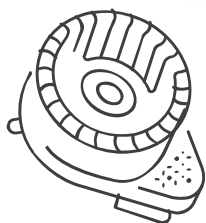
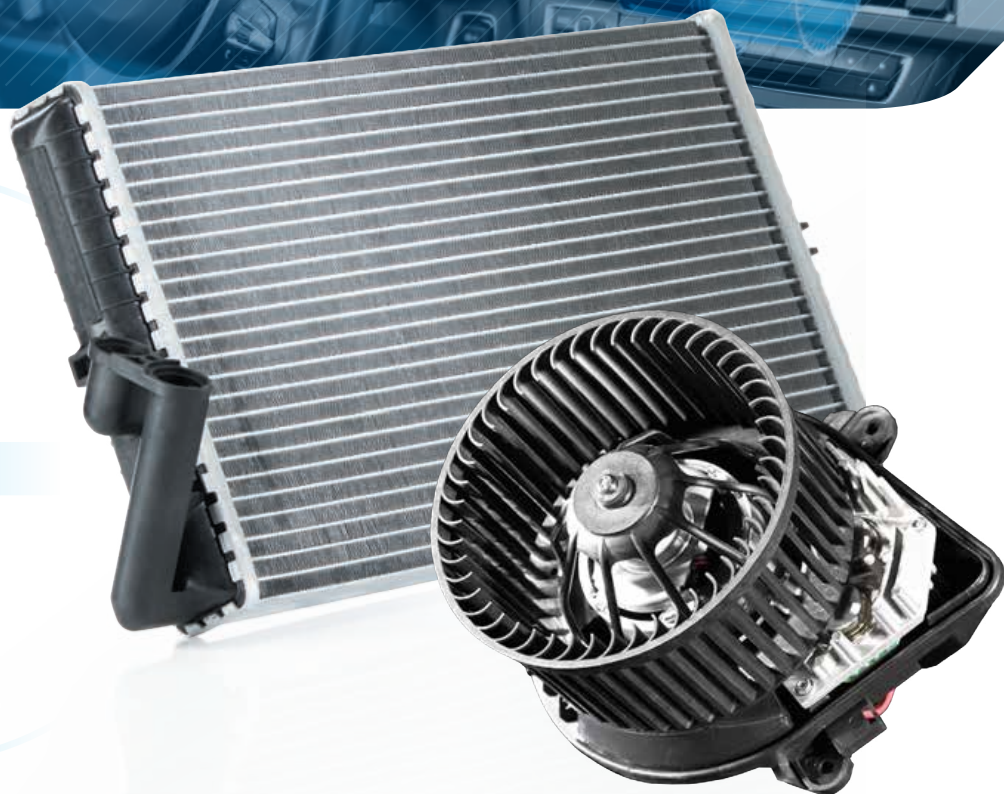


Компания Osram открыла фирменный интернет-магазин Osramonline.ru. Клиентам будут доступны автомобильные лампы немецких брендов – премиального OSRAM и бюджетного NEOLUX. Заказы доставляются курьерской службой в любую точку России, в планах – расширение зоны доставки в страны СНГ.

Ассортимент будет постоянно пополняться, отвечая потребностям автовладельцев, небольших торговых точек и автосервисов. Помимо новинок и популярных моделей автомобильных ламп и аксессуаров также будет возможность оставить заявку на лампы, которые вообще не поставляются в Россию, – их покупателю доставят прямо из Европы.

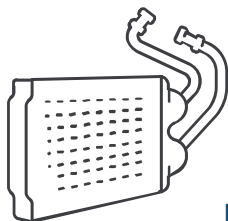
На сайте будут доступны дефицитные продукты, например светодиодные блок-фары на VW Golf 7 или Ford Focus 3.

Высокое качество и отличная производительность
от Nissens Automotive



ВЕНТИЛЯТОРЫ САЛОНА

СООТВЕТСТВИЕ ОРИГИНАЛЬНОМУ КАЧЕСТВУ
ДОЛГОВЕЧНЫЕ ГРАФИТОВЫЕ ЩЁТКИ
НАЛИЧИЕ ЗАЩИТЫ ОТ ПЕРЕНАПРЯЖЕНИЯ
ПЕРВОКЛАССНЫЙ ПЛАСТИК



РАДИАТОРЫ ОТОПИТЕЛЯ

СООТВЕТСТВИЕ ОРИГИНАЛЬНОМУ КАЧЕСТВУ
ВНУТРИ ТРУБОК УСТАНОВЛИВАЮТСЯ ЗАВИХРИТЕЛИ
ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА ПРОКЛАДКИ ИЗ РЕЗИНЫ EPDM НЕ
ПОДВЕРЖЕНЫ РАЗРЫВУ И УСАДКЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ПОРОЛОН ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ
ВОЗДУШНОГО ПОТОКА

ENGINE COOLING
CLIMATE CONTROL
EFFICIENCY & EMISSIONS



Nissens
Training
Concept



ISO 9001
IATF 16949
ISO 14001



Nissens[®]
DELIVERING THE DIFFERENCE

Сезонное расширение ассортимента



Компания TRIALLI провела сезонное расширение ассортимента группы тормозных дисков. При создании деталей используются особый чугун с высоким содержанием углерода и высокоточная обработка, при постоянном контроле качества производства. Это позволяет обеспечить высокую износостойкость, механическую прочность и отличные термические характеристики. В продажу вышло более 130 наименований для популярных автомобилей иностранного производства.

Стратегия развития товарной группы в первую очередь нацелена на расширение ассортимента тормозных дисков для популярных автомобилей, имеющих крупную долю в структуре автопарка РФ, и для перспективных новинок авторынка. Итогом развития товарной группы будет являться широкий спектр качественных тормозных дисков для наиболее полного охвата всего автопарка стран СНГ.

Универсальные зажимы для аккумуляторных батарей

Компания alca выпустила новые зажимы QUICK FIX для обеспечения заряда аккумуляторной батареи в автомобиле. Деталь удобна в использовании благодаря быстрой фиксации.

Зажимы выдерживают силу тока нагрузкой до 25 А. В их состав входит сильная открытая натяжная пружина. Комплектующие с усиленной натяжной пружиной изготовлены из стали, покрытой никелем, для долговечности и прочности. Собственная длина зажимов – 75 мм, они подходят для кабелей диаметром до 8 мм. Полный комплект состоит из двух зажимов.



Детское кресло «2 в 1»



Компания HEYNER выпустила новое облегченное детское автокресло MaxiFix ERGO 3D с креплением ISOFIX. Кресло трансформируется по принципу «2 в 1» и поэтому подходит для детей и для подростков: весом от 15 до 36 кг и ростом от 95 до 150 см. Система 1-2-3 FIX помогает удобно зафиксировать ремень, чтобы он правильно удерживал ребенка в сиденье.

Компания изготавливает кресла с особым вниманием в том числе к защите маленького пассажира от бокового удара и столкновения со спиной. Спинка сиденья имеет пятиступенчатый подголовник, кресло оснащено системой поглощения энергии боковых столкновений 3D-SP, что помогает предотвратить возможные травмы головы и плечевого пояса при аварии. Безопасность этого автокресла подтверждена обязательными испытаниями по европейскому стандарту ECE-R 44/04.

Детское сиденье имеет широкую поверхность сидения и мягкую, дышащую обивку. В отдельном кармашке (Life Sector) сбоку кресла специально прилагается скручиваемый метр, который показывает, на каком расстоянии от водительского кресла должно находиться детское сиденье, чтобы не причинить вреда ребенку.

Кран стояночного тормоза
с ручным управлением



Клапан ускорительный




Усилитель
пневмогидравлический



Кран тормозной двухконтурный
с электрическим блоком



 ОАО «ММЗ имени С.И. Вавилова - управляющая компания холдинга «БелОМО», известно как одно из передовых предприятий, выпускающих автоагрегатные компоненты более 25 лет для большегрузных автомобилей. Являемся основным поставщиком на конвейеры КАМАЗ, МАЗ, МТЗ, БЕЛАЗ, ГАЗ, ПАЗ, АЗ Урал, НЕФАЗ и др.

Отдел маркетинга и продаж автомобильных компонентов:
Тел.: (+375 17) 369-82-06, 267-51-61, 267-44-70, тел./факс: 237-65-88.
e-mail: uts.belomo@mail.ru

Наращивание активов

Allison Transmission объявила о приобретении активов и некоторых обязательств компаний Walker Die Casting и C&R Tool and Engineering. Компания Walker производит литые алюминиевые детали, 20 лет являясь поставщиком компании Allison. Новый собственник намерен продолжить 60-летние традиции Walker. Компания C&R Tool and Engineering является ведущим поставщиком инструментов для обработки металлов, используемых Walker и другими компаниями.

Компании Walker Die Casting и C&R Tool and Engineering продолжают свою деятельность в качестве производственных площадок Allison Transmission в соответствующих локациях.

Сделка обошлась Allison около 103 миллионов долларов. В компании полагают, что эти приобретения не окажут значительного влияния на показатели текущего финансового года.

Фильтрационная система двигателя Sogefi

На 21-й церемонии вручения наград премии «Международный двигатель и силовая установка года» четвертый год подряд Ferrari битурбо типа V8 признается лучшей. Двигатель Ferrari также стал победителем в категории «Функциональный двигатель года» и еще в двух других категориях. Двигатель оснащен фильтрационной системой Sogefi.

Инженеры-разработчики Sogefi год за годом подтверждают свою высочайшую квалификацию в научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработках. Для обеспечения лучших резуль-

татов работы в условиях падения давления при увеличении скорости потока масла в системе смазки, а также долговечности и механической прочности фильтрующего элемента при экстремальных нагрузках, которым подвергаются эти спортивные двигатели, в клапане сброса избыточного давления турбины модуля масляного фильтра Sogefi установлена защитная сетка.

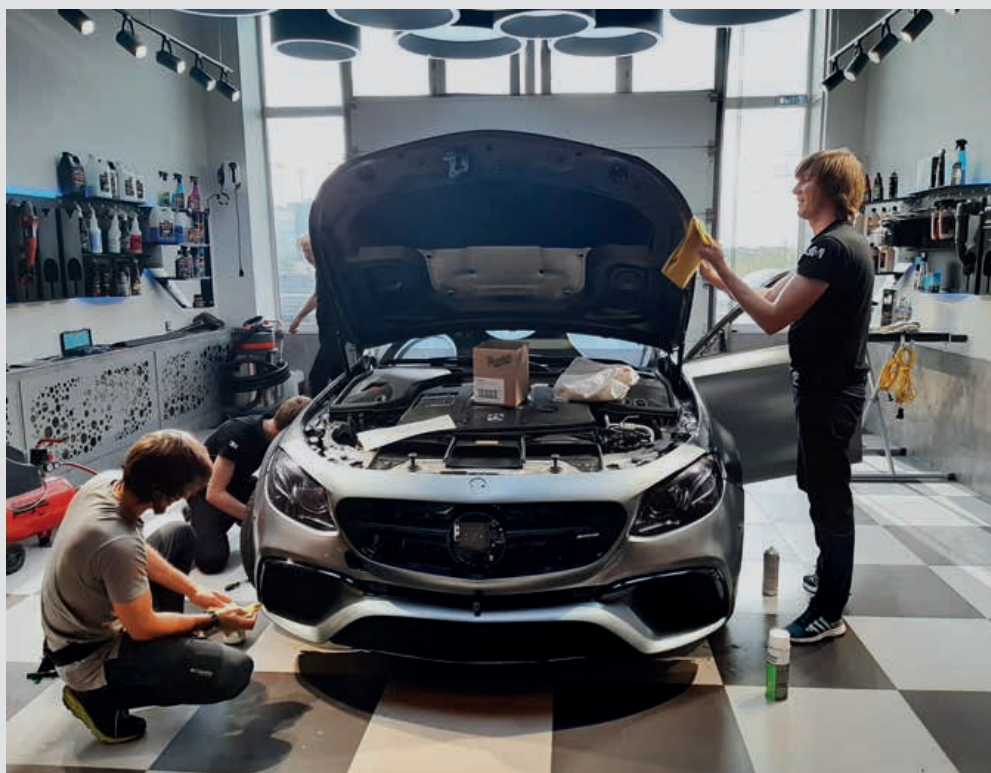
Как пояснили в компании, такое технологическое решение позволило обеспечить лучшие в своем классе производительность и долговечность фильтра.

Новая антигравийная пленка

Компания 3М представила на рынок полиуретановую антигравийную пленку Scotchgard Pro Matte с матовым эффектом. Новый продукт обладает всеми характеристиками аналогичной глянцевой пленки, предназначен для защиты оригинального покрытия автомобиля или для смены глянца на матовый финиш.

Продукт предназначен для профессиональных установщиков пленки и требует определенных навыков для получения 100%-го результата. В учебном центре Meguiar's прошел мастер-класс, на котором в течение пяти дней команда из краснодарского детейлинг-центра «Раптор» обучала Георгия Жуляева, автора YouTube канала W60bro, посвященного автомобильным пленкам, как оклеивать кузовы новой матовой пленкой, и объясняла особенности нанесения.

Цель тренинга – объяснить профессионалам особенности процесса нанесения материала 3М и поделиться секретами мастерства. Обучение включает все этапы подготовки: снятие предыдущей пленки с кузова, очистку от остатков клея



праймера, подготовку поверхности с помощью материалов для детейлинга Meguiar's, установку новой пленки, оценку результата.

По словам Павла Евсикова, генерального директора

«Раптор-Центравто», установка пленки 3М сложнее на подготовительном этапе. Однако при соблюдении рекомендаций и указаний производителя, например, правильного соотношения состава шам-

пуня и воды, особенностей финишной обработки, температурного режима в помещении, обеспечивается долгосрочный результат и гарантированное качество для клиента.

АЛЯСКА®

www.tosol-info.ru



ОХЛАЖДАЮЩИЕ И СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЖИДКОСТИ

Тел.: +7 (495) 993-46-46

Присоединяйтесь к программе лояльности MAHLE PLUS и получайте дополнительные выгоды при покупке продукции MAHLE.

При покупке продукции торговых марок MAHLE, KNECHT, BEHR, CLEVITE, IZUMI, BRAIN BEE у официальных дистрибьюторов в России, Республике Беларусь и Республике Казахстан, участники программы получают бонусные баллы, которые обмениваются на продукцию из онлайн-каталога MAHLE PLUS. В программе лояльности MAHLE PLUS могут участвовать только юридические лица и индивидуальные предприниматели. Для регистрации потребуется актуальный ИНН. В каталоге MAHLE PLUS свыше 200 наименований брендированной продукции MAHLE, профессионального инструмента, спецодежды, POS-материалов, технической литературы.



КАК СТАТЬ УЧАСТНИКОМ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ MAHLE PLUS?

- > Получите карту программы лояльности у вашего дистрибьютора MAHLE или пройдите по специальной ссылке на сайте дистрибьютора
- > Зарегистрируйтесь на сайте www.mahle.plus
- > После регистрации на вашем счете в программе MAHLE PLUS появится 3000 баллов
- > При покупке продукции MAHLE у официального дистрибьютора, выдавшего карту, на ваш счет в программе лояльности будут начисляться баллы, которые вы сможете обменивать на подарки из каталога на сайте www.mahle.plus
- > Подарочными баллами можно воспользоваться после начисления 100 баллов официальным дистрибьютором
- > Участвуйте в акциях MAHLE PLUS, получайте дополнительные баллы и призы

ВВЕДИТЕ ПРИ РЕГИСТРАЦИИ ПРОМОКОД **MPULSE**
И ПОЛУЧИТЕ ЕЩЁ **500 БАЛЛОВ В ПОДАРОК**



MAHLE PLUS

—
**ТРИ ТЫСЯЧИ
В ПОДАРОК**
—



ТОРМОЗНЫЕ КОЛОДКИ BREMBO XTRA

Идеальное сочетание спортивных возможностей, комфорта и долговечности

Тормозные колодки **Brembo XTRA**, созданные, чтобы максимально раскрыть преимущества ассортимента перфорированных и слотированных дисков **Brembo**, являются идеальным решением для поклонников спортивного стиля вождения, обеспечивая вместе с тем комфорт и длительный срок службы при ежедневном дорожном использовании.

Новые тормозные колодки **XTRA** изготовлены **Brembo** с использованием материала **BRM X L01**. Материал состоит из более чем 30 различных компонентов, подобранных в собственной передовой исследовательской лаборатории.

Благодаря этому материалу тормозные колодки **Brembo**

XTRA идеально подходят спортивным дискам **XTRA** и **MAX**, повышая их производительность и улучшая чувствительность педали, а также увеличивают комфорт и долговечность.

По сравнению с составом, используемым для стандартных колодок, эквивалентных оригиналу, новое решение отличается высоким коэффициентом трения,

который гарантирует более решительное и стабильное торможение как при низких, так и при высоких температурах. Все это обеспечивает максимальный комфорт вождения и улучшает четкость

тормозной педали без снижения срока службы компонентов.

На самом деле специальный состав **BRM X L01** делает эти колодки уникальными среди коло-





док такого рода. Он гарантирует низкий износ дисков при любых условиях вождения, несмотря на большую эффективность по сравнению со стандартным составом.

Этот инновационный материал появился благодаря опыту **Brembo** в производстве оригинального оборудования и High Performance продуктов. Чтобы укротить высокую мощность, он

сочетает в себе свойства, необходимые для отличной производительности, с бесшумностью, требуемой в топ-сегменте.

Это техническое решение в сочетании с ассортиментом перфорированных и слотированных дисков **Brembo** для рынка запасных частей доказало свою успешность. Материал прошел самые строгие тесты, в том числе для автомобилей среднего сегмента, на которые нацелены высокопроизводительные диски **XTRA** и **MAX**.

Среди автомобилей, на которые можно установить новые колодки, — все компактные, средние и спортивные модели, произведенные в последние годы, такие как Alfa Romeo Giulietta, некоторые модели Mercedes, BMW и Volkswagen, а также некоторые из наиболее популярных внедорожников. Полный список

можно найти на веб-сайте www.bremboparts.com.

Новые тормозные колодки **Brembo XTRA** подвергаются температурной обработке (скорчингу). Это позволяет предотвратить выделение газов, приводящих к значительному снижению коэффициента трения между диском и колодкой при высоких температурах (эффект «фединга») с последующим снижением эффективности торможения. Благодаря такой обработке и тщательно подобранному составу смеси, тормозные колодки **XTRA** одинаково эффективны как во время циклов высокотемпературного торможения, так и во время последующих холодных циклов.

Для новых колодок и дисков **XTRA** и **MAX** разработан отличающийся от всего ассортимента дизайн упаковки. Отличительной внешней особенностью колодок является логотип **Brembo**, выгравированный лазером на фрикционном материале, а также тампографический логотип **Brembo XTRA**, нанесенный на опорную пластину колодки.

Все артикулы серии **Brembo XTRA** сертифицированы для дорожного использования в соответствии со стандартом ECE R-90. ■



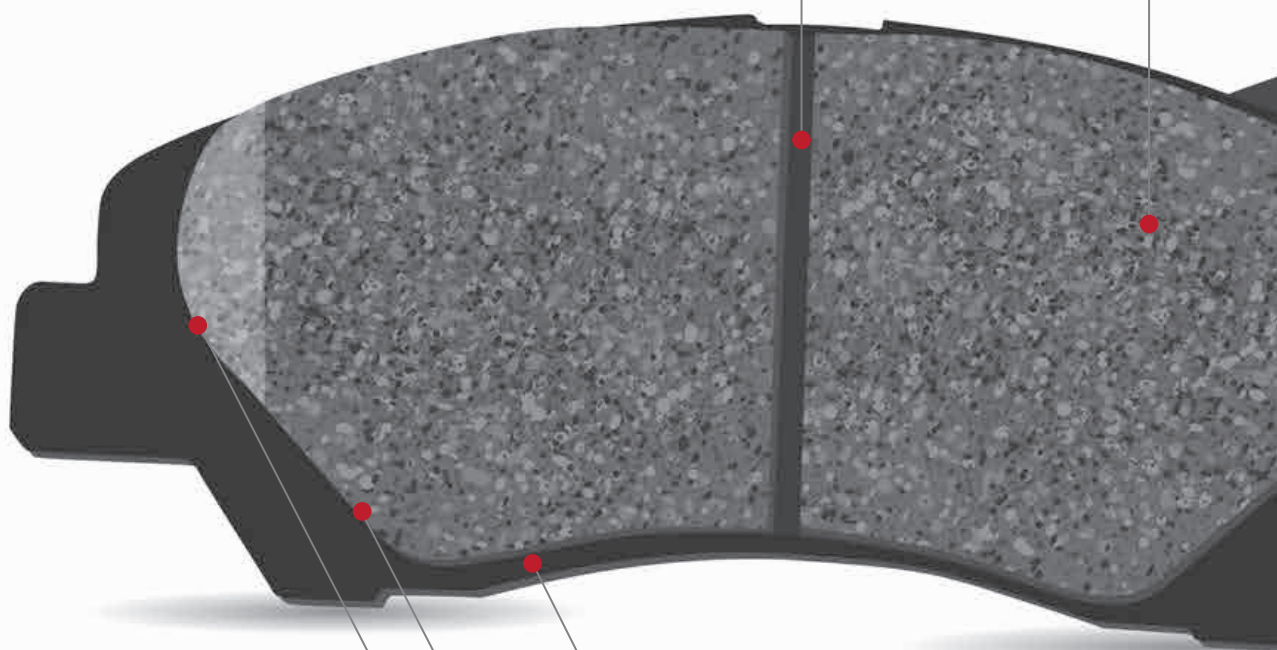
ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОРМОЗНЫХ КОЛОДОК МК KASHIYAMA

Фрикционные материалы

При производстве тормозных колодок МК KASHIYAMA используется более 50 различных составов фрикционных смесей – в зависимости от специфики транспортного средства, для которого они предназначены. Эффективность и устойчивость торможения, уменьшение пылеобразования – лишь некоторые из параметров, на которые мы ориентируемся при создании новых фрикционных материалов.

Слот

Специальный слот, как у оригинальной детали, снижает шумы при торможении и предотвращает появление на поверхности колодки трещин, возникающих из-за теплового расширения.



Клеевой слой

Связывает фрикционный материал с опорной пластиной колодки.

Промежуточный слой

Слой фрикционного материала с повышенным содержанием смолы. Увеличивает прочность сцепления с задней поверхностью колодки и улучшает отвод тепла от тормозной жидкости, перегрев которой снижает эффективность тормозов.

