

РЫНОК

АВТОЗАПЧАСТЕЙ

АПРЕЛЬ 2013



CHEMPIOIL

www.chempioil.ru

FORTECH

www.fortech-auto.com



БЕЛМАГ www.belmag.ru

PARTS-MALL

www.parts-mall.com



ЗОНА

стр. 45

ШРУСЫ

24

Фильтры салона

28

Глушители

34



Ваше универсальное решение по запчастям на корейские автомобили

PARTS-MALL является ведущим брендом корейских авто запчастей.

Весь товар сертифицирован ISO/TS/PCT, качество гарантировано корпорацией PARTS-MALL. PARTS-MALL предлагает своим клиентам широкий ассортимент авто запчастей высшего качества.

www.parts-mall.com



www.parts-mall.com



automechanika

MOSCOW



powered by:

Международная специализированная выставка запасных частей, оборудования и технического обслуживания автомобилей

26 – 29 АВГУСТА 2013
МОСКВА, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»



www.automechanika.ru
www.mims.ru

Организаторы:

messe frankfurt

Messe Frankfurt RUS
+7 495 649 8775
automechanika@messefrankfurt.ru



ITE Moscow
+7 495 935 7350
motor@ite-expo.ru



БЕЛМАГ
современные автотехнологии

Рулевые наконечники «Конвейерные 2190» Поставляются на «АВТОВАЗ»

Принципиально новая для российского автомобилестроения конструкция (патент РФ № 2440517), разработанная специалистами НПО «БелМаг» для ОАО «АВТОВАЗ» на новые автомобили «LADA Granta», а также «LADA Kalina», может успешно применяться и для ремонта всех автомобилей «десятого» семейства, а также автомобилей «LADA Priora».



Более чем в 10 раз
уменьшена осевая эластичность
Практически исключено
перемещение шарового пальца
относительно корпуса
под нагрузкой



Самозаходная часть на шаровом пальце
Упрощение монтажа

Высокоточная
механическая обработка
сферы пальца
Значительно снижено
трение в шарнире

Прогрессивная
цельная конструкция
вкладыша из
современного материала
Увеличена
износостойкость и ресурс
наконечника

Применяемость

ВАЗ 2110, 2112

ВАЗ 2170, 2172 «Priora»

ВАЗ 1117, 1119 «Kalina» (с октября 2011 г.)

ВАЗ 2190 «Granta»

Гарантия
70 000 км
пробега
или 3 года



Основной поставщик
шаровых опор и рулевых тяг
на «АВТОВАЗ», «ГАЗ»
и «GM-АВТОВАЗ»



Крупнейший
производитель
шаровых опор в России



Лидер в разработке деталей
подвески и рулевого
управления



Система менеджмента
качества сертифицирована по
ISO/TS 16949



Теперь работать с Bosch становится еще выгоднее. Узнайте, как получить еще больше дополнительных призов, участвуя в программе **Bosch extra** на сайте **bosch-extra.ru*****

АКЦИЯ!
15 марта – 15 мая**

111 Лет Свече зажигания Bosch



При покупке свечей зажигания Bosch на сумму **11 100 рублей** без НДС, **компьютерная мышь в подарок!***



BOSCH

Разработано для жизни

Адреса и телефоны официальных дилеров, которые принимают участие в акции, можно узнать по телефону «горячей линии»: **+7(495) 935 71 95** или на сайте **www.auto.bosch.ru** в разделе «Акции»

- * Акционный товар (группа товара), акционный подарок, сумма акционной закупки остаются неизменными
- ** Акционная закупка может быть одномоментной либо накопительной в течение акционного периода
- *** Или до тех пор, пока акционная продукция есть на складе
- *** Правила и условия участия в программе читайте на сайте **bosch-extra.ru** в разделе «условия участия»

Внешний вид и комплектация подарка может отличаться от изображения на листовке

Дорогие читатели!

На страницах этого номера появились результаты нашего очередного мониторинга российского рынка масел: такого рода обзоры, подготавливаемые по итогам каждого полугодия, давно стали традицией. Как и сопровождающие их экспертные интервью участников этого рынка – здесь Вы их, как всегда, найдете.

В «РЕМЗОНЕ» ставшая уже традиционной рубрика «Техподдержка» посвящена системам выхлопа отработанных газов. Первая часть материала рассказывает о принципиальном устройстве разных типов выхлопных систем, особенностях их конструкции, а также о том, как с помощью простого осмотра можно убедиться в пригодности отдельных элементов и цепи в целом к эксплуатации. Вторая часть, богато проиллюстрированная фотографиями, пошагово демонстрирует процесс замены выхлопной системы на подъемнике (использовался автомобиль ВАЗ 2111, или LADA 111).

Один из нынешних обзоров московского рынка тоже посвящен элементам выхлопной системы – точнее, основным глушителям для моделей ВАЗ. Для западных иномарок исследовался рынок наружных ШРУСов, для корейских – салонных фильтров.



Дмитрий СУББОТИН, контент-редактор

содержание

- 4 **события**
- тема номера**
- 6 Моторные масла. Мониторинг российского рынка: итоги 2012
- иномарки**
- 24 Наружные ШРУСы для иномарок
- корейские автомобили**
- 28 Фильтры салона для корейских автомобилей
- отечественные автомобили**
- 34 Глушители основные ВАЗ
- ремзона**
- 45 Назначение и особенности выхлопной системы
- 42 **выставки**
- 48 **подписка**

Учредитель ООО «СервисИнформ»
Генеральный директор Сергей Литвинов

Контент-редактор: Дмитрий Субботин; Главный аналитик: Виктор Пушкарёв; Дизайн и верстка: Сергей Бурцев; Web-мастер: Ярослав Золотухин;
Маркетинг: Сергей Ермолаев; Рекламный отдел: Людмила Кретова, Мария Будагян; Отдел распространения: Сергей Казаков, Александр Казаков; Корректор: Жанна Самойлова

Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения автора того или иного материала. Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Рынок Автозапчастей», возможна только с письменного разрешения редакции. При цитировании просьба указывать источник информации.

Телефон редакции +7 (495) 789 4233 (многоканальный)
Адрес: 115162, Москва, ул. Шухова, д. 10
E-mail: info@auto-marketing.ru http://www.auto-marketing.ru
Тираж 45 000 экз.

Отпечатано в типографии ООО «Скай ЛТД» г. Санкт-Петербург, ул. Взлетная д. 11, к. 2 www.skytld.ru

Издание зарегистрировано в Федеральном агентстве по печати и массовым коммуникациям. Свидетельство ПИ №77-16651

С нами не заржавеет



TRANSMASTER
UNIVERSAL

НЕРЖАВЕЮЩИЕ-ГЛУШИТЕЛИ.РФ

Детали
ВЫХЛОПНОЙ
СИСТЕМЫ
для ВАЗ и иномарок

+7(495) 981-98-01

SS20: новые опоры

Марка SS20 представляет новую конструкцию опор SS20 Gold — с технологией «скользящий демпфер» и с применением шумопоглощающего материала изоластан, разработанного и запатентованного SS20.

В настоящий момент в продажу поступили опоры SS20 Gold для автомобилей ВАЗ 1117-1119. В ближайшее время ассортимент линейки продукции SS20 будет расширен опорами SS20 Gold для автомобилей ВАЗ 2170.



Компрессоры X1 STANDARD и новая линейка



AIRLINE представляет серию изделий STANDARD, где в число новейших разработок входит компрессор в металлическом корпусе X1. Длина шланга уменьшена, сумка для хранения из комплектации удалена.

Также, ориентируясь на результаты исследования рынка и учитывая многочисленные пожелания клиентов, компания AIRLINE приняла решение о выпуске собственной линейки инструментов. Изготовленные из специально подобранной инструментальной стали изделия предназначены как для бытового, так и для полупрофессионального использования.

«АВТРАМАТ»: моторкомплекты

С марта 2013 г. ПАО «АВТРАМАТ» пополнил ассортиментную линейку своей продукции и начал продажи в Украине моторокомплектов ВАЗ и МеМЗ расширенной комплектации.

Поршень изготовлен из алюминий-кремниевого сплава, легированного медью и никелем, с модернизированным профилем боковой поверхности и микропрофилем и (или) специальным покрытием трущихся поверхностей. Поршневой палец подвергается цементации на глубину не менее 0,7 мм с последующей закалкой в масле и низкотемпературным отпуском. Кольца имеют все необходимые покрытия рабочих кромок.



PPG: новинки Quickline



21 марта в Учебном центре Группы Компаний «АВТОграф» в Санкт-Петербурге прошла презентация новинок Quickline. Специалисты PPG Industries рассказали о новых продуктах и показали их в ходе мастер-класса.

Новинки из линейки Quickline – это лак QC-7000, экспресс-лак QC-7300 и грунты QP-3450/ QP-3460.

На презентации специалисты PPG также подвели итоги многолетней работы на российском рынке и раскрыли некоторые планы на будущее. Среди них – расширение как ассортимента продукции, так и форм взаимодействия с партнерами и клиентами.

В ДОРОГУ С



Finest Belgian motor oils since 1903

Already 110 years, Unil Lubricants offers the right motor oil for every type of transportation.

Visit www.unil.com for more information and product advise.

МОТОРНЫЕ МАСЛА

МОНИТОРИНГ РОССИЙСКОГО РЫНКА: ИТОГИ 2012

В данном обзоре приведен анализ ситуации, сложившейся на российском рынке моторных масел для легковых автомобилей в 2012 году. Сравнение основных рыночных показателей было выполнено по отношению к итогам 2011 года. Рассмотрены изменения и общие тенденции, проявившиеся за годовой период. Характерно, что сохранилась устойчивая тенденция последних лет в росте объема потребления синтетических масел. В течение года наблюдалась разнонаправленная динамика цен по ведущим участникам рынка.

В период 2012 года продолжился постепенный рост российского рынка моторных масел для легковых автомобилей. По нашим расчетам, в натуральном выражении объем продаж за 2012 год составил около 280,2 млн. литров, что на 3,4% больше объема продаж 2011 года (табл. 1). В стоимостном рублевом выражении объем рынка вырос на 6,3% и достиг примерно 63,8 млрд. руб., что в валютном эквиваленте составило около 2,04 млрд. долл. (табл. 2). При этом динамика валютной выручки показала незначительный отрицательный прирост – 0,2%, что было обусловлено повышением среднего курса доллара за годовой период на 6,4%: с 29,38 руб. до 31,25 руб.

В течение 2012 года натуральный объем продаж отечественных моторных масел остался примерно на прежнем уровне, а объем продаж импортных масел увеличился на 5,8%. При этом доля импорта за прошедший год соответственно выросла на 2,4% и практически достигла 60% (табл. 1).

Отечественные производители в 2012 году сохранили примерный объем продаж предыдущего года – 112 млн. литров, однако общий рост рынка привел к уменьшению их доли с 41,4% до 40%. Так же, как и раньше, среди отечественных участников рынка ведущими продолжают оставаться четыре компании: ЛУКОЙЛ, ТНК-ВР, DELFIN GROUP и РОСНЕФТЬ. Активная маркетинговая деятельность компании ГАЗПРОМНЕФТЬ пока еще не привела к значительному успеху: доля масел G-Energy составляет около 0,6-0,7%, что, однако, уже выделяет их среди остальных российских марок и брендов.

Лидером российского рынка моторных масел для легковых автомобилей по объему продаж в натуральном исчислении продолжает выступать российская компания ЛУКОЙЛ, доля которой в 2012 году колебалась около 25,9%, что несколько ниже прошлогоднего показателя – 26,4% (рис. 1). Получилось, что, несмотря на небольшой рост продаж по итогам 2012 года, компания ЛУКОЙЛ несколько отстала от общего темпа роста рынка. Аналогично, за прошедший год компании ТНК-ВР и DELFIN GROUP также сохранили объемы своих продаж, а их рыночные доли немного снизились. Наибольшее снижение объемов продаж – около 13% среди ведущих российских компаний показала компания РОСНЕФТЬ, которая явно не прилагает усилий для продвижения продукции в мелкой фасовке до 5 литров, сосредоточившись на продаже моторных масел в крупных емкостях, причем преимущественно в секторе минеральных масел.

Зарубежные производители и дистрибьюторы в течение 2012 года суммарно охватили около 60% натурального объема рынка. Концерн EXXONMOBIL также продолжает оставаться явным лидером среди зарубежных производителей масел. Однако, по нашим расчетам, в 2012 году концерн «буксовал» на месте по объему продаж, а суммарная рыночная доля брендов MOBIL и ESSO в натуральном выражении немного отстала от общего темпа роста рынка: 16,3% против 16,9% в 2011 году.

Таблица 1

Показатель	2011 г.	2012 г.	Прирост
Объем рынка масел, млн. литров	271	280,2	3,4%
Объем отечественных масел, млн. литров	112	111,9	-0,1%
Объем импортных масел, млн. литров	159	168,3	5,8%
Доля импорта, %	58,6	60	2,4%

Таблица 2

Показатель	2011 г.	2012 г.	Прирост
Объем продаж, млрд. руб.	60	63,8	6,3%
Объем продаж, млрд. долл.	2,05	2,04	-0,2%

Таблица 3

Производитель, собственник	Марка, бренд	Средний рост оптовых цен в 2012 г., Москва	Средний рост розничных цен в 2012 г., Москва
ЛУКОЙЛ	ЛУКОЙЛ	7,7%	3,5%
ТНК-ВР	ТНК	0,4%	3,7%
Delfin Group	LUXE	-2,3%	5,7%
Роснефть	Роснефть	1,5%	-1,7%
EXXONMOBIL	MOBIL	2,4%	-4,4%
	ESSO	4,7%	-2,3%
BP	CASTROL	3,8%	0,2%
	BP	5%	-2,5%
SHELL	SHELL	12,1%	8,2%
SK Lubricants	ZIC	-7,5%	5,9%
MANNOL-SCT	MANNOL	-0,6%	0%
TOTAL	Total, Elf	0,9%	-1,1%
LM	LM	8%	2%

Компания SHELL успешно увеличила свою долю с 8% до 9% и оказалась на втором месте в секторе импортных масел после EXXONMOBIL. Компания BP-CASTROL несколько снизила свою долю и расположилась на третьей позиции с долей около 8,1%. Концерн TOTAL, показав очень высокий уровень роста своих брендов Elf и Total, увеличил свою долю с 2% до 3,4% и занял пятое место, «сместив» с этой позиции бренд MANNOL компании SCT.