Опорная пластина

Все опорные пластины тормозных колодок МК KASHIYAMA имеют антикоррозийное покрытие.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОРМОЗНЫХ КОЛОДОК МК KASHIYAMA

Сертифицированное качество

Тормозные колодки МК KASHIYAMA отвечают жестким требованиям европейского стандарта ECE R90 и ежегодно проходят строгий контроль качества. Сертификация подтверждается маркировкой на тормозных колодках. Чтобы гарантировать высокое качество фрикционных, мы проводим динамометрические испытания, оценку стабильности тормозного пути (тест AMS), температурные и климатические испытания, тест на шумы и вибрации – как в лаборатории, так и в реальных условиях эксплуатации.

Противошумная пластина

Однослойная стальная пластина с термостойким резиновым покрытием разработана для минимизации шумов при торможении. Во избежание отслаивания пластина крепится к колодке термоусадочным клеем.



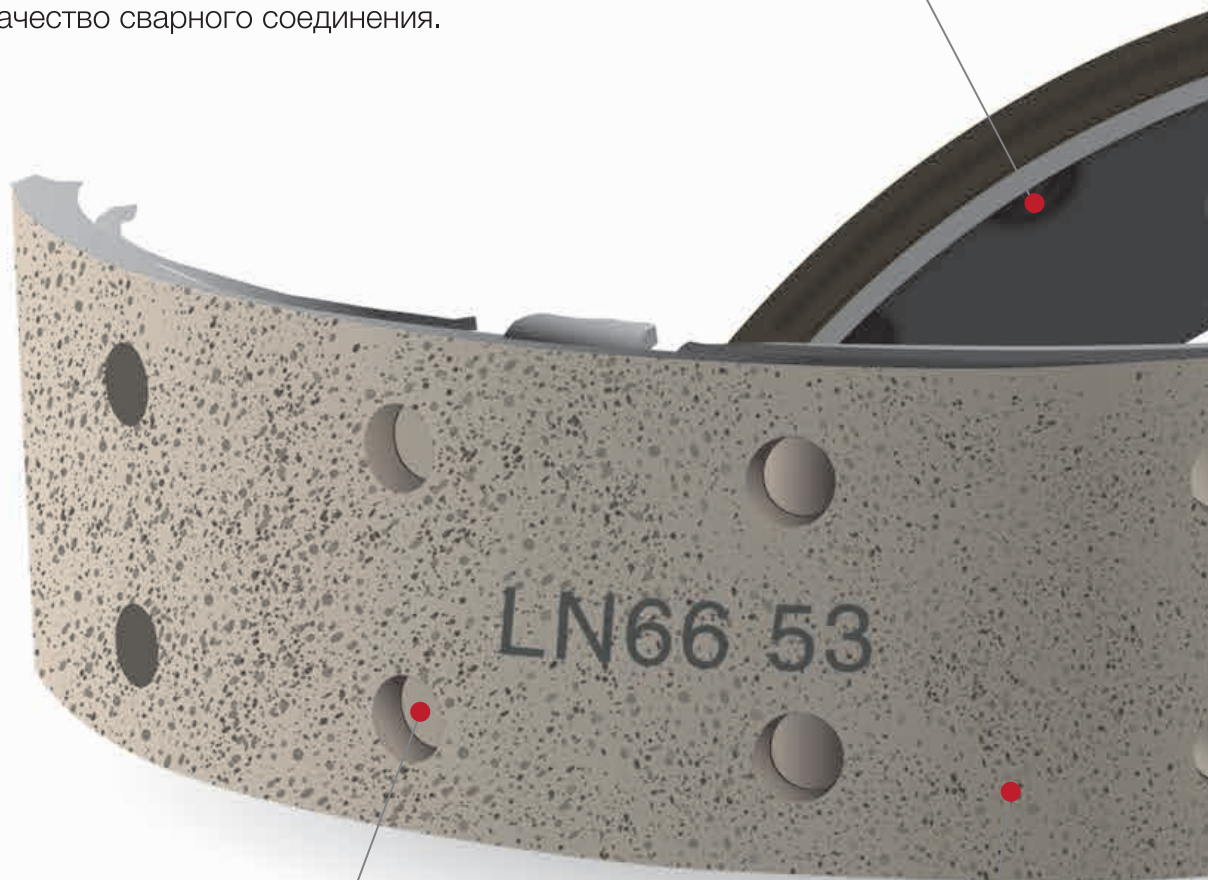
Фаска

Фаска, как у оригинальной детали, способствует подавлению шумов при торможении. Предотвращает неравномерную деформацию граней колодки, которая может спровоцировать появление коррозии и отслаивание накладки. По результатам наших исследований, наличие фаски увеличивает ресурс колодки благодаря улучшенным показателям эффективности.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОРМОЗНЫХ КОЛОДОК MK KASHIYAMA

Рельефная сварка

Фрикционная накладка покрывает дугообразный стальной каркас тормозной колодки. Основание накладки крепится к ребрам и краям колодки методом контактной рельефной сварки, что обеспечивает высокую прочность и износостойкость изделия. Операция осуществляется на собственном оборудовании MK Kashiyama – это гарантирует высочайшее качество сварного соединения.



Заклёпка

Заклёпочный шов обеспечивает высокопрочное крепление накладки с каркасом тормозной колодки.

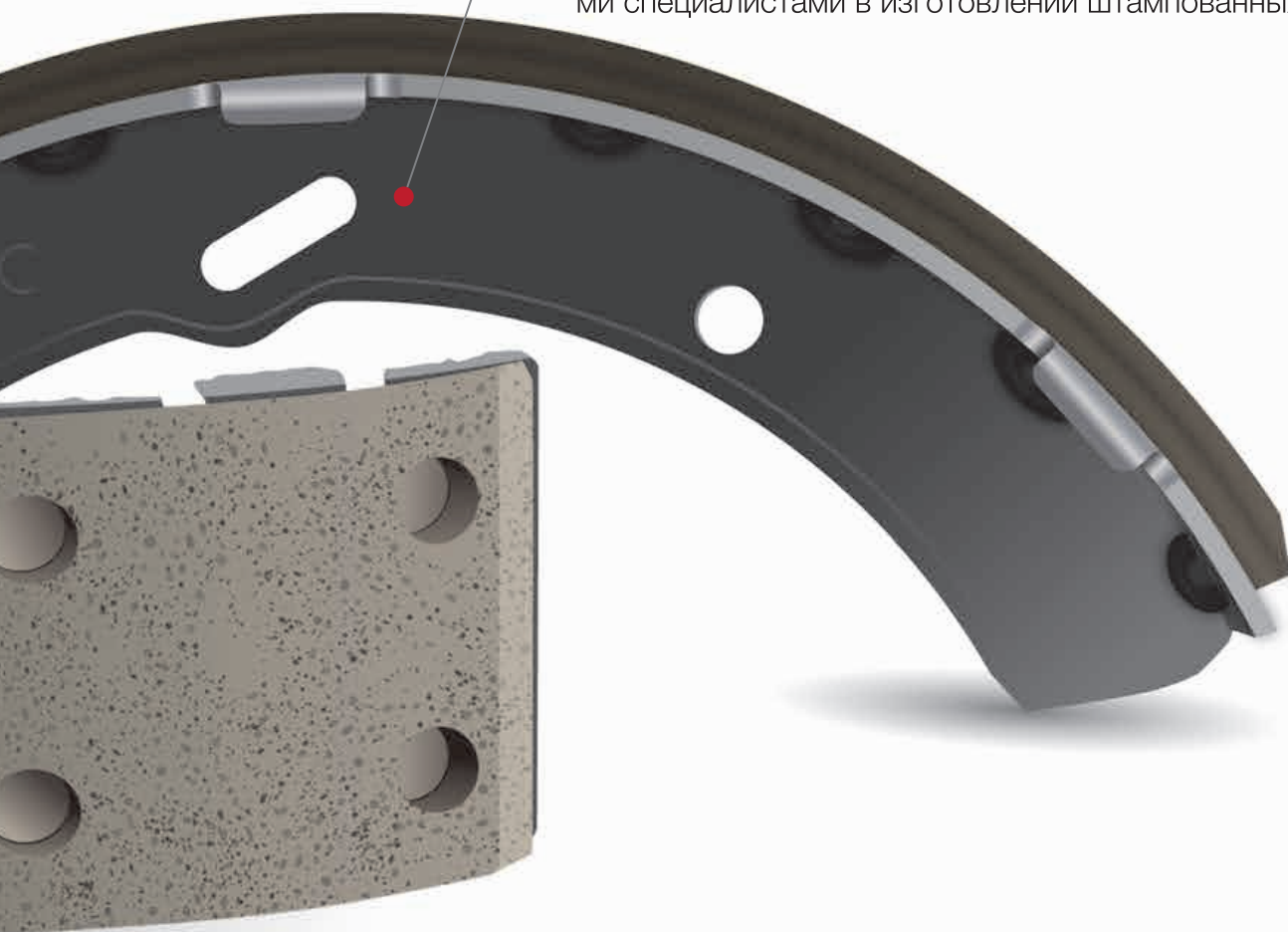
Тормозные накладки

Фрикционные накладки тормозных колодок MK Kashiyama – а их компания производит уже более полувека – полностью соответствуют стандартам ECE R90.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОРМОЗНЫХ КОЛОДОК MK KASHIYAMA

Прессование

Прессование – одна из ключевых операций при создании безупречной тормозной колодки. Мы начинали бизнес почти 60 лет назад с производства пресс-форм и стали настоящими специалистами в изготовлении штампованных деталей.





Мы производим только востребованную продукцию

Начальник отдела маркетинга

Аккумуляторного завода «Алькор»

Дмитрий Шамшетдинов рассказал нашему журналу о новинках, которые выпускает его предприятие, а также об интересных тенденциях сегмента АКБ в России.

Беседу провел Иван Лапырин

Широкая гамма

Важным преимуществом нашей компании является наличие собственных линий по производству моноблоков, изделий из полипропилена и пластика. Мы можем выпускать до 20 типоразмеров абсолютно разных корпусов для широкой гаммы европейских и азиатских машин,

на грузовой и легковой автопарк. Собственные мощности позволяют быть очень гибкими и производить только то, что действительно востребовано.

Сегодня на рынке автомобильных аккумуляторов существует большое количество типоразмеров АКБ. Наш завод выпускает все самые популярные из них: B19, B24, D23, D26, D31, L1, L2, LB2, L3, LB3, L4, L5, LB5. Кроме того, как я говорил выше, у нас

довольно широкий ряд типоразмеров для грузового транспорта.

Разумеется, есть некоторые размеры, которые скудно востребованы в российском сегменте aftermarket, но для нас они неинтересны с коммерческой точки зрения.

Ситуация на рынке

В прошлом году мы ощутили на себе некоторый спад продаж, что связано в первую очередь с

общей ситуацией на рынке. Но сегмент автомобильных аккумуляторов испытывает дополнительные сложности, характеризующиеся недобросовестной конкуренцией.

Эта тенденция оформилась несколько лет назад, ряд производителей предоставляют на рынок России аккумуляторы, которые не соответствуют заявленным характеристикам. В основном так поступают частные компании, играющие в суперэконом-сегменте.

Немалой проблемой для нас является то, что подобные компании нередко выигрывают тендеры, получая госконтракты, выдвигая честных производителей. Решить эту проблему сможет только контроль со стороны государства.

Импорт и экспорт

Интересно обстоят дела и на импортно-экспортном поле. Иностранная продукция облагается невысокими пошлинами

при ввозе в Россию, создавая дополнительную конкуренцию отечественным маркам.

С другой стороны, мы тоже можем экспортировать свои аккумуляторы и, безусловно, занимаемся этим. Важный для нас рынок – Казахстан, где есть автосборочные предприятия. Но тут появляется новая проблема – местное правительство субсидирует производство данной категории товаров у себя на родине, а наши покупатели (дилеры) выплачивают немалую ввозную пошлину в виде утилизационного сбора, что приводит к подорожанию наших АКБ примерно на 15%.

Кроме того, логистические издержки внутри нашей страны становятся все выше. Тем не менее мы активно развиваемся и запускаем новые продукты, рассчитанные на современные автомобили популярных марок.

Новый продукт

Нашей главной новинкой, запущенной в производство

буквально накануне, стал новый тип аккумуляторных батарей, которые должны быть очень хорошо востребованы на российском рынке.

Речь идет об улучшенной аккумуляторной батарее высокого качества High Quality Enhanced Flooded Battery (HQ EFB). Она прекрасно подходит для автомобилей, оснащенных системами «старт-стоп»; более устойчива к глубоким разрядам; имеет увеличенный ресурс и, что немаловажно, устойчива к циклическим нагрузкам.

Кроме того, батарея имеет два ключевых отличия в технологическом плане – это двойная герметичная крышка лабиринтного типа, а также специальная пастонамазочная бумага, которая не растворяется в электролите и позволяет очень хорошо удерживать пасту. В результате чего повышаются устойчивость к циклическим нагрузкам, глубоким разрядам и ресурс батареи.

Мы видим перспективность данной линейки за счет большого количества современных автомобилей на российском рынке, а также за счет того, что нам удастся сохранить на нее оптимальные цены.

В ближайшее время батареи HQ EFB будут представлены в четырех типоразмерах. Сегодня это более универсальный L2, который подойдет также на различные автомобили с системами «старт-стоп». Далее мы начнем продавать размерность D23, пригодную для разных моделей азиатских производителей, в том числе Mazda, а также L3 и L5, которые устанавливаются на ряд европейских марок.

Важно понимать то, что наша продукция полностью соответствует всем заявленным характеристикам, что неоднократно подтверждали как наши внутренние испытания, так и сторонние, независимые тесты. ■

www.osram.ru/am



Новый уровень освещения

OSRAM LEDriving® – замена штатных ламп на светодиодные

Для ценителей инноваций.

Применение: ближний и дальний свет, противотуманные фары и сигнальные фонари, освещение салона*.

Свет – это OSRAM

OSRAM

Сегментация и поляризация рынка

Материал подготовил
Сергей Захаров

По мнению Романа Герасимова, генерального директора ООО «Энсайт Текнолоджиз», российский сегмент рынка аккумуляторных батарей будет развиваться в европейском ключе, но постепенно.

Стабильный рынок

По своей величине аккумуляторный рынок уже в течение многих лет остается довольно стабильным.

Интересно, что, с одной стороны, увеличивается автопарк и растет потребность в батареях на замену вышедшим из строя. А с другой стороны, увеличивается среднее время службы аккумуляторов, так как улучшается автоэлектрика автомобилей, позволяющая оптимизировать запуск двигателя и позволяющая АКБ служить дольше.

Поляризация рынка

Однако, если взглянуть на рынок глубже, становится заметно отчетливое перераспределение долей рынка, в зависимости от внешних и внутренних тенденций.

В крупных городах, в обеих столицах и крупных региональных центрах, увеличивается спрос на аккумуляторные батареи, созданные по новейшим технологиям, стабильное качество которых зачастую могут обеспечить только иностранные производители.

С другой стороны, снижение покупательной способности населения приводит к закономерному увеличению спроса на дешевую продукцию. По-

требители, для которых важно, как говорится, ночь простоя и день продержаться, готовы обманываться, покупая аккумуляторы с заведомо оптимистическими показателями, которые выдерживаются исключительно на этикетках.

Новые технологии

Рынок диктует свои условия, появляются новые современные автомобили, к ним появляются и аккумуляторы. Собственно, важно отметить такие технологии, как AGM и EFB, которые начали оказывать влияние на рынок, особенно в Москве и Санкт-Петербурге. Ведь они безальтернативны для авто с системой «старт-стоп», установка стандартных аккумуляторов

в подобные машины приводит к преждевременному выходу батарей из строя, которые в экстремальных для себя условиях смогут проработать 3–4 месяца вместо 4–5 лет. Такая самодеятельность может быть опасной для водителя и автомобиля, так как ведет к повреждению электронных систем авто.

А вот доля электромобилей и, соответственно, технологий, связанных с промышленными литий-ионными аккумуляторами, у нас все еще ничтожно мала, и тенденций по ее серьезному увеличению в ближайшее время не просматривается.

Развитие технологий

Интересно отметить, что технологические требования к аккумуля-

торной батарее развиваются по спирали. В начале XX века, когда впервые на автомобиле был установлен мобильный аккумулятор, он использовался прежде всего для освещения и только с 1915 года получил в нагрузку функцию старта двигателя.

К концу XX века аккумулятор на автомобиле был оптимизирован под стартерную нагрузку, а сейчас, с внедрением системы «старт-стоп», аккумулятор стал опять универсальным источником энергии и обрел способность отдавать максимум энергии в максимально короткий срок, а также восполнять ее, в том числе от рекуперации энергии торможения.

Таким требованиям соответствуют аккумуляторы, использу-



ющие технологии AGM и EFB. В 2001 году Exide стал первым, кто запустил автоматизированную сборку аккумуляторов AGM, а к 2008 году также первым разработал и промышленно освоил выпуск аккумуляторов EFB.

Сейчас доля этих технологий при поставках на первичную комплектацию в Европе составляет 50% и более. Планируется, что в ближайшие годы доля этих технологий достигнет 80% на новых автомобилях.

Позиции на рынке

Два наших основных бренда, Exide и Tudor, продолжают развиваться, расширяется модельный ряд, повышается спрос.

Мы работаем в премиум-сегменте, наши клиенты понимают, что скупой платит дважды и бесплатным бывает только сыр в мышеловке. Приобретая Exide, потребитель приобретает уверенность в старте своего автомобиля и надежности его

работы в непростых условиях. Вдвойне приятна та высокая оценка, которую в последние годы получают аккумуляторы Exide у экспертов и журналистского сообщества.

Конечно, рост конкуренции есть, но Exide делает ставку на инновации и новые технологии, старается на полшага быть впереди конкурентов.

Защита рынка и стандарты

Для защиты рынка необходимо четко определить правила игры, а эти правила во всем мире устанавливаются в стандартах. Не секрет, что российские стандарты не обновлялись с 2008 года. Некоторых технологий, например улучшенных залитых аккумуляторов (EFB), тогда просто не было, что позволяет теперь использовать это понятие очень широко на этикетках отечественных аккумуляторов.

С другой стороны, в Европе действует уже третья редакция

стандартов, введены новые параметры, от некоторых (например, безуходность) в новом стандарте EN2 отказались. С другой стороны, у России нет независимых лабораторий в необходимом количестве, которые могли бы взять на себя функции контроля.

Менять АКБ на СТО

Собственно, все больше растет количество автомобилей, где самостоятельная замена аккумуляторов затруднительна, поэтому волей-неволей автолюбителям приходится обращаться к профессионалам. Общее потребительское поведение, конечно, меняется, все меньше становится людей, заинтересованных в глубоком знании материальной части автомобиля. По случаю они черпают свои знания из Интернета и на всевозможных интернет-форумах. Однако на самом большом рынке России (московском) наметилась интересная тенденция

– люди начинают отказываться от автомобиля, чаще используя такси и каршеринг. Это, с одной стороны, сужает рынок, а другой, предъявляет к нему специфические требования.

Российский рынок

Традиционно наш потребитель доверяет брендам, ориентируется на них при покупках, но при этом он не следует безропотно за знакомым лейблом, ему нужно постоянное подтверждение качества и компетенции. Российский потребитель недоверчив, опасается фальсификата, но и, к сожалению, иногда готов верить в чудо, когда видит очень заманчивые по цене предложения.

Нет сомнений, что российский рынок повторяет тенденции западного рынка, хотя и с некоторым отставанием. Так что новые технологии будут востребованы на российском рынке, но не в том объеме, как на Западе, и не сразу. ■

АККУМУЛЯТОР БОЛЬШОГО ГОРОДА

Самый надежный старт для интенсивной езды по городу, идеально для такси, машин скорой помощи и специальных автомобилей...



NEW!

EXIDE® EFB 



РЕКУПЕРАТИВНОЕ ТОРМОЖЕНИЕ



СУПЕРБЫСТРАЯ ЗАРЯДКА



РЕКОМЕНДОВАН ДЛЯ START-STOP



ИНТЕНСИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ



EXTRA LIFE FOR CONVENTIONAL & START-STOP VEHICLES



Новые технологии становятся популярнее

Материал подготовил
Сергей Захаров

Александр Куров, продукт-специалист Bosch по аккумуляторным батареям, считает, что рынок АКБ будет сегментироваться, одновременно с этим становясь все более технологичным.



Развитие рынка

На рынке аккумуляторных батарей России сегодня мы видим два параллельных тренда. С одной стороны, это рост доли отечественных аккумуляторов и появление большого числа частных брендов. С другой – рост продаж наиболее

технологичных аккумуляторов AGM и EFB, что, разумеется, связано с увеличением на отечественном рынке доли автомобилей с большим количеством дополнительного оборудования, системами «старт/стоп» и рекуперации энергии торможения.

Этот тренд не может не радовать нас, так как компания Bosch имеет в своем ассортименте АКБ этих высокотехнологичных категорий и мы с каждым годом ощущаем рост интереса к ним.

В небольших количествах встречаются также стартерные литий-ионные АКБ, но их продажи носят единичный характер и ограничены очень узким сегментом, в первую очередь мотоциклетной техникой.

Однако стоит отметить, что дальнейшее развитие полностью электрических и гибридных автомобилей позволит, как мы считаем, этому типу аккумуляторов занять большую долю на рынке.

Растущая конкуренция

Мы видим, что конкуренция на рынке АКБ растет. Связано

это с обострившейся борьбой за конечного потребителя в условиях сложной экономической ситуации. Как импортер мы полностью выполняем все требования законодательства касательно технических характеристик нашей продукции, мы дорожим своим именем и никогда не пойдем на подлог спецификаций. Уверен, что именно доверие потребителей дает нам возможность успешно конкурировать на рынке.

Подход к замене батарей

Большая часть АКБ в нашей стране покупается и устанавливается потребителями самостоятельно. Тем более что зачастую для этого не требуется специального оборудования, нужны лишь отвертка и гаечный ключ.

Однако с ростом доли технически сложных автомобилей мы видим рост обращений потребителей в СТО. В современных автомобилях часто необходимо дополнительно «прописывать» АКБ в бортовом компьютере, чего нельзя сделать самостоятельно или где-то в гараже.

Например, в «Бош Авто Сервисе» есть специальное диагностическое оборудование, с помощью которого можно осуществить эту операцию, и услуга становится все более востребованной.

Сила бренда

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, потребители продолжают обращать внимание на бренд, потому что знакомое и проверенное имя является гарантией качества в наше турбулентное время.

Глядя на будущее рынка АКБ в России, можно говорить об укреплении текущих трендов: дальнейшем росте продаж батарей с технологиями AGM и EFB и большей фрагментации среднего и нижнего сегмента рынка за счет появления новых частных брендов.