Анализ рынка в стоимостном выражении показал, что принципиальных изменений здесь не произошло. Абсолютным лидером российского рынка остался концерн EXXONMOBIL, на долю которого пришлось примерно 20,5% всей розничной выручки, а на второй рыночной позиции продолжает стабильно держаться крупнейший отечественный производитель – ЛУКОЙЛ – 16,5% (рис. 2). На третьей позиции закрепились компания SHELL (11,1%), а на четвертом месте расположилась компания BP-CASTROL (10,4%). В денежном выражении, по нашей оценке, наибольший рост продаж в 2012 году показали компании TOTAL, LIQUI MOLY и SHELL.

Анализ розничного предложения моторных масел на рынке г. Москвы в 2012 году проводился для товарного ассортимента, включающего в себя масла, фасованные в канистры объемом 4 и 5 литров. Последний «срез» розничного предложения, выполненный в январе 2013 года, показал, что состав участников московского рынка и структура представленности их продукции оставались в течение года весьма стабильными (рис. 3-8). В товарной группе минеральных масел на лидирующей позиции уверенно осталась российская марка ЛУКОЙЛ (22%), а основную конкуренцию ей составила другая российская марка ТНК (15%) (рис. 3). Среди остальных участников наиболее заметными долями предложений обладали MANNOL, РОСНЕФТЬ, SHELL и LUXE. Примечательно, что в условиях очень жесткой конкуренции в группе «полусинтетики» марка ЛУКОЙЛ также смогла обеспечить себе явное лидерство с долей 11% и двухпроцентным «отрывом» от ближайшего конкурента в лице марки MANNOL (рис. 4). В свою очередь, преимущество MANNOL перед конкурирующими марками ZIC и LIQUI MOLY было минимальным и составляло 1% и 2% соответственно. Судя по насыщенности структуры предложения полусинтетических масел, эта категория продукции продолжает оставаться ключевой для подавляющей части производителей и дистрибьюторов. Напротив, в группе «синтетики» выделялась явная тройка лидеров: CASTROL, LIQUI MOLY, MOBIL, на суммарную долю которых пришлось около 38% представленности в розничном предложении (рис. 5). И это вполне закономерно, поскольку даже беглый анализ товарных ассортиментов этих брендов демонстрирует их четкую ориентацию на синтетические сорта масел. Очевидно, что и кроме лидеров, сейчас многие марки и бренды «делают ставки» на растущий сектор синтетических масел. К сожалению, в этом секторе российские производители оказались далеко позади значительной части зарубежных конкурентов.

Ценовой анализ марок и брендов показал, что за годовой период произошел либо очень умеренный рост розничных цен, либо даже имело место незначительное снижение цен. Например, в группе минеральных масел заметный рост можно было отметить лишь у двух брендов: LIQUI MOLY – 15% и SHELL – 10%, а большинство остались примерно на прежнем уровне. Кроме того, масла ESSO и ZIC даже подешевели в среднем на 8% и 4% соответственно (рис. 6). В группе «полу-

синтетики» среди лидеров роста цен также выделились бренды LIQUI MOLY и SHELL, а участников, снизивших цены, оказалось значительно больше: MOBIL, TOTAL, BP, ZIC, ESSO, MANNOL, ЛУКОЙЛ (рис. 7). Примечательно, что в группе «синтетики» проявился наиболее «массовый» рост розничных цен среди трех товарных групп. В частности, выросли цены AGIP – 14%, MOTUL – 12%, ЛУКОЙЛ – 8,5%, MANNOL – 7%, SHELL – 6,5%, LIQUI MOLY – 3% (рис. 8). При этом, заметное снижение показала лишь одна марка ARAL – на 3,5%.

В ценовом анализе мы также рассмотрели уровень и динамику цен сектора оригинальных масел, активно продвигаемых в последние годы автопроизводителями. Выяснилось, что в наиболее представленной на рынке группе синтетических масел в пятилитровых канистрах уровень цен колеблется в очень широком диапазоне и даже превышает 3500 руб. (рис. 9). Причем заоблачными ценами грешат не только премиальные автомобильные марки, как, например, MERCEDES-BENZ (2990 руб.), но считающиеся популярными и массовыми, такие как TOYOTA (2828 руб.) и VOLKSWAGEN (3539 руб.). Более приемлемые цены, сравнимые с «обычными» маслами предлагают GENERAL MOTORS, FORD, NISSAN и MAZDA.

Ценовые политики и стратегии участников рынка в течение 2012 года отличались принципиально, что не позволило выявить каких-то общих рыночных тенденций (табл. 3, рис. 10). Единственная общность показателей динамики цен заключается в умеренном их росте. Кроме того, наличие факторов снижения как розничных, так и оптовых цен свидетельствует о том, что цена выступала в роли ключевого управляющего фактора в борьбе за достижение запланированных объемов продаж.

Из ведущих отечественных производителей лишь ЛУКОЙЛ заметно поднял оптовые цены – на 7,7%. Остальные же удержались в пределах 1,5%, а компания DELFIN GROUP даже снизила оптовые цены примерно на 2,3%. Годовой рост розничных цен трех ведущих отечественных компаний ЛУКОЙЛ, ТНК-BP и DELFIN GROUP скромно уложился в диапазон от 3,5% до 5,7%. Компания РОСНЕФТЬ, судя по всему, явно пыталась сдерживать рост цен.

Из зарубежных участников компании EXXONMOBIL и BP активно манипулировали ценами, пытаясь увеличить объемы продаж. Умеренно повысив оптовые цены, они стимулировали спрос скидками на розничные цены. Напротив, компания SHELL, пользуясь выгодной ситуацией существенного роста объемов своих продаж, сумела за год максимально поднять и оптовые, и розничные цены: на 12,1% и 8,2% соответственно. Интересную ценовую политику, направленную на существенное увеличение прибыли, смогла реализовать компания SK-LUBRICANTS, которая показала максимальное снижение оптовых цен (на 7,5%) и заметное повышение розничных цен (на 5,9%).

В качестве наиболее заметных и существенных тенденций, выявленных в ходе исследования, стоит отметить следующие:

1. В течение 2012 года продолжился заметный и устойчивый рост российского рынка моторных масел для легковых автомобилей. В натуральном выражении рост рынка составил около 3,4% относительно периода 2011 года. При этом объем розничного рынка в стоимостном выражении вырос на 6,3% и достиг 63,8 млрд. руб. Поскольку рост рынка моторных масел обусловлен объемом рынка легковых автомобилей, то стабилизация последнего, наступившая в 2012 году, явно приведет к стабильным темпам роста рынка масел в ближайшие 2-3 года.

2. Сохраняется устойчивая тенденция постепенного роста доли импортных масел в общей структуре рынка. По итогам 2012 года, по нашей оценке, рыночная доля импортных масел в натуральном выражении достигла уровня 60%, а в денежном выражении превысила 75%.

3. В течение 2012 года наблюдалась разнонаправленная и индивидуальная динамика цен по участникам рынка, выражавшаяся как в росте, так и в снижении цен. При этом в целом рост цен был умеренным и в среднем не превышал 8% в оптовом секторе и 6% – в розничном.

4. Несмотря на то, что рынок моторных масел обладает сложившейся и достаточно устойчивой структурой, на нем продолжают присутствовать возможности для развития бизнеса. Например, за прошедший год успешные результаты в укреплении своих позиций показали такие компании, как TOTAL, SHELL и LIQUI MOLY.

5. Рост рынка моторных масел для легковых автомобилей в 2013 году, вероятнее всего, сохранится на уровне показателя 2012 года и составит не менее 3%.

Рис. 1. Примерная структура российского рынка моторных масел для легковых автомобилей в 2012 г. (в натуральном выражении)

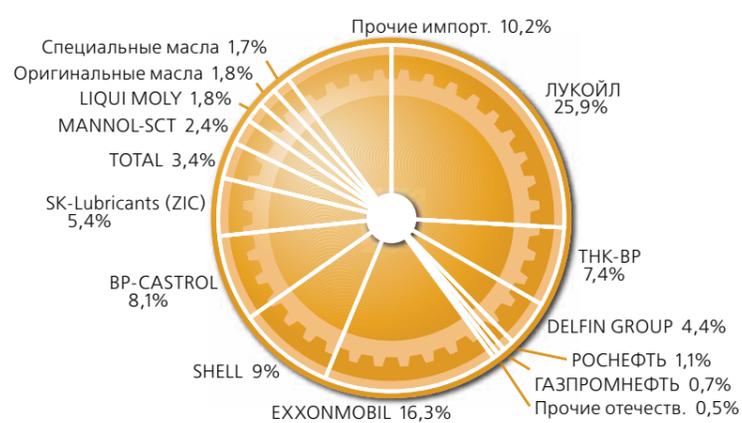


Рис. 2. Примерная структура российского рынка моторных масел для легковых автомобилей в 2012 г. (в стоимостном выражении)

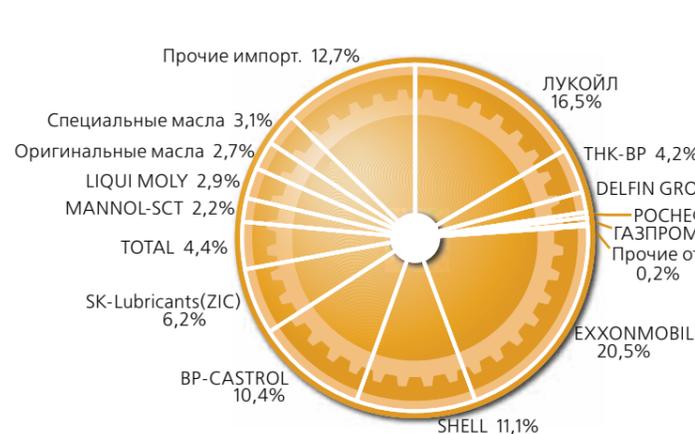


Рис. 3. Представленность марок и брендов минеральных моторных масел в московских розничных магазинах (канистры – 4 и 5 л)

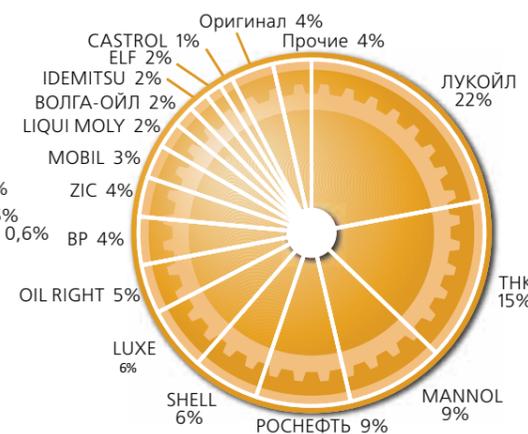


Рис. 4. Представленность марок и брендов полусинтетических моторных масел в московских розничных магазинах (канистры – 4 и 5 л)



Рис. 5. Представленность марок и брендов синтетических моторных масел в московских розничных магазинах (канистры – 4 и 5 л)

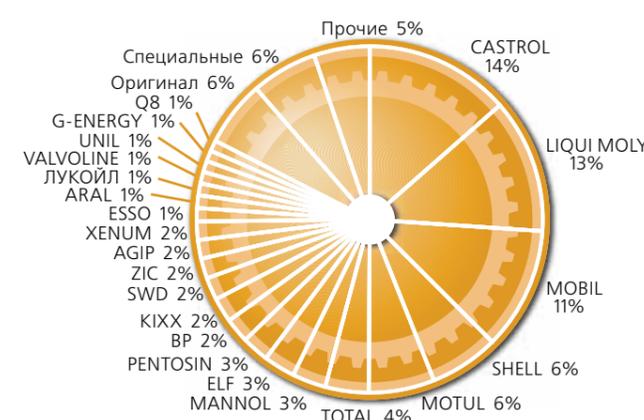


Рис. 6. Средние цены минеральных масел (канистра 4 л.)

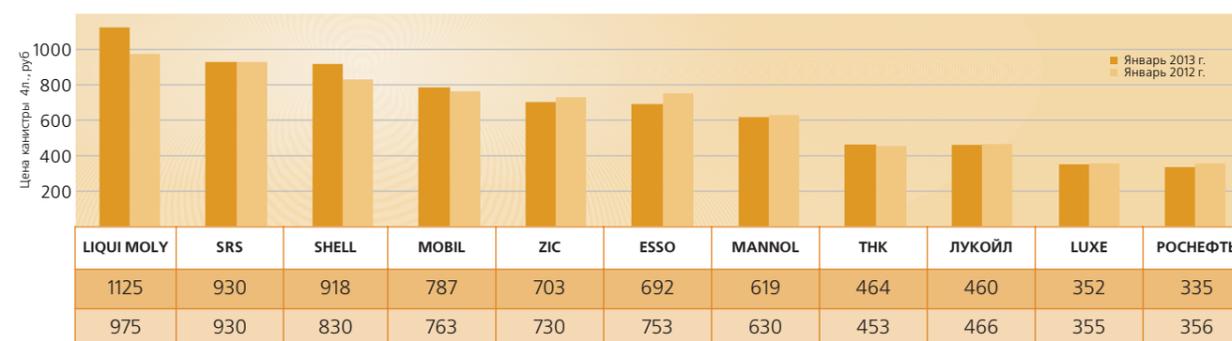


Рис. 7. Средние цены полусинтетических масел (канистра 4 л.)



Рис. 8. Средние цены синтетических масел (канистра 4 л.)