Также мы ожидаем в перспективе ближайших пяти лет полноценного появления в нашей стране литий-ионных АКБ, вслед за развитием этой технологии во всем мире. ■

Аляска не подведет!

Охлаждающая жидкость – незаменимая жидкость в современном автомобиле. Если раньше, в автомобиле прошлых поколений, достаточно было охлаждать двигатель водопроводной водой, то требования, предъявляемые к рабочим жидкостям современных автомобилей, намного строже: необходимо стабильное поддержание рабочей температуры двигателя. В жару тосол или антифриз защищает двигатель от перегрева, а в мороз препятствует замерзанию жидкости в двигателе и тем самым обеспечивает работоспособность даже при критически низких температурах. Вообще, температура замерзания является одним из основных показателей для охлаждающих жидкостей, вместе с тем немаловажную роль играет и пакет присадок, от которого зависят уровень антикоррозийной защиты и другие защитные свойства.

Каждый автовладелец старается найти для своей машины современный и качественный продукт по приемлемой цене. О таких продуктах сегодня и пойдет речь – охлаждающие жидкости «Аляска» за многолетнюю историю своего существования стали поистине народным товаром! Высокое качество и приемлемая цена сделали бренд «Аляска» популярным не только в России, но и в странах ближнего зарубежья.

Тосол не хуже антифриза

На современном российском рынке представлены десятки брендов охлаждающих жидкостей отечественного и импортного производства. В этих условиях выбрать качественный и недорогой продукт – непростая задача. Однако российские автомобилисты научились выбирать продукты в лучшем соотношении «цена-качество». С каждым годом все больше и больше автомобилистов отдают предпочтение тосолам «Аляска». Недаром охлаждающие жидкости торговой марки «Аляска»

стали почетными дипломантами конкурса «Сто лучших товаров России».

Линейка продуктов «Аляска» довольно широкая, и тосол занимает значительную ее часть. Среди основных продуктов выделяются три тосола по температурным диапазонам: Аляска –30°C, Аляска –40°C и Аляска –65°C. Каждый из продуктов рассчитан на определенную климатическую зону. Тосол Аляска –30°C рассчитан на южные районы, далее идет средняя полоса, где критическая минусовая отметка достигает –40°C, и третий продукт рассчитан на северные регионы, где температура может опускаться до –65°C.

Антифризы «Аляска» от «Д» до «Я»

Все охлаждающие жидкости «Аляска» производятся на основе моноэтиленгликоля (кроме G13) и различаются пакетами присадок.

Антифризы принято подразделять на:

– **неорганические** (это анти-



фризы с обозначением G11), ингибиторы коррозии образуют защитную пленку на всей поверхности системы охлаждения, срок службы данных антифризов 3 года или 60 000 километров пробега автомобиля;

– **антифризы органического типа** (идут под обозначением G12) производятся на карбоксилатном пакете присадок и обладают улучшенными антикоррозионными свойствами, благодаря чему увеличен срок службы до 5 лет или 250 000 километров пробега;

– **гибридные** (обозначаются G12+) содержат кроме органических (карбоксилатных) присадок также и неорганические;

– **лобридные** антифризы (обычно они носят название G12++). Данная технология является продолжением гибридной технологии и отличается более совершенным пакетом присадок;

– **охлаждающие жидкости класса G13** отличаются от G12++ тем, что произведены на экологически чистой полипропиленгликолевой основе.

В линейке антифризов «Аляска» они представлены продуктами:

- Antifreeze -40 G11 longlife;
- Antifreeze G12+ longlife;
- Antifreeze G13 longlife.

Производитель продукции «Аляска» особое внимание уделяет совершенствованию своих продуктов, поэтому качество охлаждающих жидкостей «Аляска» соответствует международным стандартам. Продукты востребованы не только в России, но и за рубежом. «Аляска» – это современный продукт, по многим параметрам ничуть не уступающий импортным антифризам, а по ряду показателей даже превосходящий их. ■

Тренды и бренды:

сегмент моторных масел и аккумуляторов

Татьяна Анимова

В сентябре компания Gruzdev-Analyze провела масштабный опрос руководства независимых СТО, чтобы выяснить, какие бренды автокомпонентов выбирают профессионалы. В данном обзоре глава Gruzdev-Analyze Александр Груздев рассказывает о результатах исследования в сегментах АКБ и моторных масел.



Репрезентативная выборка

В рамках исследования было опрошено 1158 респондентов из всех федеральных округов России, которые работают в сегментах независимых сетевых автосервисных станций, а также несетевых автосервисов и мини-СТО.

Почти четверть масел – подделки

В продуктовой группе «Моторные масла» мы обнаружили интересные результаты, которые отметили в ходе интервью наши респонденты. Так, по мнению опрошенных, в среднем 24% рынка автомобильных масел занимают подделки и контрафактная продукция.

Чаще всего фальсификат можно встретить на рынке Южного федерального округа (включая Северо-Кавказский округ) – на это указал 31 процент опрошенных. В Поволжском федеральном округе на это пожаловались 26% респондентов, а в Центральном округе – 24%.

Таким образом, от четверти до трети рынка масла, по оценкам руководителей и работ-

ников станций технического обслуживания, принадлежит подделкам.

Отрадно, что через официально зарегистрированные сервисы проходит не более 1% подделок, а основная часть такой продукции реализуется через рынки, интернет-магазины и частные гаражи, отметили эксперты.

Люди начали экономить

Наше исследование выявило еще одну тенденцию на рынке автомобильных масел – в стране растет доля автовладельцев, которые самостоятельно приобретают запчасти и расходники.

По мнению опрошенных, в среднем 54% автовладельцев приезжают на СТО со своим

маслом, эта тенденция особенно характерна для мини-СТО, вот в сетевых СТО подобных клиентов около 30%.

Такие клиенты генерируют для СТО упущенную выгоду от продажи расходных материалов и масел, а также создают дополнительные риски гарантийных претензий из-за большого количества подделок на рынке. Но отказать в обслуживании «экономным» автолюбителям готовы лишь 2% опрошенных представителей СТО.

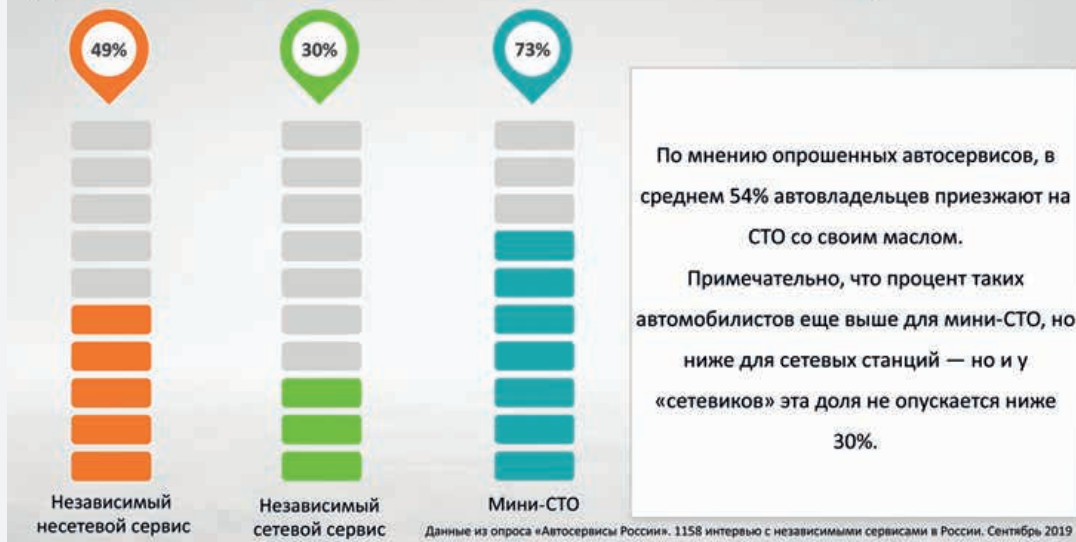
Отмечу, что в некоторых странах автосервисы устанавливают дополнительную наценку за использование «своих» запчастей, которая может достигать 30–40%.

Изменение спроса

Еще один важный вывод, который можно сделать из нашего исследования, заключается в том, что у автовладельцев снижается интерес к так называемому оригинальному маслу. Более трети респондентов отметили, что водители теперь неплохо осведомлены о том, какая марка смазочных материалов используется в



— Доля клиентов со своим маслом



качестве оригинальной. Больше того, на выбор моторного масла уже не влияют рекомендации автопроизводителей. Разумеется, речь идет именно о рекомендациях, а не о допусках.

И если отбросить такую причину выбора, как «разрешено для использования/подходит для моего автомобиля», то потребители делают выбор в пользу того или иного продукта на основе цены — об этом говорят больше половины опрошенных.

В такой ситуации руководству сервисных станций приходится больше работать над позиционированием, подбирая масла определенных ценовых категорий, соответствующих запросам клиентов.

— Лидеры спроса

Исследование показало, что наиболее популярными среди профессионалов, работающих в сфере технического обслуживания автомобилей, являются масла марок Castrol, Shell и Mobil.

Здесь стоит особо отметить, что их выбор не определяет рыночную долю указанных брендов, а говорит об их представленности: то есть наибольшее количество автосервисов продает масла этих брендов. При этом Castrol имеет максимальный результат с солидным отрывом, а Shell и Mobil, по сути, делят вторую строчку. За ними следует группа из 9 марок моторного масла, конкурентная борьба в которой идет за доли процента.

— АКБ: скорость, цены, наличие

Среди автомобильных аккумуляторов максимальную представленность на СТО имеют Bosch, Varta и Exide.

Главным критерием выбора марки аккумулятора сервисмены называют доступность, как финансовую, так и логистическую. Этот критерий является определяющим из-за наличия большого количества типов и типоразмеров АКБ, и для того, чтобы обслужить максимальное число клиентов, приходится держать широкий ассортимент продукции, замораживая деньги в складских запасах.

К тому же срок хранения аккумуляторов не бесконечен,

а недорогая продукция имеет оптимальную оборачиваемость.

Учитывая все это, наличие в продаже и оперативная доставка становятся наиболее критичными аспектами выбора марки.

— Бренды и маржинальность

Еще один, не менее важный критерий выбора марки АКБ для СТО — это известность бренда. Продукцию именитых производителей проще продать, так как водители знают определенные марки и нередко сами предпочитают покупать именно их.

Интересно, что одним из критериев выбора брендов аккумуляторов опрошенные собственники автосервисов назвали

маржинальность, а наемные сотрудники — цену. Примечательно, что такая разница в подходах характерна и для большинства других категорий запчастей. То есть собственника бизнеса интересует в первую очередь то, сколько он заработает, а наемного сотрудника — как облегчить себе работу с клиентом.

Именно поэтому оптовым продавцам стоит обращать внимание на то, кто является лицом, принимающим решение. А собственникам сервисов важно знать, на что именно мотивирован персонал, на маржинальность или объем продаж.


— Возможность увеличения прибыли

Многие респонденты отметили еще один примечательный факт. Раньше, когда автомобилист менял аккумулятор на сервисе, он оставлял старую батарею там же, а теперь большинство автолюбителей забирают ее с собой.

Объяснение очень простое — старый аккумулятор можно сдать в переработку за деньги. По моему мнению, автосервисам уже сейчас стоит заключать договоры на услуги по сдаче аккумуляторов и привлекать клиентов скидкой, которую можно дать при замене старой АКБ на новую. К тому же это может дать еще один источник получения прибыли сервисным станциям, обеспеченный высокими объемами замены АКБ. ■

— Критерии выбора марки аккумуляторов



A woman with long brown hair, wearing a beige blazer and blue jeans, is sitting in the driver's seat of a car. She is smiling and looking up at a man who is leaning into the car from the passenger side. The man is holding a set of keys and handing them to her. The background shows a car dealership with other cars and a building.

Трудные времена авторынка



Александр Шубин

Куда движется автомобильный рынок России, что его ждет в ближайшее время и кто сможет выправить ситуацию спада, читайте в нашем новом обзоре.

Рост в рублях

Российский автомобильный ритейл надеется пережить временные трудности несмотря на то, что они несколько затянулись. И даже Сбербанк начал инвестировать в проекты, посвященные продаже автомобилей с пробегом, рассматривая вторичный рынок как более стабильный, нежели направление новых авто.

Ряд аналитиков утверждает, что цифры позитивной стагнации (некритичного спада) обеспечиваются так называемыми «желтыми» машинами, то есть теми, что стоят на складах дилеров, но отражены в статистике как проданные. Либо происходит объединение в одну группу легковых и коммерческих авто...

Как бы то ни было, на 12-м Московском международном форуме «Автокомпоненты-2019» были озвучены интересные данные первичной регистрации новых автомобилей от ГИБДД за первые пять месяцев текущего года.

Любопытность цифр заключается в том, что если считать проданные автомобили в «штуках», то идет падение по всем пунктам, а в рублевом выражении есть рост в 8%.

Статистика продаж

Комитет автопроизводителей Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) утверждает, что в мае 2019 года российский рынок упал на 6,7%, в июне падение продолжилось (продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в июле составили 139 988 ед. (-2,4%). Спрос на новые автомобили иностранных брендов за первое полугодие упал на 4%, до 611 800 единиц, говорит «Автостат».

В целом за полгода российский авторынок сократился на 2,4% (по другим данным, во II квартале 2019 года продажи на 5,5% меньше автомобилей, чем за аналогичный период прошлого года), а на покупку автомобилей за первые 5 месяцев этого года потрачено на 8% больше (из-за роста цен), чем за аналогичный период 2018 года (данные «Автостат»).

Та же тенденция на вторичном рынке: по данным агентства «Автостат», в первом полугодии 2019 года объем рынка автомобилей с пробегом составил без малого 2 505 000 единиц (-1,4%), в июне вторичный рынок сократился на 4,8%.

Помогала господдержка

Источники разные, данные несколько разнятся, но тенденция прослеживается четко – наметилось падение продаж по всем позициям.

Если посмотреть чуть дальше в историю, то окажется, что российский рынок потерпел крах в 2015 году, потом медленно восстанавливался. Подъем 2017–2018 годов специалисты объясняют исключительно мерами господдержки. В 2019 году

помощь правительства сократилась, и продажи опять стали падать.

В такой ситуации хуже всего продаются, а значит, уходят с рынка относительно недорогие модели, на которые не распространяется помощь государства.

Угроза для дилеров

Сокращение спроса больше всего бьет по отечественным дилерам. Максимальное количество официальных продавцов автомобилей в нашей стране наблюдалось в 2014 году, с тех пор оно плавно сокращается. Порой пугающими темпами. Новые реалии привели к тому, что даже банки начали считать автортейл зоной повышенного риска. Значит, ничего не остается, как сокращать бизнес?

Именно это подтверждает статистика последних лет – количество дилерских центров сокращается: с 4100 (это максимальное количество автосалонов за российскую историю), где работало 410 000 сотрудников, в 2013–2014 годах до 3355 и 300 000 сотрудников соответственно в 2018 году. Такие данные приводит Ассоциация РОАД.

«Автостат» говорит, что сокращение дилерских центров продолжается и в этом году: в январе их было 3450, в июле стало 3376 – на 74 меньше.

Участники рынка пытаются защитить инвестиции любыми способами. Несколько лет назад члены РОАД пытались пролоббировать продажи подержанных автомобилей исключительно через официальных дилеров, теперь хотят протолкнуть инициативу по обязательной сертификации независимых СТО, которые

забирают у них львиную долю негарантийных клиентов.

Лидеры рынка

Их опасения оправданны, ведь серьезно расширить дилерские сети смогли только «китайцы»: JAK – +43 шт., Haval – +27 шт., Changan – +8 шт. Но у бизнесменов из Поднебесной специфические задачи, они пытаются на волне кризиса захватить рынок, не ожидая быстрой прибыли. За счет этого у многих дилеров есть возможность легкого перехода на китайские бренды с минимальными вложениями, так что считать расширение предложения Made in China рыночным можно только с немалой натяжкой.

Кроме «китайцев», неплохо чувствуют себя премиальные бренды. Так, российский дилер Rolls-Royce Motor Cars Moscow стал мировым лидером по продаже подержанных Rolls-Royce. Одинаково востребованными оказались Phantom, Ghost и Wraith с пробегом. Продажи новых машин тоже выросли – на 4%. Любопытно, что на каждые 5 новых продается 4 подержанных автомобиля.

Диверсификация

Чтобы удержаться на плаву, российский автортейл пытается найти дополнительные источники дохода в абсолютно иных, порой совершенно экзотических, сферах бизнеса. Вплоть до производства и торговли продуктами питания, чем собирается заниматься второй по обороту российский автодилер Major, развивая аграрный проект «Ферма M2».

Меры стимуляции продаж

Стратегия и тактика автопроизводителя на падающем рынке могут принять неожиданный оборот.

В стратегическом плане автопроизводители могут отказаться от бизнес-модели, согласно которой создавались автомобили, способные прослужить не более 10 лет, ведь качество современных транспортных средств и уровень сервиса позволяют при относительно небольших затратах на обслуживание эксплуа-

	Май 2019	Январь – май 2019
Все виды транспортных средств	129 502 ед. (-18,2%)	660 310 ед. (-4,7%)
Легковые автомобили	115 720 ед. (-18%)	582 992 ед. (-4,3%)
Легкокоммерческие + грузовые N1 + автобусы M2	7007 ед. (-21%)	37 995 ед. (-7,9%)
Пикапы	826 ед. (-31,3%)	5083 ед. (-7,8%)
Грузовые автомобили, кроме категории N1	4804 ед. (-20,6%)	28 800 ед. (-5,8%)
Автобусы, кроме категории M2	1145 ед. (-2%)	5440 ед. (-10,6%)

тировать автомобиль и после первого круглого юбилея.

Миф о том, что раньше машины были качественнее и прочнее, не выдерживает проверки временем. В начале 2000-х годов средний срок службы автомобилей в Западной Европе составлял всего 6,5 года. Теперь: Евросоюз – 11,1 года (Норвегия – 12 лет), США – 11,8 года, Россия – 11,4 года. Снизив качество выпускаемых машин, можно сделать их доступнее по цене и гарантировать большие продажи в будущем. По этому пути уже сейчас идет Renault (Dacia). Присоединятся ли к этому концерну другие производители, пока неизвестно.

Отечественные автопроизводители

В качестве экстренных мер АВТОВАЗ с 22 июля по 11 августа останавливал сборку своих автомобилей на заводах в Тольятти и Ижевске. Сотрудники отправлены в корпоративный отпуск. Товарный запас автомо-

билей был подготовлен заранее. Поэтому дефицита у дилеров не ожидается. Напомним, что на АВТОВАЗе в этом году уже была краткосрочная остановка главного конвейера.

УАЗ начал сокращение 1000 сотрудников вспомогательного персонала под флагом «добровольного высвобождения». Увольняемые получают единовременные выплаты, равные трем месячным зарплатам. Правительство Ульяновской области прилагает большие усилия к тому, чтобы увольняемые сотрудники смогли найти новую работу на российских и иностранных предприятиях, работающих на территории Ульяновской области.

Искусственный дефицит

Согласно некоторым данным, часть автопроизводителей для стимулирования рынка рассматривают такой рискованный шаг, как создание искусственного дефицита автомобилей. Однако этот процесс не так прост, как кажется.

Производство автомобилей – это прежде всего сложная, разветвленная цепь поставок, в которой задействованы десятки фирм. Все они связаны контрактами не только с автосборщиком, но и со своими поставщиками. Объемы поставок оговорены на многие месяцы вперед. При желании сократить складские остатки придется пересматривать всю цепочку контрактов. Это неизбежно потребует массу времени и породит большое количество ошибок, но приведет ли к увеличению спроса – неизвестно.

Причины кризиса

Статистика говорит, что автомобильный рынок находится в состоянии перманентного кризиса, у которого две основные причины: рост цен на автомобили при отсутствии роста доходов большинства населения. Посчитано, что за последние 5 лет доход обычной российской семьи упал на 40%, а средняя цена автомобиля возросла на 66%.

И первая, и вторая причины вызваны составляющими, которые невозможно регулировать изнутри отрасли. Цены на автомобили в течение многих лет медленно, но верно идут вверх. Инфляция, падение курса рубля и увеличение ставки НДС привели к существенному росту цен на новые автомобили. Некоторые автомобили с 2014 года подорожали в 2 раза (например, Lada Granta в кузове седан). Рост средней стоимости за тот же период, по данным «Автостат», составил более 60%. Аналитики отмечают, что сегодняшняя средняя цена нового автомобиля, высчитанная по итогам первого полугодия 2019 года (1 518 700 рублей), на 10% выше прошлогоднего показателя в 1 383 000 рублей.

Вторая составляющая кризиса – падение доходов населения при неуверенности большей его части в завтрашнем дне – также находится вне компетенции отрасли, но именно на нее направлены меры по стабилизации спроса.



Государство дает деньги

Точнее, государство снижает цену для потребителя, предоставляя некоторым категориям покупателей субсидии или обеспечив льготным кредитованием по программам господдержки, либо и тем, и другим.

Именно льготным потому, что количество обычных кредитов сокращается – люди предпочитают больше не накапливать долги, особенно с учетом драконовских процентных ставок.

На стимулирование продаж с помощью льготных кредитов и лизинга этим летом дополнительно было выделено еще 10 млрд рублей: 6 млрд на кредиты и 4 млрд на лизинг.

Предполагается, что эти деньги вернутся в бюджет в виде налогов и что выделенных денег хватит для реализации 75 тысяч автомобилей.

Рост за счет льгот

Действующие до этого программы господдержки «Первый автомобиль» и «Семейный автомобиль» позволяли экономить до 10% при покупке автомобиля

отечественного производства. Лизинговые программы «Российский тягач», «Российский фермер» и «Свое дело» сэкономили автоладельцу 12,5%, но выделенные на это 10,4 млрд руб. закончились, позволив реализовать 63 тысячи автомобилей.

По итогам второго квартала количество автомобилей, купленных в кредит по различным программам (241,2 тыс. ед.), показало рост в 8%. Этот рост связан в первую очередь с программами льготного кредитования. Причем если раньше кредитами больше пользовались в Москве и области, Санкт-Петербурге, Татарстане и Башкортостане, то сейчас идет рост кредитования в Кемеровской, Кировской, Рязанской и Тульской областях, а также в Красноярском крае.

Производство автокомпонентов

Программы господдержки полезны автозаводам, поскольку позволяют сохранить трудоустроенными более 2 миллионов человек, работающих в отрасли.

Кроме того, автопроизводи-

тели могут получить допуск к госзаказам, к «промсубсидиям», средствам господдержки и налоговым льготам, если выполнят условия по стратегическому развитию и локализации производства автокомпонентов.