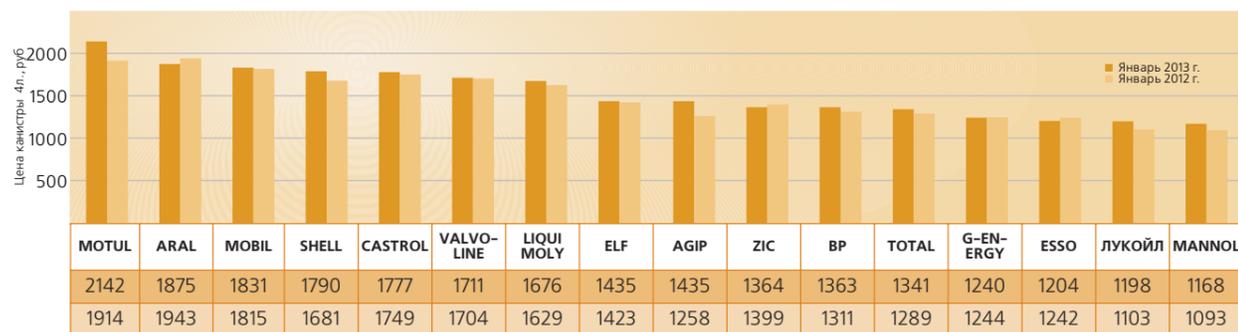


Рис. 9. Средние цены оригинальных синтетических масел (канистра 5 л.)

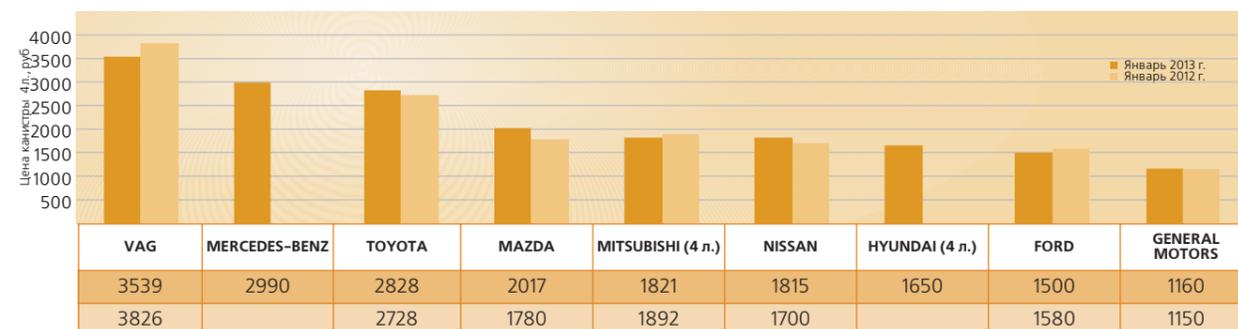


Рис. 10. Динамика оптовых и розничных цен на московском рынке в 2012 г.



CHEMPIOIL WWW.CHEMPIOIL.RU SCT LUBRICANTS

автомобильное масло
и автожидкости
высшего качества

ISO 9001 QUALITY

AGIF Type II
Hypoid GLS 80w-90
Ultra XT 5w-40

Официальным дистрибьютором на территории Российской Федерации является компания ООО «Альянс Ойл».
+7 (495) 722-77-78 info@chempioil.ru

ЕВРОПЕЙСКИЕ и КОРЕЙСКИЕ МАСЛА для ЛЕГКОВОГО и КОММЕРЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА

GT OIL

Масло первой заливки для автомобилей Great Wall Hover H3 и H5, в МКПП Dymos автомобилей UAZ Patriot, Hunter, Pick Up

Москва
Петровско-Разумовский пр-д, 28
тел.(495)933-45-78, 935-86-55
www.gtoil.ru

ДИСТРИБЬЮТОРСКАЯ ПОЛИТИКА – ВАЖНЫЙ ФАКТОР



Анита ВОЙТОВИЧ,
директор по экспорту компании UNIL Lubricants (Бельгия)

– Какие основные перемены на рынке автомобильных моторных масел можно отметить в 2012 году?

– Многие производители стали выпускать моторные масла на гидрокрекинговой основе и называть их «синтетикой», поскольку популярность синтетических продуктов на рынке растет. Впрочем, насколько я знаю, ряд традиционно используемых присадок не работают нормально с полиальфаолефинами, и производителям приходится использовать более дорогие присадки, что приводит к удорожанию конечного продукта. Учитывая качество российского топлива, можно понять, почему полусинтетические и даже минеральные продукты пока пользуются популярностью в стране, хотя на Западе их эпоха давно прошла. Производители в Европе просто не используют устаревшие базы. Мы, например, не работаем с базами класса 1 и 2 – в основном 3 или 4. Российские производители базовых масел на нас в свое время выходили, но могли предложить как раз только первую и вторую базы. Сейчас, насколько нам известно, компания ЛУКОЙЛ инвестирует или собирается инвестировать в ультрасовременное производство баз 3 и 4.

Несмотря на то, что в России все еще широко применяются минеральные продукты, роль синтетики на рынке возрастает. Связано это с высоким уровнем продаж новых автомобилей. Даже когда во всей Европе наблюдалось падение объемов, продажи новых машин в России росли. С таким положением дел в парке и связан рост доли синтетических масел.

– Отмечает ли Ваша компания заметную динамику роста рынка по итогам 2012 года относительно 2011 года? Каков сейчас примерный темп роста в сегменте масел для легковых автомобилей по Вашей оценке?

– Сказать о темпах роста по рынку мне будет затруднительно, мы на российском рынке всего два года, но заметную динамику роста я действительно отметила. Что касается динамики продаж наших продуктов, то рост продаж марки на рынке составил около 30%.

– Представители разных компаний и дистрибьюторов неоднозначно оценивают объемы продаж отечественных и импортных моторных масел. Какую оценку нынешнего соотношения объемов продаж импортных и отечественных масел на российском рынке Вы можете дать?

– Как мы знаем, в долях российских масляных гигантов в прошлом году наблюдалось некоторое падение. По данным исследований вашего журнала, уже упомянутый здесь ЛУКОЙЛ за год снизился с отметки в 30% до 26%. Однако это не значит, на мой взгляд, что доля местных производителей резко сокращается. Их продукция в натуральном выражении на рынке значительно больше, чем зарубежной. Точную – в цифрах – оценку пропорций дать трудно, однако по моим субъективным наблюдениям это так. Возможно, в нынешнем году ситуация может как-то измениться.

По оценкам наших специалистов, в стоимостном выражении доля отечественных производителей составляет около 30% рынка смазочных материалов.

– В последние годы в России активно развивается сектор оригинальных масел для конкретных марок автомобилей, которые продвигаются не только через дилерские сети автопроизводителей, но и уже достаточно широко предлагаются в розничной продаже. Какова примерная доля этого сектора сейчас, и насколько он конкурентоспособен в перспективе?

– В свое время в Европе производители автомобилей прямо-таки навязывали своим дилерам оригинальные масла, буквально рассматривая их как одну из групп запчастей. В итоге решением Страсбургского суда такая политика была признана нарушением основ свободной конкуренции. Теперь, когда конкуренция восстановлена, выигрывают, конечно, производители масел под своими марками. Не думаю, что продажи оригинальных масел в России ждет какая-то принципиально иная судьба. Тем более что розничный сектор сейчас в принципе сокращается. Если, конечно, исключить универсальные гипермаркеты: например, я бы хотела, чтобы продукты UNIL оказались там – однако время еще не пришло, мы ведь работаем здесь недавно, всего лишь два года.