Подробно эти условия отражены в Постановлении Правительства РФ №719 от 25.06.2019 года «О подтверждении производства промышленной продукции на территории РФ».

И еще разработанная Минпромторгом программа спасения заводов проходит сейчас согласование в Минфине и Минэкономике. Суть ее в том, что, опасаясь санкций, которые могут пресечь поставку автокомпонентов для российских автозаводов, Минпромторг просит 150 млрд рублей на локализацию некоторых узлов и агрегатов для предприятий ГАЗа, КАМАЗа, АВТОВАЗа и «Соллерса».

Программа в том числе предусматривает создание дизеля объемом не более 3 литров для УАЗа и «Газели», требуемые средства на разработку мотора – 3 млрд рублей. Еще 28,3 млрд

рублей понадобятся для разработки и организации выпуска компонентов для этого двигателя. Отдельных средств требует производство шасси, тормозной системы, а также иных элементов трансмиссии.

Противники проекта утверждают, что для его полноценного осуществления придется перепроектировать существующие автомобили, что потребует дополнительных средств и времени, поскольку унифицировать агрегаты на нескольких различных платформах невозможно.

Мировые тренды

Несколько усугубляет ситуацию в отрасли то, что люди пересматривают свое отношение к автомобилю. Тенденция отказа от владения автомобилем в пользу общественного транспорта и каршеринга захватывает молодые слои населения по всему миру.

Другие же поколения теперь считают правильным длительным владением автомобилем. Впервые падение продаж затронуло сразу три важнейших рынка – Китай (-6% к 2017 году и уже -5,5%



в первом квартале этого года), США и Европу (в Германии –10% в 2018 году и –13,4% во втором квартале этого года). Для Европы особую проблему представляет отказ от популярных ранее дизельных моторов. Запрет на дизели с 2030 года только в Германии может уничтожить 620 тысяч рабочих мест, так как производство электромоторов в разы проще выпуска ДВС. В результате мировой автопром уже переживает период слияний, поглощений и массового закрытия нерентабельных заводов.

Альтернативные виды топлива

Снижение продаж бьет по доходам автоконцернов именно в тот момент, когда они вынуждены (из-за экологических норм) инвестировать громадные суммы в автомобили с альтернативными силовыми установками. Проблема в том, что мир не выбрал единого направления к светлому будущему.

Что будет источником энергии в экологически чистом автомобиле: электричество, газ, водород, топливные элементы или что-то другое – разработчик и потребитель еще не решили. А раз так, ведутся дорогостоящие исследования сразу по нескольким направлениям с целью предложить готовые образцы, которые можно будет оценить только по результатам длительной эксплуатации.

Бывшим конкурентам не остается ничего, кроме как, объединившись, инвестировать в науку и технологии для ускорения процессов разработки и производства.

Электричество и беспилотники

Пока дальше всех продвинулись электромобили. Сейчас их с натяжкой можно назвать «зелеными», они стоят дорого и плохо приспособлены для повседневных нужд. Но их производство растет и уже наносит удары по рынку

труда: сборка намного проще, комплектующих меньше, а технического обслуживания почти не требуется – в результате высвобождается 30% рабочих рук.

Если удастся вывести беспилотные автомобили на дороги общего пользования, то проблемы отрасли могут быть вообще непредсказуемыми.

Заманчивое предложение

Поддержать нашего покупателя в трудные времена решил Китай, который вот-вот начнет поставку подержанных машин, произведенных на китайских заводах. Среди них могут быть автомобили марок Toyota, Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz и других ведущих мировых брендов.

Министерство торговли Китая сочло уровень качества поставляемых автомобилей приемлемым для Мьянмы, Нигерии, Камбоджи и... России. В Китае производится 28 млн машин в год, а общий автопарк достиг 300 млн машин. Потенциал для экспорта

подержанных машин из Китая огромен. Учитывая стоимость новых машин и курс юаня, цена автомобилей с пробегом не может быть высокой. Таможенная пошлина (22%) и утилизационный сбор (15%) и СБКТС (Свидетельство о безопасности конструкции транспортного средства), конечно, ее увеличат, но инициаторы проекта считают, что подержанные автомобили ведущих брендов китайского производства будут представлять интерес для определенных категорий российских потребителей. Цена и бренд на капоте решат все, оставив вопрос трудности обслуживания на втором плане. Тем более что китайские власти обещают тщательно следить за тем, чтобы подержанные машины были качественными и для них предлагался сервис, аналогичный тому, что есть для новых.

Если это действительно произойдет, то положение нашего автопрома станет еще более незавидным. ■

ДЛЯ ВАШЕЙ БЕЗОПАСНОСТИ ...



ВАЖНА КАЖДАЯ ДЕТАЛЬ АВТОМОБИЛЯ

www.heynermobil.de

HYBRID
technology



АКБ – две сотни лет развития

Анастасия Федоткина

Первые автомобильные аккумуляторы были нужны для работы в первую очередь звукового сигнала и системы зажигания машины, требовали постоянного ухода и быстро разряжались. Сегодня они представляют собой высокоэффективные компоненты, способные обеспечить высочайшую отдачу и сохранение энергии. Взглянем на историю создания и эволюции АКБ.

Пламя – альтернатива электроэнергии

История создания АКБ насчитывает практически два столетия, объединяет сотни видных умов человечества

и включает десятки тысяч патентов.

Впервые в составе автомобильной силовой установки, в качестве прародителя АКБ были применены гальванические элементы Бунзена, это событие датируется 1860 годом. Конструкцию создал Этьен Ленуар, но идея была отложена на несколько лет из-за несовершенства элементов Бунзена, которые имели большой вес и оказались слишком хрупкими. К тому же альтернатива искровому воспламенению топлива была – в виде открытого пламени, которое в нужный момент «соприкасалось» с горючей смесью.

Кстати, эффект накопления энергии был открыт немецким физиком Иоганном Риттером в 1802 году.

Изобретение Планте

Исторически первым аккумулятором принято считать изобретение француза Гастона Планте. В 1859 году он провел эксперимент с

пропусканием тока через свинцовые электроды, погруженные в разведенную серную кислоту, во время которого заметил, что положительные электроды покрылись

двуокисью свинца, в то время как отрицательный электрод не подвергался никаким изменениям.

Если такой элемент замыкали потом накоротко, прекратив



пропускание через него тока от постоянного источника, то в нем появлялся постоянный ток, который обнаруживался до тех пор, пока вся двуокись свинца не растворялась в кислоте.

Прообраз будущего

Выглядел первый аккумулятор следующим образом: он состоял из двух одинаковых свинцовых полос, навитых на деревянный цилиндр. Их отделяла друг от друга тканевая прокладка. Вся эта конструкция помещалась в сосуд с 10%-ным раствором серной кислоты. Существенным недостатком конструкции была небольшая емкость АКБ, из-за чего слишком быстро происходил разряд.

Вскоре после этого итальянский ученый Алессандро Вольта открыл явления гальванического электричества, что позволило значительно расширить возможности по накоплению энергии в первых АКБ.

Официально первый

В 1859 году в игру вступил Гастон Планте, который внес большие усовершенствования в развитие аккумуляторов. Ученый провел огромное количество опытов и пришел к такому типу аккумулятора, состоящего из свинцовых пластин с большой поверхностью, которые при зарядке током покрывались окисью свинца, а выделяя кислород и жидкость, отдавали электрический ток.

Планте между двумя листами свинца прокладывал полосы сукна и сворачивал их вокруг круглой палки. После в ход шли резиновые кольца, которыми получившийся сверток он стягивал и ставил в сосуд с подкисленной водой. При многократной зарядке и разрядке такого аккумулятора на поверхности пластин образовывался активный действующий слой, который участвовал в процессе и придавал элементу большую емкость. Но многократные зарядка и разрядка аккумулятора для придания ему большей емкости значительно поднимали его стоимость и затрудняли производство батарей в промышленных масштабах. Именно Планте считают создателем первой АКБ.

Ближе к современности

На пути к современному аккумулятору, в том виде, в котором мы привыкли его видеть, стояло еще одно усовершенствование. В 1880 году Камилл Форм применил свинцовые пластины в виде решеток, ячейки которых были набиты специально приготовленной массой, изготовленной заранее. Такое нововведение значительно упростило и удешевило изготовление аккумуляторов, сведя формовку к очень непродолжительному процессу.

Все дальнейшие улучшения свинцовых аккумуляторов основывались на открытии Формы способа заполнения и формов-



ки решетчатых пластин. Пока аккумулятор на основе свинца развивался и совершенствовался, параллельно шли разработки применения других металлов. Как оказалось, свинцовые батареи имели ряд недостатков, такие как большой вес на единицу емкости, отсутствие возможности хранения детали без порчи в разряженном состоянии и многие другие.

Аккумулятор без свинца

Запатентовать аккумулятор, в состав которого не входил свинец, смогли сразу два ученых – Томас Эдисон и Вальдмар Юнгер в 1901 году. Такой аккумулятор состоял из двух систем пластин.

Первая содержала окись железа, а вторая – черную окись никеля, пластины были опущены в 20%-ный раствор едкой щелочи, обычно едкого калия, с прибавлением 0,5–1% едкого лития. Он обладал большой механической прочностью, мог долго оставаться в разряженном состоянии, не подвергаясь сульфатации, имел сравнительно небольшой вес и был долговечнее по сравнению со свинцово-кислотными АКБ.

Автомобильная лихорадка

Во время автомобильного бума очень кстати пришлось свинцово-кислотные аккумуляторные батареи. Преимущество

На автомобилях до 1910 г. аккумуляторная батарея применялась только для системы зажигания, вырабатывая искру. А все потому, что скорость движения была невеликой, хорошего освещения дороги не требовалось. Кроме того, угольные лампы накаливания, распространенные в те времена, потребляли так много энергии, что для их работы потребовался бы очень большой аккумулятор.

Кстати, аккумуляторные батареи тех лет практически ничем не отличались от современных. Они также собирались из отдельных аккумуляторов (3 или 6 аккумуляторов), помещенных в общий корпус.

Правда, в то время АКБ обслуживали зажигание автомобиля и звуковой сигнал. И особое развитие АКБ смогли получить лишь вместе с развитием систем старта из салона автомобиля, проще говоря электростартеров.

На пути к удобству

Почти каждый день автовладельца того времени проходил по одной схеме – проверка уровня электролита и доливание дистиллированной воды. Сказать, что это приятное развлечение, означало бы соврать. Только вот проигнорировать эти манипуляции при всем желании не представлялось возможным. Если автовладелец игнорировал эти манипуляции, то происходили снижение уровня электролита, сульфатация пластин и, в конечном итоге, преждевременный выход из строя дорогостоящих батарей.

Соответственно, поиск новых решений и улучшения технологий, направленных на уменьшение трудоемкости обслуживания АКБ, был очень популярен. О чем свидетельствует тот факт, что уже к 1937 году только по кислотному аккумулятору в мире было зарегистрировано около 20 000 патентов.

И ученым удалось добиться совершенства. На странице 38 вы можете найти список лучших производителей АКБ, а на странице 40 – обзор самых последних и наиболее актуальных технологий их производства. ■



Лучшие производители АКБ

Анастасия Федоткина

Аннулятор – один из тех узлов, который может доставить массу неприятностей автовладельцу либо, наоборот, долгие годы не напоминать о своем существовании. Именно поэтому выбирать АКБ стоит особенно тщательно. Мы составили список производителей, продукция которых доверять точно стоит.

Чтобы снизить вероятность головной боли при отказе жизнедеятельности АКБ, мы советуем перво-наперво сделать выбор в пользу качества и, конечно, соблюдать все правила эксплуатации.

В первом вопросе наш журнал – главный помощник! Представим вашему вниманию рейтинг лучших брендов аккумуляторов, который основан на анализе результатов ежегодной премии «Мировые автомобильные компоненты».

Varta – 4 награды премии МАК

Во главе списка – бренд Varta, который начал побеждать с

момента запуска премии в 2012 году. Через год компания повторила успех, став призером по мнению проголосовавших в сети Интернет. В 2014 году представители компании поднялись на сцену и забрали награду вместе с признанием экспертов. Пропустив год, в 2017-м бренд снова стал лучшим, став единственным победителем в номинации. Кстати, в этом году компания снова претендует на победу.

Bosch – 2 награды премии МАК

Бренд с богатой историей и огромным количеством производимой продукции сохраняет топовое качество в сегменте

АКБ. В портфеле компании две награды, которые она получила в 2015 и 2016 годах, интересно, что каждый раз Bosch становился единственным победителем в номинации, получая признание как от профессионального сообщества, так и от потребителей.

EXIDE – 1 награда премии МАК

Премия «Мировые автомобильные компоненты» – независимая и учитывает мнение не только экспертов, но и конечных потребителей, особенно приятно, когда их мнения совпадают. Так случилось в 2018 году, что принесло безоговорочную победу бренду EXIDE. ■

Комментарии победителей



Константин Янубов,
генеральный директор
компании Varta:

«От имени Johnson Control я хочу выразить признательность потребителям нашей продукции и экспертам, из года в год отдающим предпочтение аккумуляторам бренда Varta. Не секрет, что Johnson Control является самым крупным в мире производителем автомобильных аккумуляторов. Уже много лет Varta является выбором автолюбителей, автопроизводителей и экспертов отрасли. Мы с гордостью принимаем премию МАК в номинации «Аккумулятор года» и стараемся сохранить высокий уровень нашей продукции, обеспечивая отличное качество для клиентов. Благодарю всех за поддержку и вклад в успешную работу нашей компании».

Роман Герасимов,
директор по продажам,
Россия, ООО «Энсайт
Технолоджиз», бренд Exide:

«В прошлом году мы, можно сказать, открыли для себя премию «Мировые автомобильные



компоненты». Разумеется, мы знали о ее существовании, но именно в 2018 году впервые стали победителями в номинации «Аккумулятор года». Мы горды, что мировой уровень качества аккумуляторов Exide нашёл подтверждение у профессионального жюри и потребителей. Для себя мы отметили высочайший уровень проведения мероприятия, начиная от самой организации, креативного

сценария, до беспристрастной методики подсчета голосов. А выйти на одну сцену с титанами бизнеса, получив весомую награду, вдвойне приятно. Для нас большая честь участвовать в премии МАК и конкурировать с достойными соперниками, ведущими мировыми производителями. Еще раз выражаем свою благодарность потребителям за поддержку и организаторам премии за такого уровня

мероприятие. Премия МАК не только является подтверждением качественной работы, но и отличным стимулом продолжать удерживать и улучшать свой уровень качества».

Максим Жарнов,
менеджер по работе с
ключевыми клиентами
компании Bosch,
направление АКБ:

«Компания Bosch поставляет широкий спектр продуктов и услуг, включая компоненты и системы для бензиновых, дизельных, гибридных и электрических силовых установок, системы активной и пассивной безопасности, автомобильную электрику и электронику, устройства мобильной связи. Как точно когда-то высказался Роберт Бош: «Я всегда старался производить изделия, которые выдержат любые испытания, которые будут признаны лучшими с любой точки зрения». Этот принцип обеспечения надежности и долгого срока службы продукции до сих пор остается основополагающим для Bosch». ■



Самое важное про АКБ

Антон Пилот

В контексте увеличения количества потребителей электроэнергии на борту современных автомобилей, все большее значение приобретают надежность и эффективность аккумуляторных батарей.

Принцип действия и развитие

Следует сразу отметить – принцип действия всех современных стартерных аккумуляторных батарей идентичен. Больше того, он не сильно изменился со времен изобретения АКБ Гастоном Планте в середине XIX века: он представил Французской академии наук первую АКБ на основе свинца и серной кислоты.

С другой стороны, принципы принципами, но отличия совре-

менных аккумуляторов от тех, что создавал французский ученый, так же велики, как разница между простейшими гальваническими элементами и сложными системами, вобравшими в себя все новации прошедших полтора сотен лет.

Многочисленные усовершенствования, направленные на повышение выносливости, увеличение пусковых токов и устойчивости к глубоким разрядам, произошли в области материала пластин, формы токоотводов и сепараторов, отразились на

конструкции корпусов, которые стали легче и прочнее.

В конструкцию современной аккумуляторной батареи, представляющей собой корпус-моноблок с креплением за основание, входят полублоки положительных/отрицательных пластин, состоящие из положительных/отрицательных токоотводов, отдельных положительных/отрицательных пластин, а также электролит, сепарация и межэлектродные соединения. Химическая формула всех батарей одинакова.

Традиционная батарея

В традиционном исполнении аккумуляторная батарея имеет шесть ячеек. В каждой ячейке находится блок электродов с чередующимися положительными и отрицательными электродами, разделенных сепараторами. Соотношение между количеством положительных и отрицательных электродов зависит от требований, предъявляемых к батарее: проще говоря, чем мощнее батарея, тем толще блок электродов.

Электричество выделяется при разряде и потом в заряде накапливается в активных веществах. Любые примеси, как говорят специалисты, это ухудшение характеристик. Но, тем не менее, чтобы батарея была надежной, долговечной и прочной, применять их необходимо. В частности, в активную массу добавляются полимерные волокна, расширители, ингибиторы и проч., имеются легирующие добавки (сурьма, кальций, серебро).

Для более эффективного функционирования конструкция АКБ должна быть оптимизирована. Блок пластин собирается отдельно из положительных и отрицательных решеток, положительная активная масса – диоксид свинца, отрицательная – обычный свинец. Обязательно сепаратор, предотвращающий механическое замыкание между пластинами. Все эти ингредиенты доступны на открытом рынке всем производителям, которые могут изготовить любую батарею, отвечающую заданным характеристикам.

Принципиально – это решетка, которая определяет современную батарею. Положительная и отрицательная решетки имеют разную конструкцию.

Классификация

Глобально все современные стартерные аккумуляторные батареи можно классифицировать по трем ключевым параметрам.

Во-первых, по объему обслуживания они делятся на малообслуживаемые с решетками из свинцово-сурьмянистого сплава

(с малым содержанием сурьмы); необслуживаемые «гибридные» и «кальциевые», а также полностью необслуживаемые герметизированные со связанным электролитом.

Во-вторых, по составу сплава решетки АКБ подразделяются на батареи с решеткой PbSb – положительные и отрицательные решетки свинцово-сурьмянистые с содержанием сурьмы до 2,5%; гибридные – положительные решетки с добавкой сурьмы, отрицательные – с добавкой кальция и батареи PbCa, у которых положительные и отрицательные решетки свинцово-кальциевые.

Ну и в-третьих, АКБ можно классифицировать по технологии производства решетки: батареи с решетками, изготовленными методом отливки (PbSb, PbCa), методом просечки и последующей растяжки (PbCa) и методом штамповки (PbCa).

Потеря воды

Одной из традиционных характеристик, все еще сохраняющих актуальность в силу широкого распространения АКБ самых разных типов, является расход воды, г/1 Ач – уменьшение массы батареи при перезаряде в течение определенного времени при постоянном напряжении 14,4 В при температуре +40°C.

Российский ГОСТ 959-2002 регламентирует расход не более 6 г на 1 Ач после 21 суток перезаряда для малообслуживаемых батарей.

Более свежий стандарт ГОСТ Р 53165-2008 для необслуживаемых АКБ устанавливает не более 4 г на 1 Ач с малой потерей воды и не более 1 г на 1 Ач с очень малой потерей воды.

Соответственно, в батареях со связанным электролитом VRLA – Valve Regulated Lead Acid (клапанно-регулируемая свинцово-кислотная) – и AGM – Absorbent Glass Mat (абсорбирующее стекловолокно) – расход воды равен 0 г/Ач.

Саморазряд батарей

Еще одна важная характеристика – саморазряд, то есть потеря емкости аккумуляторной батареи при бездействии. Изменение состояния разных

BLITZ

BRAKE SYSTEMS



МОЛНИЕНОСНОЕ ТОРМОЖЕНИЕ

ЭЛЕМЕНТЫ ТОРМОЗНОЙ СИСТЕМЫ BLITZ

BLITZBRAKE.DE



Особый фрикционный материал "low metallic" для эффективного торможения в серии HIGH PERFORMANCE



Продукция соответствует качеству оригинальной комплектации



Безопасность за счет соответствия Европейским нормам качества (ECE-R90)



Максимальный комфорт за счёт применения резинометаллической пластины «Антискрип»



CARBERRY.

Performance for value

батарей в процессе хранения происходит по-разному. АКБ Pb-Sb (5,5%) в среднем за полгода разряжаются полностью. Батареи Pb-Sb (2,5%) будут пустыми за 18 месяцев. Предел гибридных где-то около 22 месяцев. Степень заряженности свинцово-кальциевых за это же время снижается до 40%, а полная разрядка гораздо позже.

Ресурс

Третья фундаментальная характеристика – срок службы. Средний срок службы аккумуляторных батарей определяется продолжительностью эксплуатации (пробег или мото-часы) до момента снижения емкости ниже 40% от номинальной или продолжительности стартерного разряда менее 1,5 минуты при температуре +25°C.

Средний срок службы необслуживаемых батарей в соответствии с ГОСТ 959-2002 составляет 48 месяцев при наработке 100 тысяч километров или 4000 мото-часов.

Гарантийный срок эксплуатации необслуживаемых батарей по ГОСТ 959-2002 – 24 месяца при наработке не более 75 тысяч километров пробега или 2500 мото-часов.

Возрастающие нагрузки

Для все большего количества компонентов автомобилей требуется электроэнергия – количество потребителей на борту растет очень внушительно. В качестве примера можно привести системы безопасности.

Потребление электроэнергии со стороны систем содействия управлению автомобилем, активной стабилизации и автоматического торможения тоже возрастает.

А еще есть системы комфорта, которые предлагают все новые и новые функции. Все это в совокупности делает автомобильный аккумулятор критически значимым компонентом и служит мощным стимулом для развития технологий создания АКБ.



Быстрая зарядка

Например, не так давно появилась технология батарей с ускоренной зарядкой. Ее суть заключается в применении углеродных добавок при производстве отрицательных

пластин. Данная технология, эффективность которой была подтверждена в ходе разработки аккумуляторных батарей AGM и EFB, позволила улучшить прием заряда и значительно сократить тем самым время зарядки.





В обычных АКБ во время разряда частицы сульфата свинца постепенно покрывают поверхность отрицательных пластин, изолируя ее от электролита. Как следствие, много энергии, предназначен-

ной для зарядки аккумулятора, уходит на электрохимическое растворение этого сульфата, делая процесс зарядки менее эффективным.

Углеродные, с высокоразвитой поверхностью, компоненты в

аккумуляторах обеспечивают повышенную электропроводность активной массы, что приводит к быстрому преобразованию частиц сульфата при заряде.

Актуальные технологии

Но сегодня наиболее релевантными требованиям сегодняшнего дня можно признать две технологии: AGM и EFB.

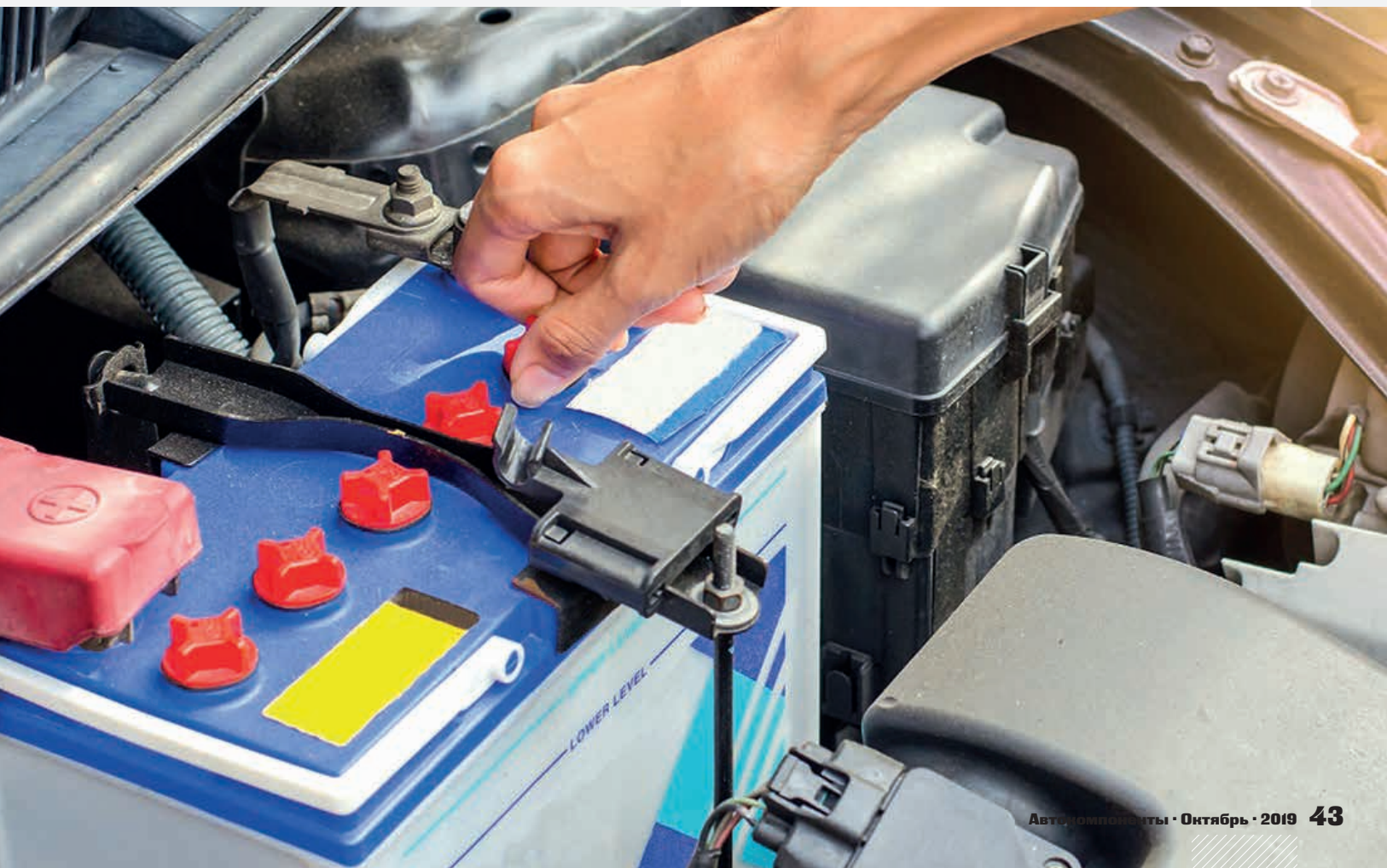
Технология AGM базируется на специальных стекловолоконных сепараторах, впитывающих весь электролит в аккумуляторе и обеспечивающих высокую устойчивость к циклированию. Это позволяет аккумулятору выдерживать многочисленные циклы заряда-разряда без потери производительности.

В аккумуляторных батареях, изготовленных по технологии EFB, между пластиной и сепаратором применяется дополнительный полиэстеровый элемент, представляющий собой сетку. Эта сетка удерживает активную массу внутри пластины и предотвращает ее

вымывание. В результате повышается устойчивость к глубокому заряду-разряду и обеспечивается более эффективная заряжаемость.

Электрический гель

Не теряют актуальности и так называемые «гелевые» аккумуляторы. Современные АКБ этого типа представляют собой чрезвычайно устойчивые к глубоким разрядам необслуживаемые батареи, гарантирующие повышенную энергоемкость, а также безопасный и уверенный старт. Это надежные аккумуляторы, которые доказали свою пригодность для использования в наиболее ответственных и критически важных областях применения, в том числе в максимально электронегруженной технике. Однако, при невероятном количестве плюсов, есть один недостаток – цена такой батареи в несколько раз выше, что препятствует ее массовому распространению. ■



Доли рынка производителей АКБ



Итак, самыми распространенными и востребованными АКБ для легковых автомобилей являются бренды Bosch, на долю которых приходится 19% продаж в России. Второе место принадлежит именитому производителю Varta, он контролирует 15% рынка. Третье и четвертое место делят между собой аккумуляторы Delta и Exide, получающие равные доли по 13%. Интересно, что, кроме них, только два производителя имеют значимые продажи – это Mutlu и Tab с показателями 8 и 7 процентов соответственно. Остальные бренды, в том числе и «оригинальные», недотягивают даже до 5%.

Методология

Статистика предоставлена аналитической платформой Aftermarket-DATA, которая является частью экосистемы маркетплейса запчастей ВИН-КОД.РФ и CRM для автосервисов Win-Sto.ru. В общей сложности на площадке работают более 1500 магазинов запчастей и независимых СТО.

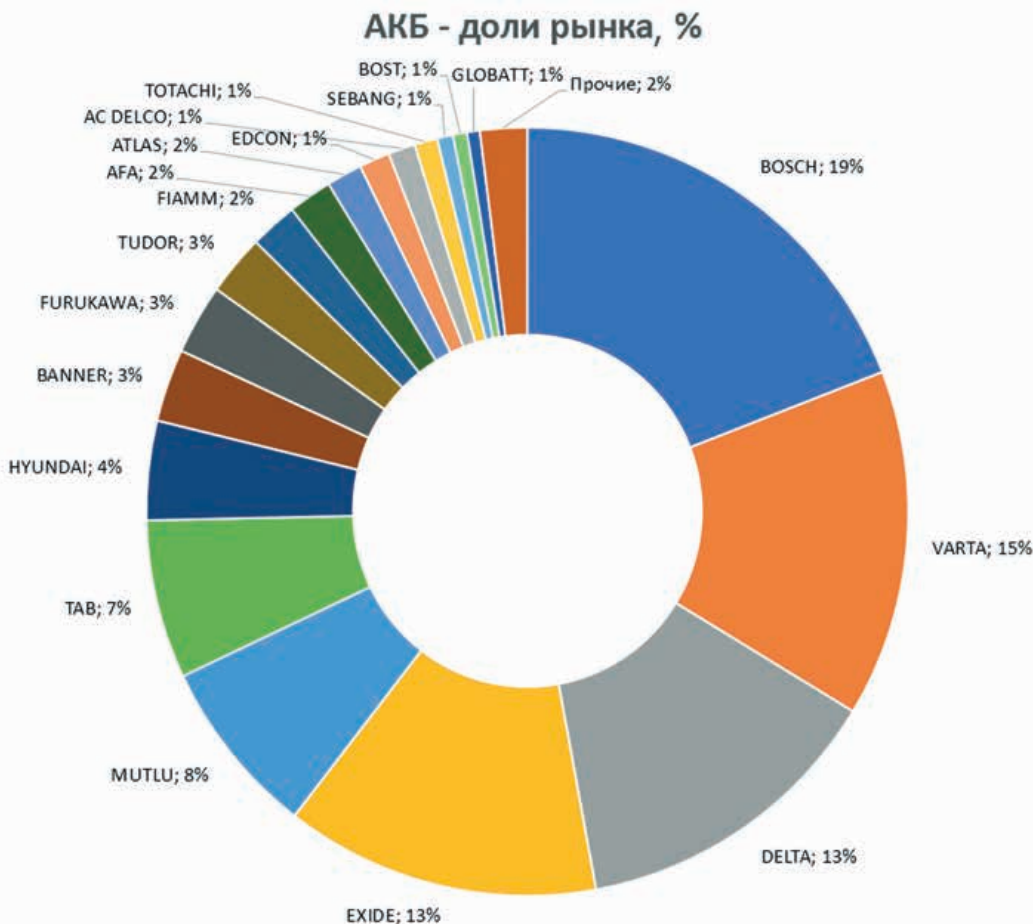
Годовая аудитория портала составляет не менее 4 миллионов уникальных пользователей, из них 9000 посещают платформу ежедневно. Важно, что все посетители платформы – это представители профессионального сервисного сообщества. ■

Подготовил
Сергей Захаров

Несмотря на довольно большую представленность разнообразных брендов автомобильных аккумуляторов на российском рынке, основные игроки этого сегмента не меняются на протяжении многих лет. Доли каждого бренда на российском рынке оценили специалисты маркетплейса запчастей ВИН-КОД.РФ.

Предпочтения покупателей

Потребители делают выбор в пользу наиболее раскрученных брендов, при этом ориентируясь и на цену товара. Подробную информацию по аналитике спроса вы можете найти в экспертном обзоре от нашего партнера – компании Gruzdev-Analyze, который представлен на 28-й странице журнала.





Мировые
Автомобильные
Компоненты

31 октября 2019

ПЕРВАЯ НЕЗАВИСИМАЯ ПРЕМИЯ В СФЕРЕ АВТОКОМПОНЕНТОВ

www.mak-award.ru

Генеральный партнер
премии:



Партнер
премии:



IGNITION
PARTS



VEHICLE
ELECTRONICS

Генеральный спонсор
розыгрыша призов:

OSRAM

Спонсор
розыгрыша призов:



Germany



Germany

При поддержке:

MIMS
automechanika
MOSCOW

ITEM
EXPO



messe frankfurt



Ассоциация Дистрибьюторов
Автомобильных Компонентов

Smart
Информационный центр

Генеральный инфопартнер:

5КОЛЕСО

Медиапартнеры:

автс **ST-KT.ru**

www.A-KT.ru



КУЗОВ

Движок

Автобизнес





«Интеравто» в новом формате

Несмотря на сложности, которые испытывает автомобильная отрасль вместе с российской экономикой, слухи о смерти специализированных выставок сильно преувеличены, что наглядно показало одно из самых важных мероприятий индустрии – выставка «Интеравто».

Антон Пилот

Выставкам – жить

В последние годы много говорится о том, что отраслевые выставки утратили свое значение. Да, ситуация в регионах действительно настораживает – целый ряд интересных проектов, собиравших когда-то более сотни экспонентов и десятки тысяч посетителей, прекратили свое существование.

Однако в столице внимание к выставкам ослабло лишь отчасти, и мероприятие конца лета,

прошедшее в «Крокус Экспо», свидетельствует о благополучном развитии экспозиционной деятельности.

Естественно, сложности есть, но в ответ на них рынок пробует новые форматы и решения. Так было с недавно прошедшей выставкой «Шате-М Экспо», которая впервые состоялась в Екатеринбурге, так же случилось и с «Интеравто», которая была несколько скорректирована организаторами, которые услышали пожелания отраслевого сообщества.

В новом режиме

Одной из самых значимых корректировок стало изменение режима проведения выставки. Если прежде «Интеравто» была связана по срокам с МИМСом, проходя в одну с ним неделю и перенимая от него отраслевую эстафету, то в 2019 году форум в «Крокус Экспо» взял курс на «Комтранс», формируя синергию отраслевой кооперации в несколько ином ключе.

Здесь стоит отметить, что переориентация выставки ни в коем случае не отразилась на ее

содержании и наполнении. Она не стала «более комтрансовской», полностью сохранив свои приоритеты, тематику и разделы, демонстрируя новейшие разработки российских и зарубежных производителей автокомпонентов, гаражного и сервисного оборудования, расходных материалов для ремонта, автохимии и лакокрасочной продукции.

Она не превратилась в выставку «для грузовиков» и их технического обслуживания, укрепив свои позиции именно как международная выставка автомобильной индустрии.

Проведение «Интеравто» в одни дни с «Комтрансом» позволило ей собрать более широкую аудиторию, привлечь больше посетителей и обеспечить максимально эффективную работу профессионального сообщества: на площади 25 000 кв. м свыше 360 компаний из 20 стран мира и 45 регионов России представили свои товары, услуги и свежие решения.

Переезд во благо

Благоприятно сказался и переезд из первого павильона во второй – в более просторных залах более комфортно с организационной точки зрения, поскольку можно выгоднее представить свой стенд, обеспечить более продуктивную коммуникацию с посетителями.

Так называемый «эффект объема» очень энергично реализует свои преимущества – люди не разбредаются по нескольким тематическим залам, а концентрируются в двух. Таким образом, их вниманию представляется вся экспозиция полностью, а соответственно, участники получают возможность охватить своим воздействием наибольшее число посетителей.



Не менее важно и то, что при таком позиционировании экспозиция находится значительно ближе к «Комтрансу» – в соседнем павильоне, что способствует более гармоничному обмену потоками посетителей обоих мероприятий. Согласитесь, ну грех не зайти на «Интеравто», когда ты пришел на «Комтранс», и наоборот, – настоящий профессионал найдет немало интересного и там, и там.

Ставка на деловую программу

На выставке «Интеравто» в этом году была особенно богатой деловая программа, созданная при поддержке НАПАК и НП ОАР, промышленного кластера «Автопром Северо-Запад», Russian Automotive Market Research (НАПИ) и отраслевого коммуникационного проекта RUSAUTOconnect.

В рамках запланированных мероприятий обсуждались основные направления организации поставок для автопромышленного рынка, тенденции



автомобильной индустрии, ее текущее состояние и пути решения имеющихся проблем.

Отличительной чертой программы стал комплексный практический подход к развитию отрасли: от определения востребованной категории продукта поставщиков и формирования консолидированного бизнес-кейса до решения оперативных вопросов по организации эффективного производства и обеспечения требований конечного потребителя.

Конференция поставщиков

Одним из значимых событий деловой программы являлась Международная конференция поставщиков автомобильной промышленности «Интеравто-2019».

Ведущие игроки автопромышленного рынка – российские и международные поставщики автокомпонентов, оборудования, сырья и материалов – обсудили особенности динамики развития индустрии автокомпонентов на новом высокотехнологичном уровне.

Конференция включала: пленарную сессию «Формирование национальной автопромышленной экосистемы»; сессию локальных поставщиков по формированию национальной многоуровневой базы поставщиков, развитию испытательной, технологической и индустриальной инфраструктуры; сессию иностранных поставщиков «Новые тренды и предпочтения

инвесторов. Оперативный запуск и реализация проектов в региональных промышленных кластерах» с участием делегации из Бразилии, члены которой планируют развивать бизнес в России, сотрудничая с локальными компаниями. Особое внимание было уделено особенностям и юридическим аспектам заключения СПИК-2 как нового эффективного инструмента для трансфера технологий.

В рамках конференции также прошло расширенное межрегиональное совещание по вопросам формирования национальной многоуровневой базы поставщиков с привлечением к выпуску комплектующих предприятий из смежных индустрий и сектора ОПК.

Построение связей

В этом году на повестке дня: основные тренды автомобильной индустрии – интеграция поставщиков в глобальные цепочки поставок, развитие кооперационных связей и субконтрактинга. Именно поэтому в новом формате прошла «Биржа контактов» для участников и посетителей «Интеравто-2019».

Каждый участник деловой программы впервые – еще до проведения закупочных и переговорных сессий – получил график индивидуальных встреч, который был сформирован для каждой компании с учетом ее компетенций и поставленных задач. Действующие поставщики и предприятия из смежных

индустрий смогли получить квалифицированные консультации по вопросам организации поставок, провести деловые встречи с техническими экспертами, специалистами по закупкам, потенциальными партнерами и субпоставщиками.

А на второй день международной программы развития поставщиков состоялась 24-я сессия Международной программы развития поставщиков автомобильных компонентов и комплектующих промышленного назначения, реализуемой НАПАК: встречи и индивидуальные переговоры поставщиков легко-



вого автомобильного транспорта, LCV, грузового транспорта, спецтехники, электротранспорта и зарядных инфраструктур, пассажирского транспорта; воркшопы по направлениям поставок и программ поддержки проектов поставщиков.

Мероприятия на все вусы

Кроме того, среди событий международной программы развития поставщиков были: ряд кооперационных сессий и B2B-встреч, направленных на поиск партнеров и презентацию проектов; дискуссии о планах развития и вариантах сотрудничества по



вопросам стратегического, технологического и индустриально-партнерства представителей России и зарубежных стран.

Мойки самообслуживания

Также в рамках деловой программы «Интеравто-2019» прошел форум «Маркетинг МСО (автомойки самообслуживания) – как увеличить выручку?». Его главная идея – создание единой площадки для делового общения собственников, управляющих, маркетологов и инвесторов МСО с целью обсуждения вопросов по внедрению новейших технологий и методик, способствующих увеличению прибыли, а также содействию обмену опытом и установлению взаимовыгодных

контактов между участниками сферы МСО.

В работе форума приняли участие более 550 человек (собственники, управляющие, маркетологи, инвесторы), которых ожидали: 8 часов интенсивного маркетинга автомоечного бизнеса, разбор кейсов от практикующих спикеров, мастер-классы от ведущих профессионалов.

В частности, рассмотрение следующих тем: «Отстройка от конкурентов в «густой» локации», «Маркетинговые акции как драйвер роста выручки», «Брендинг и диджитализация», «Стандарты управления и их влияние на выручку». С мастер-классом выступил Илья Балахин – один из самых востребованных

специалистов в области разработки маркетинговых стратегий, руководитель и управляющий партнер Paper Planes Consulting Agency.

Развитие продолжается

Благодаря внедрению новых форм бизнес-коммуникации в классические рыночные механизмы «Интеравто» удалось объединить на одной площадке широкую профессиональную аудиторию: выставку ежегодно посещают более 30 000 специалистов – производителей и дистрибьюторов автокомпонентов, запчастей, комплектующих, автохимии, лакокрасочной продукции, оборудования для техобслуживания и ремонта автотранспорта; представителей автосервисов, тюнинг-ателье, страховых компаний, федеральных и муниципальных органов власти, специализированных СМИ.

Можно без преувеличения сказать: благодаря статусу эффективной коммуникационной площадки «Интеравто» занимает важное место в календаре событий профессионального автомобильного сообщества.

В самые короткие сроки специалисты получают возможность изучить широкий спектр автопромышленных изделий, найти новых клиентов и партнеров, наладить каналы сбыта продукции и заключить выгодные долгосрочные контракты. ■





Ориентация на новые тренды



Антон Пилот

Международная выставка коммерческих автомобилей COMTRANS интересна не только новинками в области LCV, грузовой, специальной и коммунальной техники, но и довольно внушительной экспозицией сегмента запчастей. В этом году автокомпоненты выставлялись инновационные, в соответствии с основными трендами отрасли.

Некоторые инновационные процессы, происходящие в легкомоторном сегменте автомобильной отрасли, в сфере коммерческой техники не так заметны обывателям, хотя нередко выражены здесь намного ярче.

А между тем подавляющая часть прогрессивных технологий, уже реализованных серийно или только концептуально в самых современных грузовых автомобилях MAN, Mercedes, DAF, Volvo, разработана известными компаниями – ведущими мировыми производителями автокомпонентов и комплектующих. Они поставляют свою продукцию и на aftermarket, и на конвейеры глобальных концернов, что обеспечивает формирование мощнейшей технологической базы, решающей в русле перспективных тенденций актуальные задачи не только сегодняшнего дня, но и ближайшего будущего.

Элементы трансмиссии

Вот, например, участник выставки концерн ZF в грузомоторном сегменте представил модульную автоматизированную трансмиссию TraXon для тяжелых грузовиков: коробки передач EcoTronic и EcoLife, а также раздаточную коробку TC27. Все эти агрегаты можно найти на грузовиках многих популярных брендов.

Но ZF – это еще и такие инновационные агрегаты, как

центральный электропривод CeTrax и электропортальный мост AxTrax AVE, которые могут быть интегрированы в существующие платформы транспортных средств без каких-либо больших изменений в шасси. Они позволяют существенно сократить расход топлива и выбросы вредных веществ, а также сделать поездку максимально комфортной.

Подобными решениями производители компонентной базы отзываются на запросы коллег-автомобилистроителей, и именно на таких решениях базируется мобильность завтрашнего дня, в которой экологичность, автономность и безопасность играют основную роль. Собственно, на московском COMTRANS в этом можно было наглядно убедиться, ближе познакомившись с такими решениями.

Беспилотные грузовики

Так, впервые в России Volvo Trucks представила свою передовую разработку в области электрического автономного и подключенного транспорта – беспилотный грузовик будущего VERA, который, несомненно, стал подлинным украшением выставки, демонстрируя вектор глобальных инженерно-конструкторских трендов.

Электромобили

Компания MAN, тоже впервые в нашей стране, в рамках выставки COMTRANS-2019 показала свои разработки в области электромобильности – полностью электрический грузовой автомобиль для дистрибуции MAN eTGM и аккумуляторную версию нового фургона MAN eTGE. Самое примечательное в этом то, что серийное производство электрического eTGE уже началось! Оно стартовало в июле 2018 года на заводе в польском городе Вжесня.

MAN eTGM еще не поставлен на конвейер, но первые предсерийные машины с сентября 2018 года находятся в опытной эксплуатации у девяти компаний австрийского консорциума CNL. А в конце декабря 2018 года компании Porsche был передан электроприводной грузовик eTGM с полуприцепом для выполнения логистических задач на производственной площадке в Штутгарт-Цуффенхаузене, где он курсирует на почти 19-километровой дистанции в постоянном режиме. Как сообщают представители компании, использование электрического грузовика обеспечивает снижение объемов выбросов CO₂ на 30 000 кг в год.

А что для таких автомобилей дают компонентщики? Не конкретно для упомянутых, а для всего сегмента транспортных средств, которые подходят под определение «мобильность будущего»?

Умные шины

Концерн Continental на COMTRANS-2019, помимо новой грузовой шины Conti CrossTrac, представил систему удаленного контроля давления ContiPressureCheck и приложение ContiConnect для ОС Android.