– Большинство участников рынка считают, что в крупных городах доля розничных продаж масел постепенно снижается, а доля продаж масел через сервисное обслуживание возрастает. Как Вы можете оценить этот процесс на данный момент? Наступит ли баланс между этими каналами сбыта?

– Это действительно так, доля СТО в продаже масел возрастает в крупных городах. На мой взгляд, это может быть связано с сокращением сроков эксплуатации новых машин: вредные городские условия (например, зимние реагенты) довольно быстро начинают выводить современные автомобили, построенные на электронике, из строя. Поэтому владелец зачастую, относительно недолго попользовавшись покупкой, перепродает ее – и, как правило, она уходит в регионы. Условно говоря, снявшись с официального сервиса или понимая, что проще будет вложиться в новую покупку, он приобретает уже следующий автомобиль.

– Прошедший 2012 год характеризовался очень умеренным ростом цен и даже небольшим снижением по некоторым брендам. Связано ли сдерживание цен с ужесточением конкуренции, и каковы прогнозы на 2013 год?

– Мне кажется, ценовая динамика прошлого года была связана со стремлением лидеров мирового производства масел любой ценой сделать необходимый объем, то есть занять как можно более крупную долю даже в ущерб сиюминутной прибыли. Особенно характерна такая политика для крупных международных концернов – они могут себе такое позволить. Сказались, конечно, и изменения цен на базовые масла: в марте прошлого года цены выросли, а затем было снижение примерно до предыдущего уровня. В течение года ситуация оставалась относительно сбалансированной.

Прогнозы на 2013 год делать трудно, т. к. требуется учитывать макроэкономические факторы, поведение которых можно только угадывать. В частности, мы уверенно считали, что цены на базу пойдут вверх во второй половине января, так как до этого некоторые производители отказались осуществлять отпуск по старым расценкам, чтобы не оказаться в убытке. Однако общеевропейское снижение спроса на масла вынудило их все-таки отступить в этом вопросе.

Мы предполагаем, что цены могут вырасти во второй половине 2013 года, так как в конце марта – начале апреля наблюдается рост цен на базовые масла.

– Можете ли Вы, хотя бы в общих чертах, охарактеризовать нынешнюю маркетинговую политику участников рынка моторных масел? Есть ли сейчас на рынке бренды, успехи которых в продвижении наиболее заметны?

– По-прежнему крупные производители делают упор на массивную и дорогостоящую телевизионную или наружную рекламу. Я убеждена, что потребитель давно либо устал от такого подхода, либо относится к нему с полным безразличием, как к фону. К тому же аудитория теперь не нуждается в том, чтобы ей просто показали какой-нибудь очередной замечательный продукт – она требует конкретной информации, консультаций. Так что приоритетным направлением стал интернет, в том числе бурно развивающиеся социальные сети и медиа. Именно умелым использованием этого пространства, думаю, и будет определяться успех маркетинговой политики. В ближайшее время будет запущена русскоязычная версия нашего сайта.

Для нас, как для компании только начинающей свой путь на российском рынке, очень важным фактором выступает дистрибьюторская политика. Сегодня потребитель гораздо более просвещен в вопросах производства моторных масел, чем это было еще три года назад. А это делает приверженность бренду практически равнозначным фактором четкости работы и профессионализму дистрибьютора. Мы очень дорожим взаимоотношениями, сложившимися с компаниями «ТехноСмарт», «Велле» и «Бэккери Компани», которые представляют наши интересы в России.

МАРКЕТИНГОВАЯ АКТИВНОСТЬ ОСТАЕТСЯ ПОЧТИ НА УРОВНЕ 2011 Г.



Юрий ФЕДОРОВ,
генеральный директор ООО «Волгарресурс» (владелец бренда GT OIL)

– Какие основные перемены на рынке автомобильных моторных масел можно отметить в 2012 году?

– Направление изменений, которые происходили на рынке масел в 2011-м году, сохранилось и в 2012-м. По линии потребительских масел спрос смещается с обычных полусинтетических масел SAE 10W-40 в сторону синтетики SAE 5W-40, 0W-40 и маловязких энергосберегающих масел SAE 5W-30, 0W-30 – естественно, обладающих необходимыми допусками автопроизводителей.

На рынке коммерческих масел – с минеральных масел SAE 15W-40 на полусинтетические и синтетические масла SAE 5W-30, 5W-40, 10W-40.

– Отмечает ли Ваша компания заметную динамику роста рынка по итогам 2012 года относительно 2011 года? Каков сейчас примерный темп роста в сегменте масел для легковых автомобилей по Вашей оценке?

– Положительная динамика присутствует. Темпы роста по марке GT OIL сильно колеблются в зависимости от региона от 20% до 200%. По нашей оценке, примерный рост в секторе масел в среднем по рынку 30-40%.

Увеличилась доля нашего присутствия в региональных рынках смазочных материалов Татарстана, Башкирии, Новосибирской области и Дальнего Востока. По смазочным материалам GT OIL в 2012 году намечился существенный рост по маслам для коммерческого транспорта и спецтехники. Ассортимент данных масел вырос на 50%.

– Представители разных компаний и дистрибьюторов неоднозначно оценивают объемы продаж отечественных и импортных моторных масел. Какую оценку нынешнего соотношения объемов продаж импортных и отечественных масел на российском рынке можете дать Вы (в натуральном и денежном выражениях)?

– Несмотря на активную маркетинговую политику отечественных производителей, продажи импортной продукции с каждым годом растут все значительнее.

– В последние годы активно развивается сектор оригинальных масел для конкретных марок автомобилей, которые продвигаются не только через дилерские сети автопроизводителей, но и уже достаточно широко предлагаются в розничной продаже. Какова примерная доля этого сектора сейчас, и насколько он конкурентоспособен в перспективе?

– По нашей оценке, рынок оригинальных масел составляет 7-10%. Цены же на оригинальные масла продолжают оставаться значительно выше. Покупатель начинает понимать, что отличие оригинальных масел заключается только в этикетке.

Оригинальные масла имеют возможность составлять конкуренцию только на этапе сервисного обслуживания, потому что производители техники могут жестко прописать в рекомендациях собственное оригинальное масло.

– Большинство участников рынка считают, что в крупных городах доля розничных продаж масел постепенно снижается, а доля продаж масел через сервисное обслуживание возрастает. Как Вы можете оценить этот процесс на данный момент? Наступит ли баланс между этими каналами сбыта?

– Соотношение между розницей и СТО сегодня, по нашим наблюдениям, составляет 3:1. Маловероятно, что сбыт через СТО вырастет до соотношения 1:1 и тем более превысит сбыт через розницу. Мы стараемся равномерно представлять свои масла через все возможные каналы: розничные сети, гипермаркеты, интернет, дилерские центры и авто-сервисы. По маслам GT OIL продажи через розницу выше, чем в автосервисах и дилерских центрах.

– Прошедший 2012 год характеризовался очень умеренным ростом цен и даже небольшим снижением по некоторым брэндам. Связано ли сдерживание цен с ужесточением конкуренции, и каковы прогнозы на 2013 год?

– Конкуренция действительно большая. Масла GT OIL в 2012 году подорожали в среднем на 5-7%, что сопоставимо с инфляцией и с колебаниями валют.

Снижение цен могли себе позволить марки, у которых заложены большие наценки в стоимость товара – например, оригинальные масла. По нашим расчетам, в 2013г. в среднем по отрасли будет рост от 7% до 14%.

– Можете ли Вы, хотя бы в общих чертах, охарактеризовать нынешнюю маркетинговую политику участников рынка моторных масел? Есть ли сейчас на рынке брэнды, успехи которых в продвижении наиболее заметны?

– По нашим оценкам, маркетинговая активность по брэндам остается практически на уровне 2011 г. Идет перераспределение бюджетов в сторону интернета – и в том числе соцсетей. Это менее затратно и более точно направлено на целевую аудиторию. Многие крупные игроки рынка смещают свою активность с федерального уровня в сторону конкретных регионов.

СHEMPIOIL

Компания SCT Lubricants, один из ведущих поставщиков масел и смазочных материалов, хорошо известная российским потребителям по брэнду масел MANNOL, представила на российском рынке новую линейку моторных и трансмиссионных масел СHEMPIOIL.

Моторные масла СHEMPIOIL это высококачественные синтетические, полусинтетические и минеральные масла, разработанные с использованием уникальных технологий снижения износа двигателя. Гарантируют исключительную чистоту деталей двигателя, обеспечивая оптимальную вязкость в широком диапазоне температур и надежную работу двигателя, как в обычных условиях, так и в условиях высоких нагрузок и скоростей.

Гарантированное высокое качество и доступная цена делают моторные масла СHEMPIOIL особенно интересными для автовладельцев.



Наш опыт – Ваше преимущество!

Не секрет, что зачастую преждевременные ремонты двигателей и агрегатов трансмиссии автомобилей связаны не с их конструктивным браком или естественным износом, а с применением низкосортных смазочных материалов, неправильным подбором масла или его несвоевременной заменой.

Выбирая смазочные материалы Mobil от крупнейшего дистрибьютора ЗАО «Ойл Трейд Компани», Вы будете уверены в их качестве и происхождении.

Кроме этого, мы гарантируем:

Наличие на складе полного ассортимента моторных и трансмиссионных масел Mobil, включая самые современные мало-зольные и энергосберегающие синтетические масла, такие как Mobil 1 ESP Formula 0W-40 и Mobil 1 0W-20 Advanced Fuel Economy.

- Полное документальное сопровождение сделок в соответствии с законодательством РФ.
- Организацию доставки до склада партнера в любые регионы автомобильным и железнодорожным транспортом.
- Поставки любыми емкостями от 1-литровой канистры до цистерны.
- Помощь и консультирование по подбору масел для любой техники.
- Подбор смазочных материалов, аналогичных маслам различных производителей.
- Анализ состояния всех поставляемых смазочных материалов.
- Предоставление технической документации, сопутствующих и рекламных материалов и каталогов.

С Вами будет работать квалифицированный персональный менеджер для отслеживания прохождения заказа, решения оперативных вопросов, технических консультаций.

Также мы готовы предложить жидкости для автоматических трансмиссий и другие специальные технические жидкости, а также промышленные смазочные материалы для обслуживания оборудования сервисных станций: гидравлические, редукторные масла, жидкости для компрессоров и консистентные смазки от одного из ведущих производителей смазочных материалов, как на синтетической, так и минеральной основе.

Масла и смазки Mobil отвечают современным требованиям автопроизводителей и всегда востребованы при эксплуатации и обслуживании всех видов транспортных средств.







официальный дистрибьютор

- гарантия качества,
- полный ассортимент,
- наличие на складе,
- техническая поддержка,
- рекламная поддержка,
- доставка,
- персональный менеджер.

www.oiltrade.ru

+7 (495) 737-53-57

Ему доверяют профессионалы

Castrol Magnatec: надежная защита двигателя с первой секунды пуска

Моторные масла Castrol Magnatec обеспечивают защиту двигателя от износа с первой секунды пуска. Благодаря особым молекулам, образующим на деталях сверхпрочную пленку, Castrol Magnatec защищает мотор каждую секунду. Как известно, до 75% износа двигателя происходит во время его пуска и прогрева. Когда двигатель выключен, моторное масло стекает в поддон картера, оставляя важнейшие узлы незащищенными, однако молекулы Castrol Magnatec притягиваются к деталям двигателя подобно магниту. Они сцепляются с металлическими поверхностями деталей двигателя, делая их более устойчивыми к износу, и таким образом обеспечивают дополнительную защиту двигателя в период пуска, когда риск возникновения износа существенно возрастает. Молекулы Castrol Magnatec разработаны так, чтобы масло удерживалось на деталях двигателя, значительно снижая износ при прогреве, в 15 раз увеличивая гладкость критических поверхностей деталей двигателя*.



Castrol Magnatec 5W-30 A3/B4

Полностью синтетическое моторное масло Castrol Magnatec 5W-30 A3/B4 подходит для использования в бензиновых двигателях, в том числе и в оборудованных системами турбонаддува. Одобрено к применению большинством автопроизводителей (см. раздел «Спецификации» и руководство по эксплуатации автомобиля).

Спецификации: ACEA A3/B3, A3/B4; API SL/CF; BMW Longlife-01; Meets Fiat 9.55535-G1; MB-Approval 229.3; Renault RN 0700; VW 502 00/ 505 00.



Castrol Magnatec 5W-30 AP

Всесезонное полностью синтетическое масло, специально разработанное для двигателей японских и корейских производителей. Предназначено для применения в бензиновых моторах.

Спецификации: API SN; ILSAC GF-5.



Castrol Magnatec 5W-30 A1

Полностью синтетическое моторное масло, разработанное в сотрудничестве с компанией Ford, которое специально предназначено для использования в двигателях этого бренда. Позволяет достигать выдающихся показателей экономии топлива и соответствует требованиям современных топливосберегающих бензиновых и дизельных моторов Ford. Также подходит для бензиновых двигателей, производители которых рекомендуют использовать смазочные материалы соответствующих спецификаций.

Спецификации: ACEA A1/B1; A5/B5; API SN/CF; ILSAC GF-4; Meets Ford WSS-M2C913-A / Ford WSS-M2C913-B / Ford WSS-M2C913-C.



Castrol Magnatec 5W-40 A3/B4

Всесезонное полностью синтетическое моторное масло Castrol Magnatec 5W-40 A3/B4 подходит для применения в бензиновых и дизельных двигателях с турбонаддувом и без него. Соответствует самой современной спецификации API и одобрено к применению большинством автопроизводителей (см. спецификации продукта и руководство по эксплуатации автомобиля).

Спецификации: ACEA A3/B4; API SN/CF; BMW Longlife-01; MB-Approval 229.3; Renault RN 0700 / RN 0710; VW 502 00/ 505 00.



Castrol Magnatec 10W-40 A3/B4

Полусинтетическое моторное масло, предназначенное для использования в бензиновых и дизельных двигателях легковых автомобилей с турбонаддувом и без него. Соответствует высшим категориям по классификации API и одобрено к применению в двигателях Mercedes и Volkswagen.