Если ContiPressureCheck служит для непрерывного измерения давления и температуры во всех колесках автомобиля с помощью автономных датчиков, то ContiConnect позволяет в режиме реального времени отслеживать состояние шин с помощью любых устройств на базе ОС Android: смартфонов или планшетов – и удаленно корректировать некоторые из них.

ContiConnect интегрирует цифровые решения компании Continental, предназначенные для грузовых шин, с существующими автомобильными системами и устройствами. За счет преимуществ цифровизации обеспечивается более высокий уровень надежности и эффективности в управлении состоянием шин.





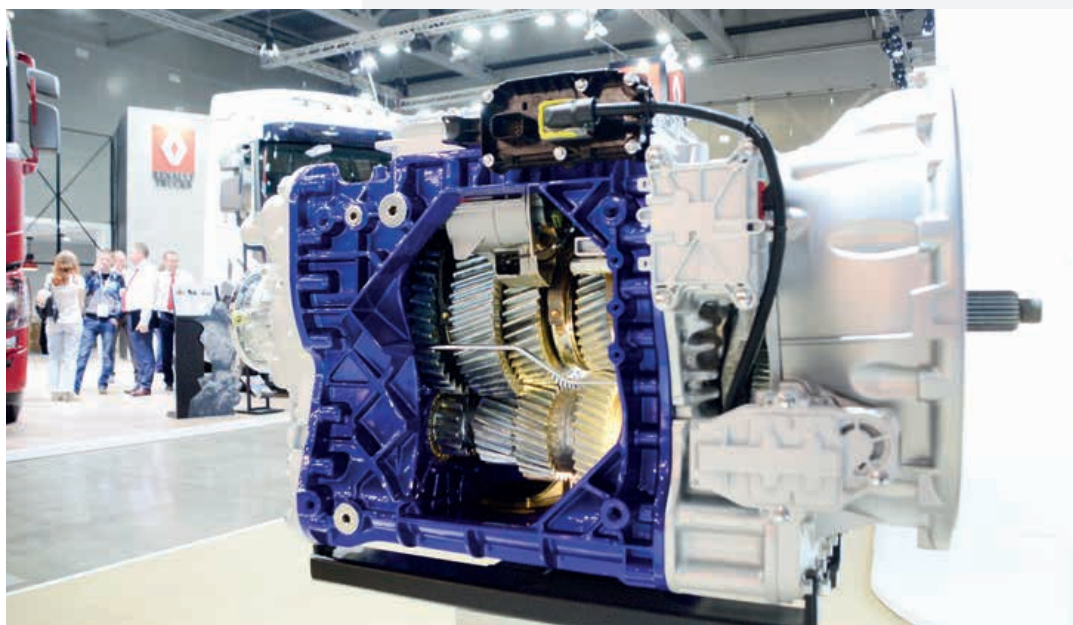
Новые направления Webasto

Компания Webasto в своей экспозиции особый акцент сделала на оборудовании для транспортных средств с электрическим и гибридным приводом. Благодаря программам крупных городов по развитию электротранспорта тема электробусов сегодня актуальна и в нашей стране. «Вебасто Рус» – дочернее предприятие компании в России – выступает в уникальном качестве системного поставщика такого оборудования.

Для моделей, ориентированных на zero emission, но разработанных на базе обычных дизельных автобусов, Webasto предлагает отопитель Thermo AC в формате дизельных отопителей Thermo, с теми же габаритными и подсоединительными размерами, но работающий на электричестве.

Наконец, для разрабатываемых с нуля электробусов с высоковольтной бортовой сетью создан новейший подогреватель-отопитель High Voltage Heater, отличающийся высочайшей эффективностью (КПД более 98%) и компактностью – 10-киловаттный модуль весит меньше 3 кг. Система может объединять до 5 параллельно подключаемых модулей, каждый с гибким регулированием производительности.

Естественно, «Вебасто Рус» предлагает для электробусов и



продукцию из второго своего традиционного сегмента – кондиционеров. Представленная на выставке накрынная модель REVO-E Global разработана с учетом требований глобального рынка. Особое внимание было уделено легкости конструкции, простоте установки.

Кроме того, Webasto в настоящее время предлагает решения и в новой для себя сфере тяговых батарей и поддержания их оптимального температурного баланса. Для этого используются в том числе системы отопления и климатизации салона, что позволяет Webasto выступать в роли единого поставщика такого оборудования для электробусов. Соответственно, компания предлагает решения по управлению системой в целом, исходя из температурных условий и уровня заряда батарей, а также элементы HVAC (передачи тепла/холода к батарее, в салон и кабину), датчики и т.п.

И это лишь некоторые из примеров тесной кооперации автомобилестроителей с производителями автокомпонентов, представленных на московской выставке COMTRANS-2019. Вот так единым фронтом известные мировые компании движутся в сторону высокотехнологичного инновационного будущего. ■

ВИН-КОД.РФ 

Marketplace 



Автоматизируем магазины
запчастей и розничные сети



Win-СТО
Управление автосервисом



Digital-Marketing



Online-обучение продавцов
и мастеров СТО



Управление Call-центром
мощная CRM система

Аналитика **aftermarket РФ** для производителей запчастей

+7 (499) 490-07-21

mit@vincodrf.ru

<https://вин-код.рф>





Будущее рынка – в консолидации и сотрудничестве

**Беседу провел
Сергей Захаров**

О том, что поможет дистрибьюторам быть более устойчивыми на российском рынке, мы поговорили с директором группы NEXUS Automotive Russia Станиславом Трусевичем.

Деятельность группы

Деятельность группы крайне разносторонняя. Упомяну лишь некоторые аспекты.

Мы помогаем взаимодействию между двумя основными игроками рынка автокомпонентов: поставщиком и дистрибьютором, – а также способствуем продвижению интересов и развитию каждого из них. Кроме того, для конечных потребителей наша компания проводит специализированные тренинги NEXUS Academy, конференции и семинары.

Мы стараемся охватить максимальное количество регионов, вовлечь в совместную работу игроков рынка запчастей для легкового и грузового транспорта. Оказываем широкий спектр консультативных услуг поставщикам, поддерживаем дистрибьюторов в оптимизации бизнес-процессов.

Тенденции рынка

Если оценивать рынок, то на нем сегодня существуют две основные тенденции. Первая – активно идет процесс глобализации. Максимальной эффективности работы достигают компании, которые в тех или иных формах объединяются с более мелкими или средними участниками рынка. Кроме того, происходят объединения в торгово-закупочные группы.

Параллельно с этим идет жесточайшая ценовая конкуренция, сокращающая маржинальность бизнеса. Интересно, что это способствует выработке более эффективных бизнес-процессов – дистрибьюторы и поставщики вынуждены более



качественно работать в существующей среде. Я говорю об использовании специальных IT-продуктов, процессов финансового структурирования и прочего.

Рынок меняется

С учетом сложной экономической ситуации многие покупатели отказываются от оригинальных запчастей в пользу aftermarket. В свою очередь, на aftermarket происходит перераспределение спроса от премиум-сегмента в пользу среднего либо со среднего на дешевый.

Особую роль в этом процессе играют азиатские производители, поэтому своей главной задачей мы видим сохранить на рынке качественные автозапчасти по приемлемой цене и не допустить прорыва в Россию низкокачественной продукции, подделок и контрафакта.

N! Сообщество

Важную роль играет тот фактор, что NEXUS – это не только бизнес-сообщество, это еще и своего рода клуб по интересам. На нашей площадке участники рынка и владельцы компаний обмениваются информацией, анализируют, что происходит на рынке, имеют полное представление о том, какие процессы идут в регионах по всей России.

Очень важно, что участники группы открыты друг для друга в обмене подобной информаци-

ей и аналитикой. И если где-то на рынке случаются проблемы, снижается маржинальность, появляется контрафакт, участники нашего сообщества узнают об этом и оперативно принимают решения по защите своих интересов и интересов партнеров.

Внутренняя конкуренция

Понятно, что участники группы могут конкурировать в регионах, но тем и хорошо наше сообщество, что возникшие вопросы мы можем решить в партнерской атмосфере.

Наша площадка помогает договариваться, обмениваться опытом, знаниями и информацией. Нередко участники группы находят возможности для совместного бизнеса. Например, в плане реализации продукции или логистики, перехода из ранга конкурентов в ранг партнеров.

Это как раз и есть пример позитивной кооперации, когда региональные компании среднего уровня остаются на рынке, а не поглощаются федеральными или транснациональными корпорациями.

Программы обучения

Основной образовательный проект в нашей группе – NEXUS Academy – включает в себя различные типы и форматы участия. В России уже запущены региональные семинары и тренинги, в рамках которых мы обучаем специалистов сервисных

станций и розничных магазинов, крупных региональных оптовых игроков рынка запчастей, а также сотрудников наших дистрибьюторов. Все они обучаются умению презентовать и продавать продукцию, расширять ассортимент, получают знания о новинках наших поставщиков. Это помогает более профессионально продвигать товары участников группы.

Планы развития

Для поддержки наших партнеров, поставщиков, дистрибьюторов и конечных клиентов мы планируем различные программы, как обучающие, так и логистические, маркетинговые и проектные. Часть из них уже реализуется. Уверен, что участники группы благодаря этому станут еще более устойчивыми к реалиям российской экономики и принесут свой вклад в ее развитие.

Оптимизация логистики

Например, одна из возможностей повышения устойчивости внутри группы – оптимизация логистики. Разумеется, каждый из наших участников имеет свои сформированные логистические цепочки и процессы. Мы же, как группа, как объединение многих дистрибьюторов, помогаем их оптимизировать, а в некоторых случаях, там, где это возможно, централизовать.

Будущее продан

Мы верим в будущее российского ретейла, в будущее качественных автокомпонентов. Одно из его основных направлений – это сервисные станции. С другой стороны, предстоит серьезная оптимизация всех процессов, от закупок, логистики и финансов до операционных, на базе IT-решений.

Работать в новых реалиях гораздо эффективнее и выгоднее объединяясь, и, на мой взгляд, наиболее качественным и продуктивным типом слияния будет объединение в группы дистрибьюторов. Поэтому, как я уже говорил выше, процесс консолидации будет только возрастать. ■



Мы работаем на рынке покупателя

Беседу провел
Иван Лапырин

Генеральный директор компании CARBERRY Эдуард Дигель считает что для успешного ведения бизнеса в сфере автокомпонентов производитель должен давать максимальный инструментарий продаж своим клиентам, а также качественный сервис и обширный продуктовый ассортимент.



Растущий разрыв

Для понимания актуальных тенденций рынка стоит отметить его усиливающуюся поляризацию. То, что раньше было в среднем ценовом сегменте, сейчас переходит в нижний, где конкуренция возрастает настолько, что потребитель уже даже не старается запомнить многообразие брендов. Но это не значит, что рынок целиком смещается в сторону плохого качества и самой низкой цены. Производители приспособляются к работе с невысокими прайсами, внутри низкого сегмента формируются свои подсегменты. С другой стороны, топ-бренды становятся дороже и, кстати, тоже растут.

Рынок покупателя

Из-за возрастающей конкуренции производителю мало просто создать хороший продукт. Поставщику необходимо оснастить продавца всем необходимым набором инструментов: от информационного обеспечения до помощи в продвижении и обучении персонала магазина, дистрибьютора, СТО. Я бы сказал, что мы работаем в эпоху рынка покупателя, а не рынка продавца.

Сохранение тенденций

В этом году мы не видим существенных отличий по сравнению с глобальными трендами 2018 года. Это по-прежнему усиление конкуренции, снижение покупательского спроса и общая стагнация рынка, характеризующаяся несущественным ростом.

Больше артикулов

Растущая конкуренция ведёт к тому, что у дистрибьюторов, магазинов и оптовых компаний падает маржинальность при перепродаже компонентов. Важно отметить, что происходит это из-за перенасыщения рынка. При этом растёт количество игроков. Конечно, какие-то компании уходят, но в целом предложений становится все больше и больше, производители вводят продуктовые линейки и увеличивают количество артикулов, чтобы оставаться конкурентоспособными и востребованными у клиентов.

Наша компания тоже развивает свой ассортимент, сейчас мы предлагаем рынку более 6 тысяч наименований продукции.

Запасы на складе

С другой стороны, поменялась работа и товаропроводящей сети. Дистрибьюторы держат у

себя на складах в постоянном наличии большое количество брендов, мы ожидаем, что этот тренд также сохранится и усилится. Для конечного потребителя это очень хорошо, но для поставщиков рождает новые вызовы, связанные с необходимостью дополнительно стимулировать продажи.

Путь на Восток

Что касается нашей компании, мы очень довольны результатами своей работы, в этом году мы ожидаем рост продаж на 50%. В первую очередь нам удалось достичь этого за счёт развития дистрибьюторской сети – мы активно идем на восток страны, освоили Урал и продолжаем двигаться дальше.

Расширение ассортимента

Немалую роль сыграло и расширение ассортимента, как

я уже сказал, сейчас на нашем центральном складе доступно свыше 6 тысяч наименований.

Изначально был уклон в сторону европейского сегмента. У нас было хорошее предложение по «леворуким» японцам и корейским автомобилям, востребованным в европейской части России, но с продвижением на восток появился запрос на экзотический для нас модельный ряд, который мы стараемся удовлетворять, вводя новый ассортимент.

Мы предлагаем новые артикулы по подвеске, по пружинам, по многочисленным просьбам клиентов осенью запускаем щётки стеклоочистителя и лампочки под брендом Carberry.

Прогноз развития рынка

В ближайшие годы мы не видим причин для роста рынка, а значит, игра на вытеснение продолжится, чтобы завоевать место под солнцем и быть успешными, придется прилагать больше усилий. Кроме того, мы прогнозируем определенную стагнацию в продаже элементов подвески, а вот элементы тормозной системы будут продаваться хорошо. Также не будет спада в продажах масел и фильтров.

Если взглянуть на будущее чуть дальше: не за горами массовое появление электромобилей, однако масляные системы и системы фильтрации будут оставаться на рынке еще долгие годы. Да, в перспективе ближайших десятилетий их потребление будут падать, но на aftermarket их ликвидность сохранится. Тормозная система также будет подвержена спаду, так как в электромобилях прикладывается меньше усилий при торможении за счет рекуперации.

А вот подвеска не пострадает от инноваций, для электромобилей она не менее актуальна, чем для классических авто. Больше того, один из наших заводов поставляет подвеску для электромобилей Tesla.

Подытожить могу тем, что высокая конкуренция, скорее всего, станет главным параметром, определяющим рынок в будущем. ■





Интернет и поляризация

**Беседу провел
Иван Лапырин**

О главных тенденциях рынка автомобильных щеток, инструмента и аксессуаров нашему изданию рассказал директор немецкой фирмы «alca mobil» Том Хайнер.

Поляризация рынка

Из-за экономического спада в России в тех сегментах, где мы работаем, – а это щетки стеклоочистителя, автомобильный инструмент и автоаксессуары – происходит важные изменения.

Во-первых, мы чувствуем возрастающее давление ультрадешевых брендов из Китая в массовом сегменте. Для людей становится очень важной катего-

рия цены: покупатели не просто уходят в низкие ценовые ниши, даже там они ищут более выгодные предложения. Нарастивать продажи здесь становится все сложнее, но нам это удастся благодаря хорошей репутации и качеству продукции.

В то же время эксклюзивные технологии нашего премиум-бренда HEYNER® не менее востребованы. Дело в том, что российский рынок начал поляризоваться. Происходит постепенное вымывание среднего сегмента, остаются растущий и стабильный премиум и эконом, где возрастает ценовая конкуренция. И, скорее всего, этот процесс продолжится.

Щетки стеклоочистителя

В сегменте щеток стеклоочистителя тренды точно такие же. Продажи самых недорогих каркасных щеток серии SPECIAL на-

шей марки alca® растут точно так же, как растут продажи самых дорогих гибридных щеток марки HEYNER®. При этом средний по цене продукт проседает.

Отмечу еще одну важную вещь. Многие потребители делают выбор в угоду моде. Они приобретают бескаркасные щетки из-за «плоского» дизайна, при этом могут покупать самые экономичные предложения, которые по качеству работы уступают каркасным вариантам. Вслед за спросом идут многие именитые производители, выпуская на рынок бескаркасные щетки по очень низкой цене, с откровенно слабыми характеристиками. Наша компания дорожит своей репутацией и не выпускает такие сомнительные решения.

Если говорить про объемы продаж, то бескаркасные щетки дают больше прибыли, за счет того, что они стоят дороже. Но

каркасные щетки по-прежнему пользуются максимальной популярностью в штучном выражении. Их продажи растут, хотя еще 10 лет назад мы были уверены в том, что каркасные щетки доживают свой век. Связано это с их невысокой стоимостью, они до сих пор очень востребованы для таких автомобилей, как Lada, ряда корейских марок и многих японских авто. А вот бескаркасные щетки стеклоочистителя чаще всего берут для европейских машин.

Адаптация к моделям и маркам

В условиях спада экономики и возрастающей конкуренции наши продажи растут. Одно из важнейших преимуществ, например, премиум-бренда HEYNER® в наличии дополнительных выгод для клиента. Начать хотя бы с того, что

каждый производитель автомобилей стремится создать свой собственный коннектор для крепления щетки к поводку стеклоочистителя. Для большинства компаний, выпускающих щетки, создавать наборы коннекторов слишком дорого, поэтому они делают только классические хук-коннекторы.

Мы поступаем так же, создавая продукт для массового бренда alca®. Но HEYNER® – это премиум-бренд, и только у нас в коробке даже с классическими каркасными щетками вы найдете все виды самых популярных адаптеров. То есть щетка HEYNER® может быть установлена практически на любой автомобиль. При этом мы не останавливаемся на достигнутом и постоянно инвестируем в производство самых актуальных коннекторов, которые становятся необходимыми в связи с выходом самых новых моделей авто. А качество нашей продукции и коннекторов полностью соответствует OEM-уровню.

Эксклюзивность

Но не только этим обеспечивается эксклюзивность щеток HEYNER®. Здесь применяются иные технологии в сравнении с качественными щетками массового бренда alca®: более толстая сталь, заклепки из нержавеющей стали, увеличенное количество каркасов (благодаря чему обеспечивается 8 точек прижимного контакта, в то время как у alca® стандартно 6), а также все виды коннекторов (в отличие от одного у alca®).

Интернет-продажи

Бренд HEYNER® демонстрирует очень хорошие продажи через Интернет. По сравнению с прошлым годом ожидается рост 20–30%. Интернет-магазины охотно берут наш товар, предлагая к продаже очень широкий ассортимент нашей продукции. В гипермаркетах такую представленность обеспечить сложнее, да и не всегда в этом есть смысл. Ведь покупка в гипермаркете часто ситуативная, а в Интернете – взвешенная, обдуманная, она совершается на



основе анализа, сравнения и изучения большого числа отзывов. Именно поэтому более дорогой товар хорошо продается через Всемирную паутину. HEYNER® – щетки для автоэнтузиастов и профи, а alca® – для всех автолюбителей. К тому же интернет-продажи помогают меньше зависеть от дистрибьюторов и от не всегда высокой квалификации персонала специализированных магазинов.

Я считаю, что тенденция четко оформилась – покупатель переходит в Интернет. Люди становятся активнее, хотят больше знать и делать грамотный выбор. К тому же в крупных городах усложняется транспортная ситуация, а доставка интернет-заказов, наоборот, становится удобнее и дешевле. Подобные тенденции мы наблюдаем и в Европе.

Востребованные группы

Если говорить про аксессуары, то потребитель ищет товар с функцией: например, зарядные устройства и шнуры для смартфонов. А вот универсальные чехлы на сиденья мы перестали поставлять на российский рынок, так как они значительно утратили спрос. Теперь, если люди и покупают чехлы, то более специализированные, под конкретную модель автомобиля.

Обилие недорогих компрессоров и распространение технологии RunFlat постепенно вытесняет с рынка ножные насосы, однако их ниша еще актуальна из-за высокой универсальности. В том смысле, что ножной насос

можно использовать на даче, накачивать им игрушки, матрасы или велосипедные шины – то есть использовать не только в узвязке с автомобилем.

Прекрасно продаются детские кресла, прибавившие в прошлом году 20%. Думаю, в этом году динамика будет не хуже.

Не менее любопытно обстоят дела с автомобильным инструментом. Если 10 лет назад среднеценовые наборы раскупали на ура, теперь спрос снизился. Сказывается и насыщение рынка, и то, что автомобильный парк серьезно обновился. Зато баллонные ключи по-прежнему идут очень хорошо, мы даже расширили их гамму в сторону грузового транспорта.

Отличную динамику показывают домкраты по обоим нашим брендам. Люди хотят получать качественные подъемные устройства, что мы можем обеспечить, так как наша продукция имеет профессиональные сертификаты. Есть хороший спрос на гидравлические домкраты с высоким усилием, поэтому мы представили две новинки – домкраты на 10 и 15 тонн. Механический сегмент пополнился 3-тонной модификацией.

Также традиционно хорошо продаются автомобильные антенны и адаптеры к ним, оплетки на руль, переходники и клеммы аккумуляторов, солнцезащитные накладки.

Новые продукты

В этом году мы вывели на рынок целый ряд новых продук-

тов. Одна из наиболее перспективных линеек, на наш взгляд, – это детские кресла, которые являются специализированным артикулом в нашем ассортименте. Например, новая модель HEYNER® MultiFix TWIST – наиболее технологичная: кресло может поворачиваться на 360 градусов, имеет крепления стандарта IsoFix и ряд других технических решений. Разумеется, оно не может стоить дешево, цена такого кресла около 350 евро.

С другой стороны, у нас в конце года появится специальный бустер HEYNER® SafeUp Fix L, также оснащенный системой крепления IsoFix, который при высоком качестве и отличных характеристиках несравнимо доступнее.

Есть новинки в ассортименте автомобильного инструмента – мы сделали свечной ключ со специальной удерживающей пружиной, что не позволяет ему складываться при работе, расширили ассортимент баллонных ключей.

Традиционно высокие продажи показывают мобильные зарядные устройства: в этом году мы обновили их ассортимент, добавив мощные 2А-зарядники с USB 3, провода для iPhone и Type-c, а также зарядное устройство с возможностью тестирования состояния АКБ.

Будущее рынка

При стабильной экономической и политической ситуации в России наши сегменты рынка, скорее всего, будут расти. Конечно, придется адаптироваться под изменения пользовательских предпочтений, как мы сделали это несколько лет назад, инвестируя в автомобильные аксессуары для смартфонов и гаджетов. Но глобальных и тем более негативных перемен мы не ждем. Даже возрастающее давление со стороны китайских брендов в массовом сегменте не должно обрушить рынок, так как потребитель все же ориентируется на качество продукции, не желая выкидывать деньги на ветер. ■



Моторное масло – безопасный интервал



Владимир Кузьменко

После введения норм токсичности Евро-6 производителям моторов и смазочных материалов стало непросто справляться со своей работой. В нашем обзоре мы расскажем, почему так произошло, а также о том, насколько рекомендации сервисменов отвечают интересам клиента.

В XXI веке об эффективности такой обкатанной веками конструкции, как автомобильный двигатель, говорить просто смешно. Ее можно сделать практически любой: для джэпа одной, для кольцевых гонок другой, для грузоперевозок третьей и для домохозяек четвертой. Ну а уж как грамотно защитить мотор от износа, стало предельно ясно уже во второй половине прошлого века. К 70-м годам была изобретена «синтетика», молекулы которой конструировались исходя из той задачи, которую данным

маслам предстояло решать, – куда уж эффективнее!

Однако разработчики моторных масел несколько опередили время, кое-где «синтетика» уже применялась, но до автомобилей пока еще не добралась, так как являлась очень химически активной – стандартные резиновые уплотнения, сальники и применяемые в то время цветные металлы и их сплавы подобного экстрима долго не выдерживали. Позже за дело взялись уже серьезно, и новые материалы позволили использовать синтетическую основу и в ДВС. Срок службы, защитные свойства и температурный диапазон использования перешли на совершенно иной уровень, так что сейчас «минералка» на нефтяной основе практически сошла со сцены. Есть еще полусинтетика – смесь минеральной и синтетической основы, она несколько увеличивает возможности чистой минералки, однако ныне всем перспективным силовым агрегатам предписаны синтетические масла.

Что это? Очередной маркетинговый ход или реальная

необходимость? Немного и того, и другого. Во-первых, даже если на канистре написано Fully Synthetic, то это не значит, что там 100% «синтетика» на основе ПАО, ведь только она может по праву носить это название, поскольку подобное масло действительно синтезируется из природного газа. Впрочем, в разных странах разные правила: у кого-то в канистре может быть 50% ПАО, у кого-то 30%, определить действительное содержание полиальфаолефинов можно лишь в лабораторных условиях по температуре вспышки. Но все не так уж и важно: лидеры рынка – обычно крупные нефтяные гиганты или входящие в их зону влияния подразделения, которые тщательно заботятся о своей репутации, а состав базовых масел и присадок определяется строгой рецептурой и действительно наилучшим образом защищает мотор (во всяком случае так было раньше).

Технологии гидрокрекинга

Но наука не стоит на месте, и химики создали новый продукт из тяжелых нефтяных фракций

– НС, или гидрокрекинговое масло. Интересно, что несмотря на то, что оно по сути является минеральным, его удалось улучшить настолько, что по своим защитным функциям масло если и уступает ПАО, то совсем немного.

Еще в 1999 году американцы разрешили маркировать НС-минералку как Fully Synthetic и рынок принял такую постановку вопроса. Заартачились только чопорные немцы, не привыкшие обманывать потребителей в угоду маркетинговым стратегиям. Так что теперь только в Германии пишут на емкостях с ПАО «vollsynthetisches», а на канистрах с гидрокрекинговыми маслами «НС-Synthetic» или просто «НС».

А нам-то какая разница, если защита практически одинакова, а НС-масла стоят дешевле примерно на треть? Проблема только в том, что продукт гидрокрекинга и служит примерно на треть меньше – термоокислительные свойства у него хуже. А на фоне официальных рекомендаций по интервалам проведения техобслуживания, на НС-маслах вы



получите ощутимый перепробег, особенно если эксплуатируете машину в городе, но об этом чуть позже, а пока подведем некий промежуточный итог.

Шесть групп качества моторных масел

1. Базовые масла – обычная «минералка», полученная методом селективной очистки, дополнительно избавленная растворителями от лишнего парафина.

2. Высокоррафинированные минеральные масла с низким содержанием примесей, прошедшие гидроочистку.

3. Гидрокрекинговые масла НС.

4. Полиальфаолефины – «синтетика», имеют очень высокую антиокислительную способность, лишены примесей серы и металла, синтезируются из природного газа.

5. «Эстеровая» синтетика – еще лучше, еще стабильнее, обычно синтезируется из рапсового масла. Работает без потери качества от –65 до +350 градусов Цельсия, успешно противостоит сдвигу, располагает высочайшей стойкостью и выдающимися

антиокислительными качествами. Кроме того, эстеры или полиэферы имеют полярные молекулы – проще говоря, приклеиваются к зонам трения.

6. Масла, изготовленные по GTL-технологии. Сначала из газа получают чистый парафин, далее уже из него конструируют молекулы масла, затем гидроочистка, и полиинтернаолефины готовы к применению в качестве базового материала, осталось лишь добавить присадки. Превосходят ПАО по смазывающим свойствам и лишь чуть-чуть недотягивают до эстеров, но зато лишены всех недостатков последних – например, гигроскопичности. Широкого распространения пока не получили из-за высокой цены.

Важность присадок

Присадки производятся всего лишь несколькими химическими компаниями в мире, обычно под заказ. Сами производители масел их не делают, однако есть и исключения – хорошо известная компания Motul, к примеру, занимается всем сама, а американская химическая корпорация

Ashland производит часть присадок на собственных мощностях для своего дочернего бренда Valvolin, остальное закупается на стороне. В общем, у каждой фирмы свои предпочтения и коммерческие приоритеты. Стоит ли говорить о том, что присадки как раз и определяют качество конечного продукта, обеспечивая наилучшие свойства моторного масла. Здесь же стоит отметить, что в качественных маслах именитых производителей уже есть все необходимое для защиты двигателя и дополнительных присадок не требуется.

Кание масла предлагает дилер

В большинстве своем официальные дилеры используют гидрокрекинговую минералку, называя ее «синтетикой». Достойного качества НС-масла стоят не так дорого, соответственно, выгодны для сервисменов. Гидрокрекинговыми являются, например, практически все фирменные масла для японских автомобилей. Total делает масла для концерна Nissan, ExxonMobil и IDEMITSU для Toyota.

Производитель масел №1 в Японии Sankyo Yuka, например, никогда не производил синтетику ПАО и уж тем более эстеровую. Рио Катада, представитель их бренда Pro Fix, в свое время посетивший нашу страну, на вопрос: «Почему?» – ответил тоже вопросом: «А зачем?» И это справедливо; если соблюдать сроки замены, то, может, не имеет особого смысла. Правда, официальные рекомендации не всегда учитывают самое главное – условия эксплуатации. А они очень разные.

Мото-часы как эталон

Американцы, кстати, давно уже привязали регламент к мото-часам, а не к пробегу, что правильно. Давайте и мы попробуем посчитать пробеги и перепробеги, основываясь на этой методике.

Для начала надо знать, на какое количество мото-часов нужно ориентироваться в случае применения того или иного продукта, поскольку после данного пробега масло выработает присадки, потеряет львиную долю смазывающих свойств, изменит



вязкость, да еще и может начать подгорать, забывая смазочные каналы.

1. Минералка: 150 мото-часов (далее М/Ч).

2. Полусинтетика: 200–250 М/Ч, в зависимости от уровня качества.

3. НС-масла: от 250 до 300 М/Ч, тоже в зависимости от уровня качества.

4. Fully Synthetic: ПАО и эстеры: 350 М/Ч, эстеровое масло теоретически может прослужить чуть больше, но лучше не рисковать, поскольку фишка полиэфиров не в сроке службы, а в более надежной защите ДВС.

Считаем срони замены

Как посчитать самому, когда менять моторное масло? Это совсем не сложно, нужно просто вычислить среднюю скорость, с которой вы перемещаетесь, выставив на одометре соответствующий режим, обычно она не очень сильно меняется изо дня в день. Выборка на протяжении 3000–5000 км даст вам результат достаточной точности.

Допустим, у вас Nissan с официальным межсервисным

пробегом 15 000 км, а ездите вы в основном по Москве из дома на работу и обратно. При обслуживании заливаете фирменное гидрокрекинговое масло Nissan у официального дилера. Средняя скорость ваших перемещений, с учетом многочисленных светофоров и пробок, – 20 км/ч, поверьте, это вполне реально. Считаем: $300 * 20 = 6000$ км.

Перепробег в данном случае будет 9000 км. То есть на протяжении 9000 км двигатель вашего автомобиля подвергается повышенному износу, и чем дальше, тем больше, поскольку масло к 15 000 километрам потеряет почти все свои смазывающие свойства. А вот если вы постоянно катаетесь где-то за городом по трассе, со средней скоростью 50 км/ч, то к пробегу в 15 000 километров масло не растеряет своей бодрости.

Нормы токсичности

А теперь вернемся к теории. Нормы ограничения вредных выбросов Евро-6 заставили автопроизводителей, скажем прямо, попотеть над тем, чтобы уложиться в них. Поэтому защи-

те двигателя от износа уделялось несколько меньше внимания, чем прежде. И что обидно: последние тенденции таковы, что моторные масла просто обязаны в угоду экологии защищать ДВС все хуже и хуже.

Снижение вязкости

Каким должно быть моторное масло, обеспечивающее полноценную защиту двигателя, известно всем и довольно давно. Точно определены диапазоны вязкостей для различных регионов. И минимальный показатель горячей вязкости (когда мотор прогрет) не должен быть меньше 13 сантистоксов, что соответствует примерно 40 условным единицам после буквы W. Больше – можно, меньше – нет, поскольку гидродинамические подшипники двигателя под нагрузкой могут перейти из гидродинамического режима в режим обычного трения – а это очень быстрый износ соответствующих пар трения.

Но масляный насос двигателя потребляет энергию, как и любой механизм, и тем активнее, чем

уровень вязкости масла выше, что приводит к повышению расхода топлива и увеличению количества вредных веществ в выхлопных газах. Поэтому инженеры начали снижать вязкость масла, «разгружая» тем самым масляный насос.

Хитрости рекомендаций

Иногда к рекомендациям можно относиться как к рекомендациям, но не всегда. Скажем, вы владелец Chrysler, Mitsubishi, Peugeot или Hyundai-Kia и вас объединяет наличие под капотом глобального World Gasoline Engine 4B12. Выпущен он больше двадцати лет назад и, несмотря на столь солидный возраст, обладает отличными характеристиками и продвинутой конструкцией. Еще бы, ведь его разрабатывали сразу три крупнейших автомобильных концерна.

Пожелания по обслуживанию 4B12 в 2007 году, когда он только начал устанавливаться на машины, были совершенно понятными, но теперь резко изменились. Может, изменился и сам мотор? Нет, он остался прежним. Тогда почему в рекомендациях ранее



указывалась вязкость моторного масла не ниже 40, а теперь даже в оригинальной программе JEEP автопроизводитель требует горячую вязкость не более 30? Все просто: в 2007 году инженеры думали, как защитить мотор, а к 2010-му переключились на соблюдение норм токсичности Евро-5. На 5W40 их выполнить не получается, поэтому был совершен переход на 5W30. Та же история с остальными моторами тех лет разработки, и если их владелец разбирается в теме, то вполне может использовать старые требования по моторным маслам вместо новых, значительно уменьшив таким образом износ ДВС.

Более жесткие требования

Но близился 2015 год и Евро-6, а экологическое лобби становилось все сильнее, и борьба с внутренним сопротивлением в ДВС вышла на новый уровень. Прекрасный Pentastar – мощный и экономичный, который заменил в линейке Chrysler сразу семь типов моторов, выполнив при этом нормы Евро-5, – срочно переделали.

Зачем? Ведь еще недавно Боб Ли, вице-президент Отделения разработки двигателей компании Chrysler Group LLC, сказал буквально следующее: «Наши инженеры добились наилучшего сочетания особенностей конструкции и технологии, что позволило создать двигатель V-6, который превосходит ожидания наших клиентов – удивительно простая и остроумная конструкция до максимума повышает функциональность и дает возможность получать лучшие в классе характеристики шумо- и вибронгруженности, топливной экономичности, а также снижать эксплуатационные расходы».

Ответ прост: Евро-6 Pentastar уже не выполнит даже с маловязким маслом – все, что можно было сделать с точки зрения эффективности, уже сделано, остается одно – пересмотреть конструкцию в угоду экологам.

К 2014 году Pentastar потерял в объеме 0,4 литра и получил масляный насос, ограниченный по производительности, хотя уровень мощности остался на прежнем уровне. Стремления вполне понятные – увеличить

среднее эффективное давление и снизить сопротивление в системе смазки. Но это было чревато повышенным износом компонентов двигателя.

Европейский фантор

В Европе и для ориентированных на Европу автопроизводителей все еще серьезнее. Одно время бытовало мнение, что атмосферники уже отжили свое, Mazda выступила в их защиту со своими «Небесными технологиями».

При этом сами европейцы предпочли создавать моторы сразу с запасом по экологическим нормам, выпустив TSI и его итальянские и французские аналоги.

Борьба за экономию идет по всем направлениям: среднее эффективное давление таково, что двигатели работают на пределе своих физических возможностей, масляные насосы низкопроизводительные для снижения внутреннего сопротивления, а масляные каналы настолько малы, что через них просто не получится прокачать масло «традиционной» вязкости.

В такие моторы уже не получится залить «альтернативное» масло. Выполнять предписания производителя придется скрупулезно. Но не допускать перепробега, посчитав мото-часами, а не километрами, каждому под силу, к тому же мы рассказали, как это сделать.

Подведем итог

Если мотор вашего авто разработан раньше, чем экологические нормы выхлопа перешли за грань разумного, применяйте масла с горячей вязкостью не менее 40 для новых машин и 50 для ДВС, пробежавших больше 150 000 км. Холодная вязкость перед буквой W зависит от того, насколько трескучие морозы бывают в вашем регионе, соответственно, чем холоднее, тем цифра должна быть меньше.

А вот с современными даунсайзинговыми моторами и наддувными ничего уже не поделаешь, остается соблюдать рекомендации производителя. Главное – помнить про хитрость мото-часов и ни в коем случае не допускать перепробегов! ■





Характеристика рынка моторных масел

Подготовил
Сергей Захаров

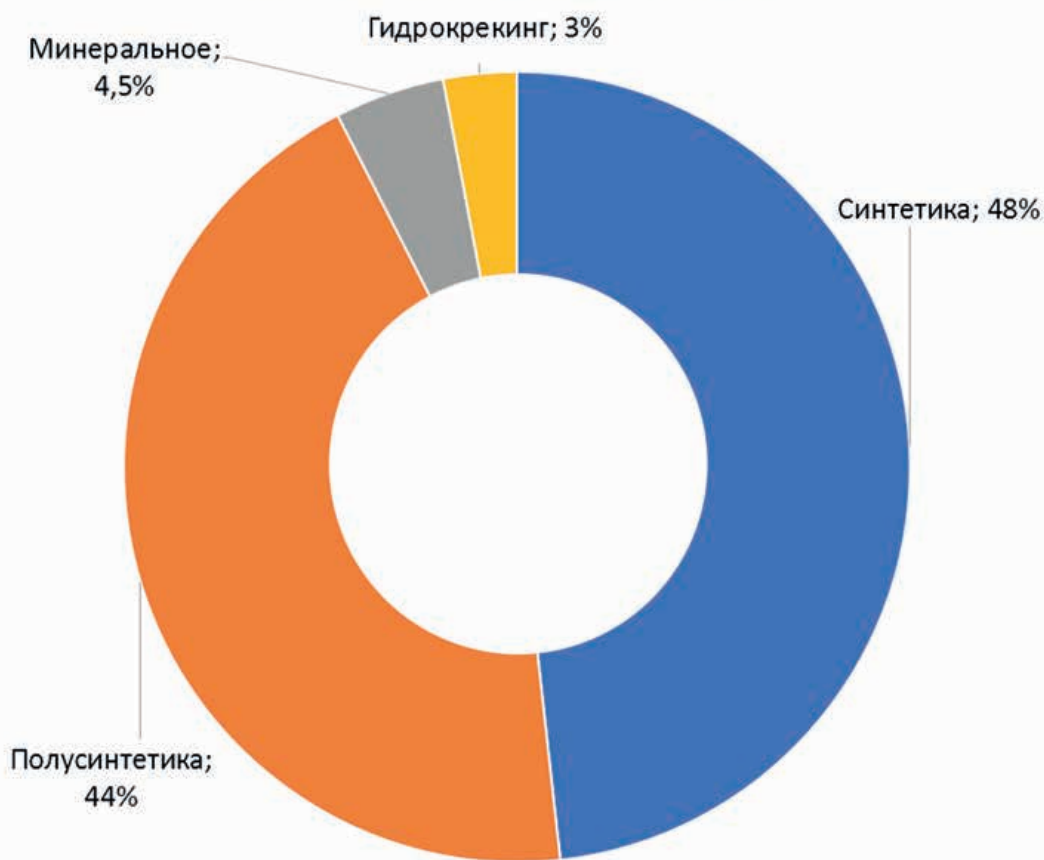
Соотношение цен, рыночные доли и спрос на бренды автомобильных масел, представленные на российском рынке, специально для нашего журнала проанализировали специалисты маркетплейса запчастей ВИН-КОД.РФ.

Основа

В первую очередь интересно посмотреть на сегментацию рынка по типу базовой основы моторного масла: синтетика/полусинтетика/минеральное/гидрокрекинг. Сразу оговоримся, что данное деление достаточно условно, так как на рынке нет единого стандарта, что считать синтетическим, а что полусинтетическим моторным маслом.

Строго говоря, чистой синтетики в массовой продаже нет вообще, можно лишь говорить о процентном соотношении синтетического и минерального масла

Тип базового масла - доли рынка, %



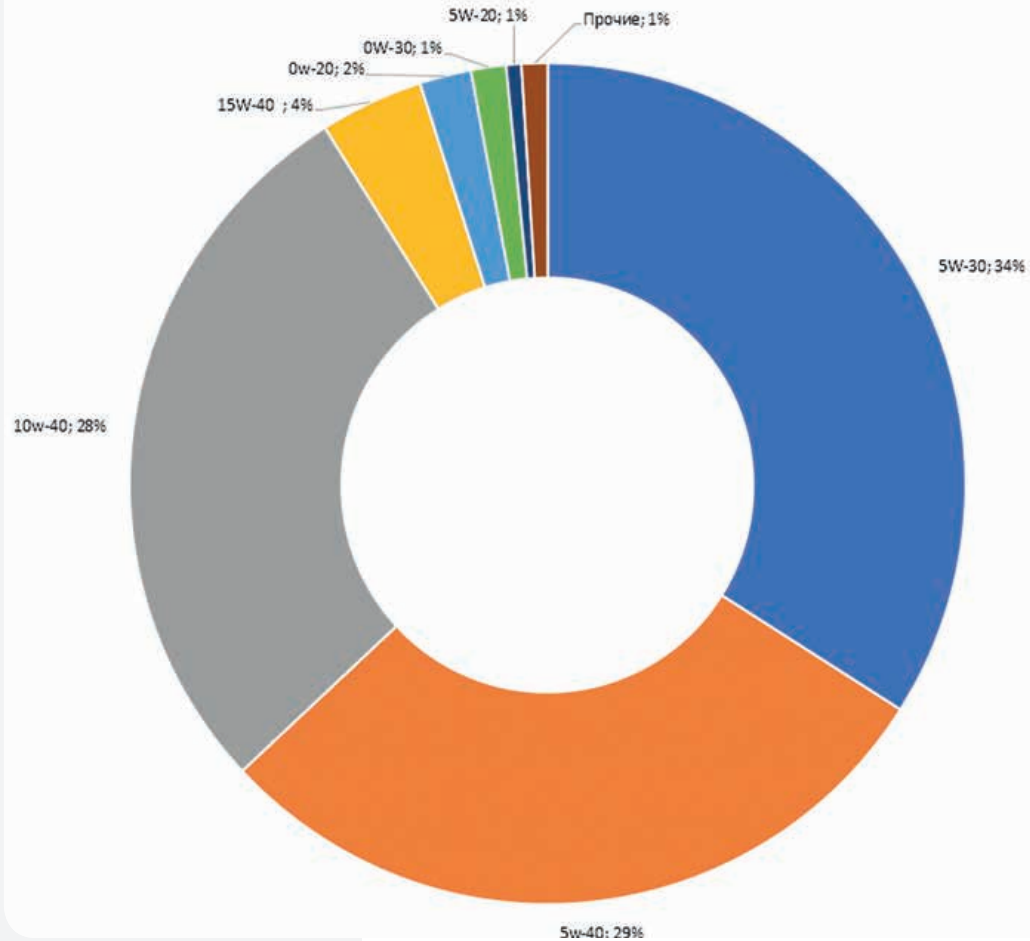
в составе базовой основы. Поэтому в оценке рынка мы будем опираться исключительно на то, как свои продукты позиционируют сами производители. Подробнее об условности деления и систематизации моторных масел вы можете прочитать в тематическом обзоре на странице 60 этого номера журнала.

К синтетическим маслам свой продукт относят 48% производителей, что, разумеется, является очень немалым преувеличением; 44% брендов менее амбициозны и называют себя полусинтетическим продуктом. В использовании технологии гидрокрекинга признается только 3% производителей, а чистую минералку предлагают 4,5% фирм-изготовителей.

Продукты

Далее предлагаем посмотреть на востребованность конкретных продуктовых линеек. Распределение долей рынка по моторным, трансмиссионным маслам, гидравлическим и спецжидкостям выглядит следующим образом: моторные масла прогнозируемо обеспечивают 77%

Моторное масло, вязкость - доли рынка, %



Масло, назначение - доли рынка, %



продаж смазочных материалов, трансмиссионные – 14%; жидкости ГУР – 5%, остальные смазки и спецжидкости – менее 4%.

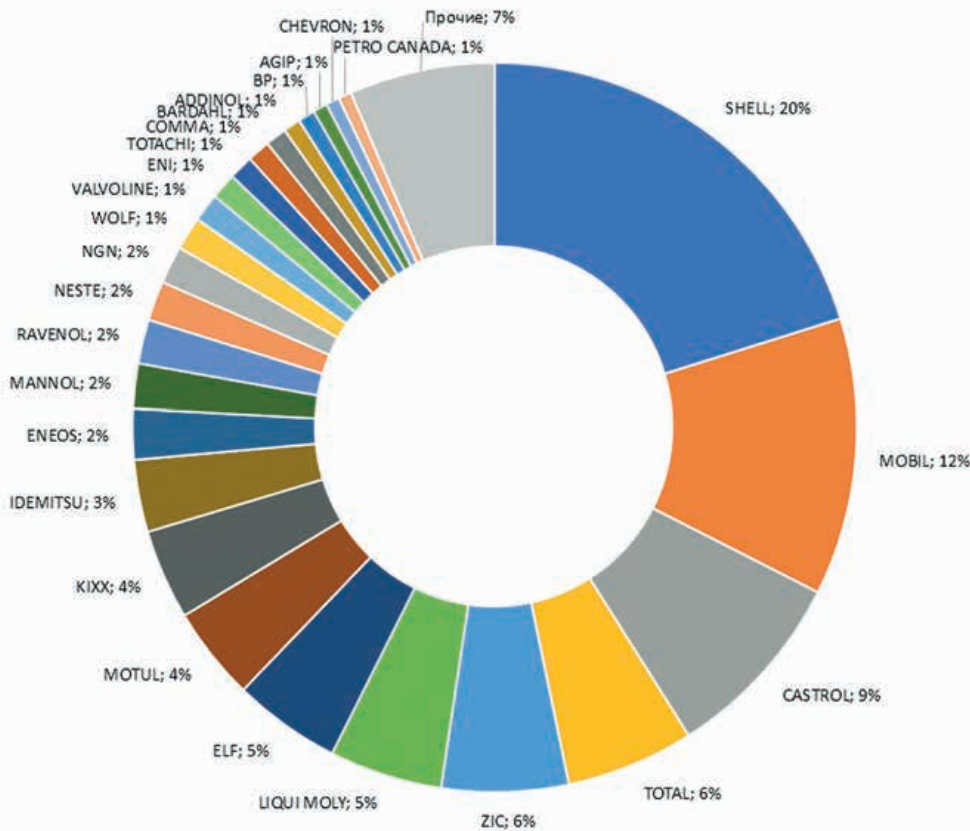
Вязкость

Несмотря на то что автомобильный рынок России за последние годы серьезно обновился, став более современным, особенно в крупных городах, доля высокотехнологичных масел на нем не так уж и велика.

Масла с низкой вязкостью, применяемые в моторах последних поколений, занимают всего несколько процентов рынка. С другой стороны, многие современные моторы рассчитаны на использование масла 5w30. Отрадно, что его доля на отечественном рынке максимальна и составляет 34% от общего объема продаж.

Следом по популярности идет масло 5w40 с долей в 29%, еще 28% принадлежит маслам с характеристиками 10w40.

Моторные масла IAM - доли рынка, %



читать в экспертном обзоре на странице 28 нашего журнала.

Лидером продаж в сегменте Oes-масел является южнокорейский концерн KIA-Hyundai, их «оригинальный» бренд Mobis занимает 20% продаж. На втором месте VAG с долей продаж в 15%, далее с минимальным отрывом следует GM, на чью долю приходится 14% продаж. Среди лидеров также Toyota/Lexus, Nissan и Ford.

Соотношение цен

В данном исследовании мы сравниваем розничные цены на масло в офлайн-магазинах за литр в пластиковой упаковке. На среднюю цену существенно влияет ликвидность конкретных артикулов, поэтому цены производителей могут отличаться в разы, в зависимости от того, что больше продается в портфеле конкретного бренда: синтетика, полусинтетика или минеральное масло. Тем не менее мы можем оценить среднюю стоимость в категории по конкретному бренду.

Независимый сегмент рынка

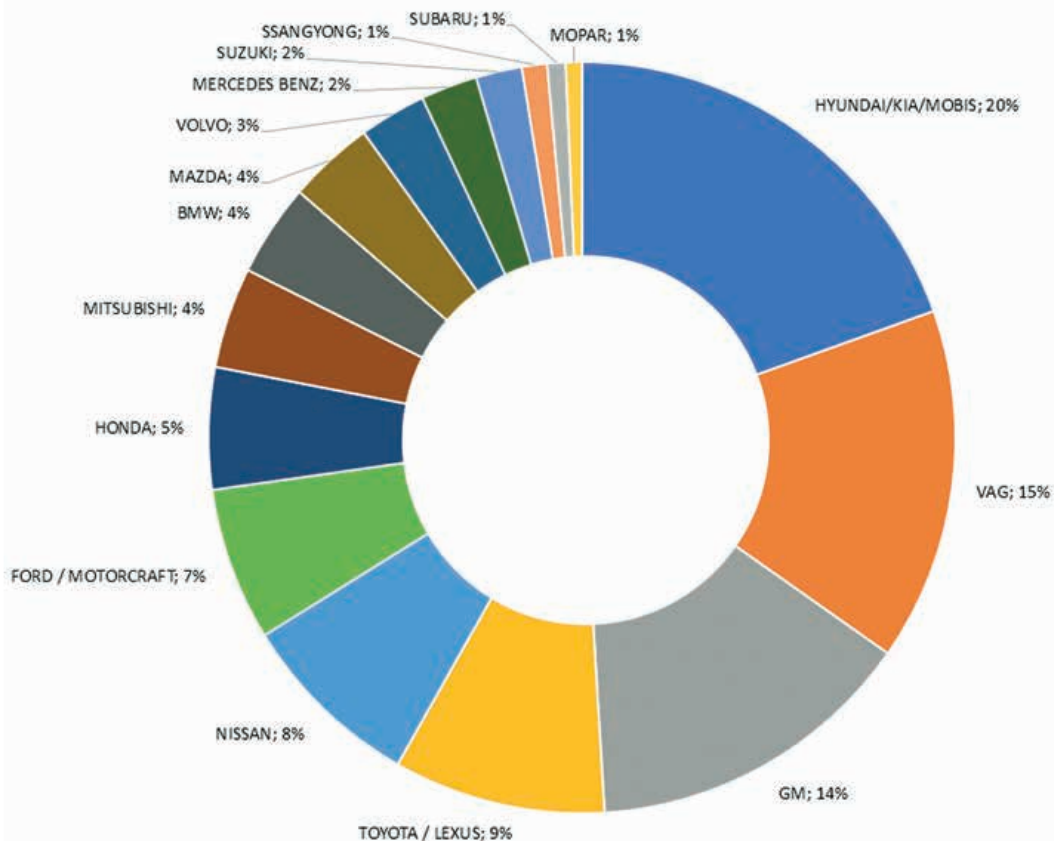
При оценке долей, занимаемых брендами моторных масел для легковых автомобилей в сегменте независимого рынка запчастей (IAM) России, вырисовывается довольно любопытная картина.

В нашей стране есть бесспорный лидер, который со значительным отрывом опережает всех конкурентов, – марка Shell, собирающая пятую долю всех продаж. За ней следует Mobil, под контролем которого 12% рынка. Следом идет Castrol с показателем в 9%, по 6% российского рынка имеют Total и Zic, а Elf и Liqui Moly – по 5%. Остальные производители борются друг с другом за доли процентов.

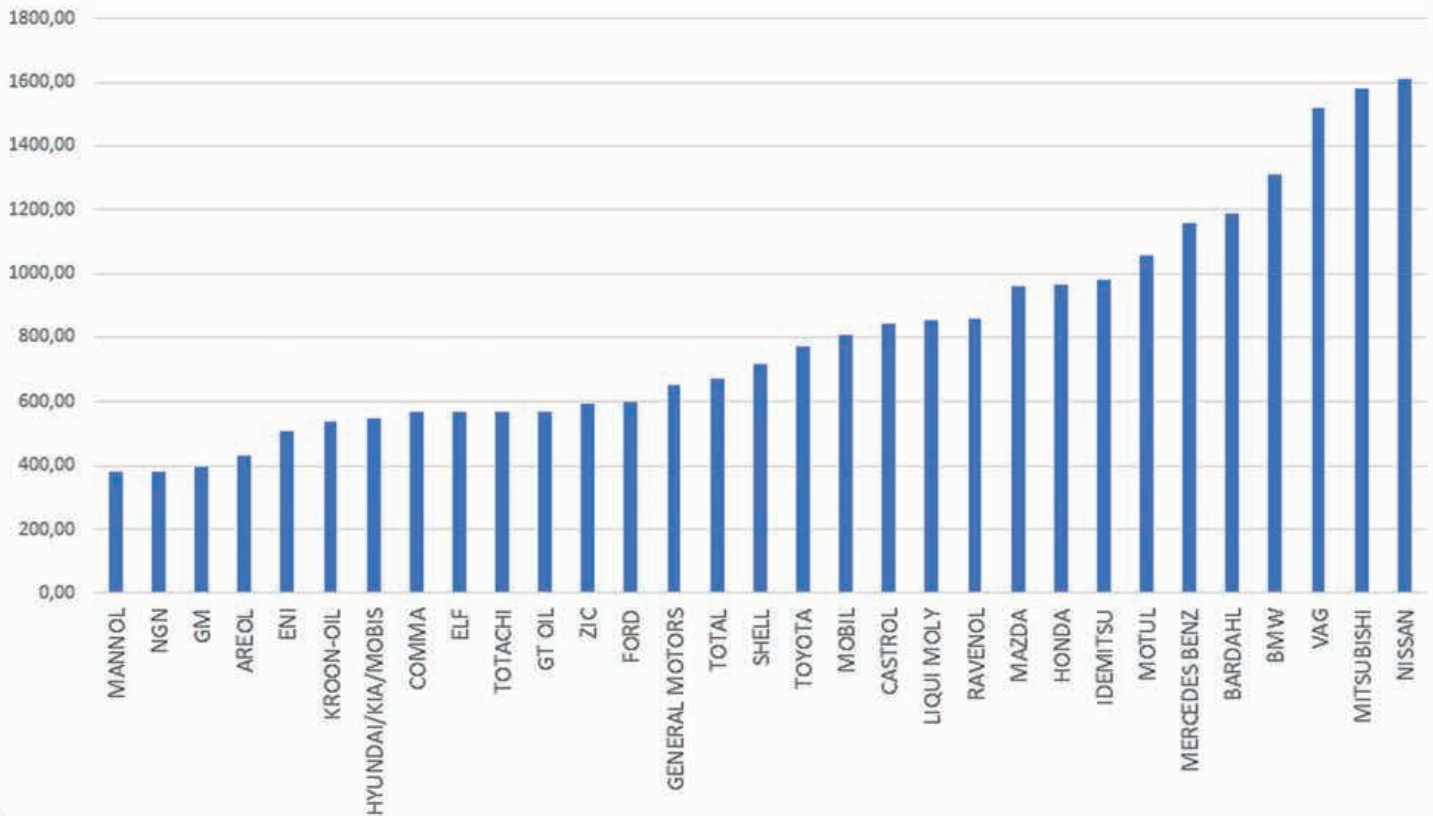
Оригинальные масла

Довольно большим спросом у потребителей по-прежнему пользуются оригинальные масла (Oes), канистры с логотипом автопроизводителя в денежном эквиваленте занимают не менее 20% рынка всех моторных масел, продающихся в России. Хотя их доля в продажах постепенно снижается, о чем вы можете про-

Моторные масла OEs - доли рынка



Цена розничная, моторное масло, руб., 1 л

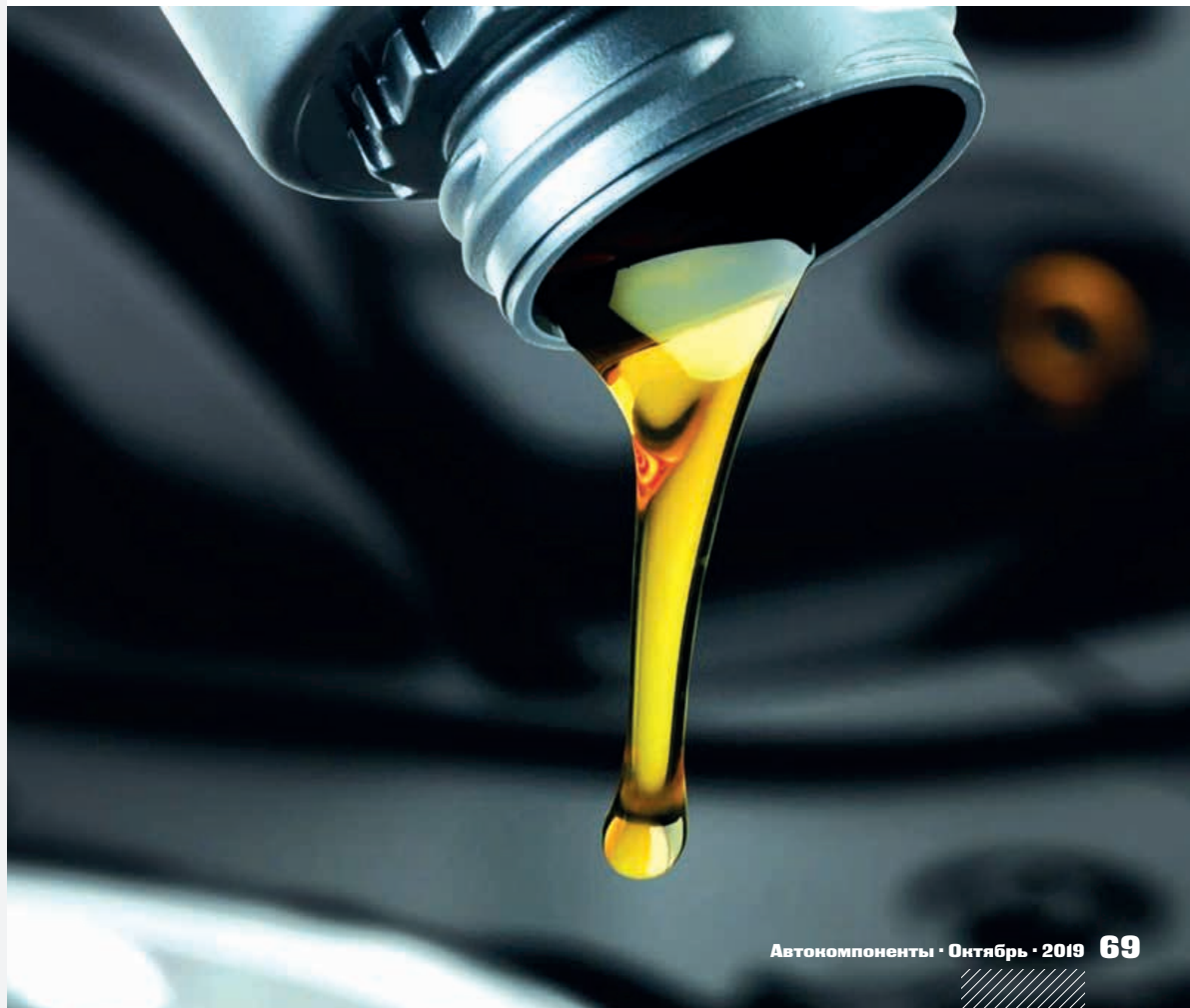


Итак, самыми дорогими являются оригинальные моторные масла Nissan, Mitsubishi и VAG, продукция под этими брендами предлагается в ценовом диапазоне от 1500 до 1600 рублей за один литр. Почти вдвое меньше просят за масло Castrol, Liqui Moly и Ravenol – около 800 рублей. Mannol, NGN и GM стоят еще дешевле – в среднем 400 рублей за литр.

Методология

Статистика предоставлена аналитической платформой Aftermarket-DATA, которая является частью экосистемы маркетплейса запчастей ВИН-КОД.РФ и CRM для автосервисов Win-Sto.ru. В общей сложности на площадке работают более 1500 магазинов запчастей и независимых СТО.

Годовая аудитория портала составляет не менее 4 миллионов уникальных пользователей, из них 9000 посещают платформу ежедневно. Важно, что все посетители платформы – это представители профессионального сервисного сообщества. ■





Дарить подарки приятно!

Свежий номер журнала вышел в свет, а значит, время подвести итог нашей акции, которую мы провели совместно с компанией Magneți Marelli.

Напомним условия акции: мы обещали подарить двум подписчикам официальных аккаунтов журнала в Instagram, Facebook и VKontakte мощный инспекционный фонарь Magneți Marelli, качественный светодиодный блок которого обеспечивает широкий луч яркого белого света.

Поздравляем наших победителей!

Алина, автолюбитель:

«Ох, мне бы такой фонарь, да и не только для машины. Очень мощный и полезный подарок оказался. Я, конечно, как девушка, возможно, не совсем по назначению его использую, но в машине теперь ни одна вещичка не останется потерянной. Отличный лайфхак, кстати, для тех, кто что-то потерял. Просто приобретите мощнейший фонарь, и все быстренько найдется. Журналу «Автокомпоненты» отдельное спасибо за то, что на своих страничках в социальных сетях пишете доступным языком, я много чего для себя узнала полезного и могу даже поумничать в компании!»



Александр, автолюбитель:

«Как и любому мужчине, мне иногда приносит удовольствие самостоятельно покопаться в личном автомобиле, да, возможно, сотворить чудо у себя в гараже я не смогу, но заменить элементарные детали я в состоянии. Поэтому ваш журнал мне приходится очень кстати! Например, благодаря вашей работе я точно знаю, какие лампы стоит брать, а какие лучше обойти стороной. Редакции отдельное спасибо!»



Редакция журнала еще раз поздравляет победителей акции и выражает благодарность за такие теплые слова!



Квитанция	Получатель платежа: ООО «Макс Медиа Групп» ИНН: 7728345282 КПП: 772801001 Р/с: 40702810202870001964 К/с: 30101810200000000593 В АО «АЛЬФА-БАНК» г. Москва БИК: 044525593																						
	ФИО, адрес, телефон плательщика																						
Отметки банка	Журнал «Автокомпоненты» 2019 год <table border="1"> <tr> <th>№1-2</th> <th>№3</th> <th>№4</th> <th>№5</th> <th>№6</th> <th>№7</th> <th>№8</th> <th>№9</th> <th>№10</th> <th>№11</th> <th>№12</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	№1-2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12											
	№1-2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12												
	<table border="1"> <tr> <th>Вид платежа</th> <th>Дата</th> <th>Сумма</th> </tr> <tr> <td>Оплата подписки</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> Подпись плательщика	Вид платежа	Дата	Сумма	Оплата подписки																		
Вид платежа	Дата	Сумма																					
Оплата подписки																							
Квитанция	Получатель платежа: ООО «Макс Медиа Групп» ИНН: 7728345282 КПП: 772801001 Р/с: 40702810202870001964 К/с: 30101810200000000593 В АО «АЛЬФА-БАНК» г. Москва БИК: 044525593																						
	ФИО, адрес, телефон плательщика																						
Отметки банка	Журнал «Автокомпоненты» 2019 год <table border="1"> <tr> <th>№1-2</th> <th>№3</th> <th>№4</th> <th>№5</th> <th>№6</th> <th>№7</th> <th>№8</th> <th>№9</th> <th>№10</th> <th>№11</th> <th>№12</th> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	№1-2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12											
	№1-2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10	№11	№12												
	<table border="1"> <tr> <th>Вид платежа</th> <th>Дата</th> <th>Сумма</th> </tr> <tr> <td>Оплата подписки</td> <td></td> <td></td> </tr> </table> Подпись плательщика	Вид платежа	Дата	Сумма	Оплата подписки																		
Вид платежа	Дата	Сумма																					
Оплата подписки																							

Оформить подписку в редакции:

- позвоните по телефону: (495) 955-90-80
 - подписку можно оформить, начиная с любого номера, в том числе с текущего;
 - получите и оплатите счет на 2019 год;
 - отправьте копию платежного поручения по факсу (495) 955-90-80 или электронной почте distrib@maks-m.com
- Не забудьте указать точный почтовый адрес доставки издания.

Заполните и вырежьте квитанцию.

Укажите, какие номера Вы хотели бы получать. Умножьте количество выбранных номеров на 450 руб.* и внесите полученный результат в графу «Сумма». Отправьте копию оплаченной квитанции в редакцию любым удобным способом: **по факсу (495) 955-90-80** или электронной почте distrib@maks-m.com

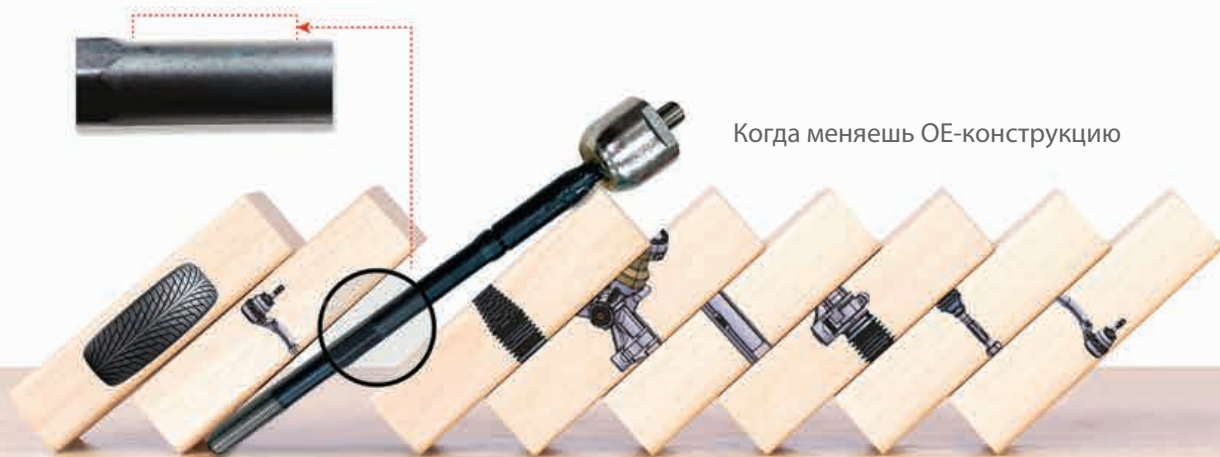
* стоимость подписки с доставкой в страны СНГ и дальнего зарубежья уточняйте в редакции

ОЕ-конструкция спроектирована с зоной прогнозируемой деформации для поглощения удара при аварии.



CTR, OE

Изменение конструкции может стать причиной серьезных повреждений сопряженных деталей.



Когда меняешь ОЕ-конструкцию

Возьми ОЕ-технологии с собой Мы знаем, как это сделано в оригинале

Каждая конструктивная особенность ОЕ-деталей имеет свою вескую причину.

В большинстве случаев это связано с вашей безопасностью. Мы всегда учитываем даже незначительные особенности ОЕ-конструкции, на которых другие экономят.





Реклама



www.corteco.ru

ПЕРЕМЕНА К ЛУЧШЕМУ

Вы можете положиться на нас благодаря оригинальному качеству запасных частей CORTECO

Мы поставляем оригинальные высококачественные запасные части: если Вы при ремонте своего автомобиля используете один из 19 000 продуктов, производимых компанией Corteco, сальники, прокладки, детали подвески, тормозные шланги или салонные фильтры, можете быть уверены - Вы в надежных руках.



FREUDENBERG
SEALING TECHNOLOGIES



Vibracoustic



micronAir®

a brand of
FREUDENBERG

CORTECO®