Спецификации: ACEA A3/B3, A3/B4; API SL/CF; Meets Fiat 9.55535-D2; MB-Approval 229.1; VW 501 01 / 505 00.



Castrol Magnatec Diesel 10W-40 B4

Полусинтетическое масло, предназначенное для использования в дизельных моторах автомобилей с турбонаддувом и без него. Специальная технология производства масел для дизельных двигателей поддерживает эффективность работы двигателя и быстроту реагирования на нажатие педали акселератора. Castrol Magnatec Diesel 10W-40 B4 эффективно удерживает сажу, образующуюся в процессе работы двигателя, сводя к минимуму загустевание масла.

Спецификации: ACEA A3/B3, A3/B4; API SL/CF; Meets Fiat 9.55535-D2; MB-Approval 229.1; VW 501 01 / 505 00.



Castrol Magnatec Diesel 5W-40 DPF

Полностью синтетическое моторное масло, разработанное специально для современных дизельных двигателей легковых автомобилей, как оснащенных турбонаддувом, так и без него. Обеспечивает дополнительную защиту сажевого фильтра (DPF) и продлевает ресурс комплексных систем контроля выхлопных газов, уменьшая вредные выбросы в атмосферу.

Спецификации: ACEA C3; API SM/CF; BMW Longlife-04; Meets Fiat 9.55535-S2; Meets Ford WSS-M2C-917A; MB-Approval 229.31; VW 502 00 / 505 00/ 505 01.

*Снижение износа двигателя подтверждается результатами стандартного теста на износ по методу Сиквенс 4А. Испытания проводились на базе независимой лаборатории (Техас, США) в апреле и июне 2011 г.

ПРИКОСНИСЬ К ЭТИКЕТКЕ!
ОЦЕНИ CASTROL MAGNATEC
В ДЕЙСТВИИ!



INSTANT PROTECTION
MOMENT YOU TURN THE KEY

5W-40
FULLY SYNTHETIC
FOR MODERN ENGINES

ЗАЩИТА С ПЕРВОЙ СЕКУНДЫ
ПУСКА ДВИГАТЕЛЯ.

Результаты испытаний подтверждают, что использование моторного масла Castrol Magnatec обеспечивает в 15 раз более гладкую поверхность деталей двигателя - износ практически отсутствует!

Разница настолько велика, что не нужно специальных приборов, чтобы ее оценить. Достаточно Вашего прикосновения к этикетке.

ПРИКОСНИТЕСЬ
К ЭТИКЕТКЕ



«Стапри»: проверка подлинности

ОАО «Ставропольский завод поршневых колец» «Стапри» в целях защиты продукции собственного производства от контрафакта вводит систему проверки подлинности продукции ORIGINAL путем нанесения специальных защитных этикеток, содержащих индивидуальный код. Для проведения проверки подлинности продукции достаточно снять специальный слой на защитной этикетке, наклеенной на продукцию, и проверить уникальный 12-значный код. На запрос к системе покупатель получает подтверждение, содержащее в себе название товара, наименование производителя, дату производства и номер партии. Если полученный ответ соответствует действительности – товар подлинный.

Производитель предупреждает, что защитными наклейками маркируется продукция ОАО «Стапри», выпущенная и упакованная начиная с 1 апреля 2013 года. Отсутствие наклейки на продукции, выпущенной и упакованной ранее, не означает, что продукт контрафактный.

6 основных показателей качества тормозных колодок

Спрос на качественные запчасти продолжает расти. Многие уже доверили свои автомобили тормозным колодкам INTELLI. Что же повлияло на их выбор?

Дискосберегающие технологии

Тормозные колодки INTELLI производятся по технологии SAVE DISC TECHNOLOGY. Данная технология подразумевает использование фрикционных смесей из новейших материалов минерального и растительного происхождения. Изделия из них обладают великолепными дискосберегающими свойствами.

Снижение износа тормозного диска

Тормозные колодки INTELLI снижают износ тормозного диска в 2-4 раза (в зависимости от условий эксплуатации и модели автомобиля).

Эффективное замедление движения автомобиля

Во время независимого тестирования тормозных колодок разных производителей для автомобиля Ford Focus II (г. Москва, 2012 год) эксперты НАМИ установили, что тормозные колодки INTELLI – лучшие по дискосберегающим свойствам и температурной стабильности фрикционных характеристик.

Повышенная комфортность торможения

Фрикционный материал тормозных колодок INTELLI не содержит стальных волокон и благодаря этому обеспечивает:

- облегченную работу суппорта
- плавный ход
- улучшенную информативность тормозной педали
- существенно сниженный уровень шумов и вибрации при торможении
- отсутствие продуктов износа на колесных дисках.

100%-е соответствие требованиям автопроизводителей из стран Европы и Азии

Тормозные колодки INTELLI изготавливаются из двух фрикционных смесей, которые разработаны японскими, немецкими и украинскими специалистами. Одна из них максимально адаптирована к требованиям азиатских, а другая – европейских автопроизводителей. Об этом свидетельствуют специальные наклейки на индивидуальной упаковке.

Сертификация качества

Тормозные колодки многих производителей соответствуют технической документации, государственным стандартам и требованиям Правил №13 и №90 ЕЭК ООН. Но еще важна стабильность фрикционных характеристик этих изделий в процессе эксплуатации. Она свидетельствует о качестве колодок и гарантируется только сертифицированной системой управления качеством на конкретном предприятии-производителе. Стабильность фрикционных характеристик у тормозных колодок INTELLI – следствие того, что они производятся на предприятии с системой управления качеством, которая сертифицирована на соответствие требованиям ISO 9001 : 2008. Больше информации читайте на intelli-brake.ru.

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО «ДАФМИ» В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (495) 778-54-60

Дистрибьюторы продукции INTELLI в России:
 ЗАО «Авто-Прогноз» (495) 984-35-25
 ООО «Орель» (8443) 39-85-36
 ООО «СтройПромКапитал» (495) 232-28-29
 ООО «ТрансСпектр» (495) 677-73-72



ИНТЕЛЛИ

РАЗУМНОЕ ТОРМОЖЕНИЕ

- оптимальный выбор для европейских и азиатских авто
- износ тормозного диска снижен в 4 раза
- чистые колесные диски
- бесшумное замедление движения автомобиля

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО «ДАФМИ»
 В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (495) 778-54-60

www.intelli-brake.com www.intelli-brake.ru

«ВАТИ-АВТО»: нам 10 лет!

1 апреля ЗАО «ВАТИ-АВТО» отметило свое 10-летие.

10 лет назад 1 апреля 2003 года из структуры завода ОАО «ВАТИ» выделено Закрытое акционерное общество «ВАТИ-АВТО», нацеленное на разработку и производство высокотехнологичных фрикционных изделий, универсальных прокладочных материалов и вырубных изделий из них для предприятий автомобилестроения, а также машиностроительной промышленности.

Сегодня ЗАО «ВАТИ-АВТО» – неоспоримый лидер в производстве безасбестовой прокладочной продукции. На предприятии выпускается более 1000 наименований продукции. Объемы производства и, соответственно, реализации компании за 10 лет увеличились в 15 раз. Товарный портфель включает в себя колодки дискового тормоза, накладки барабанного тормоза и накладки диска сцепления.

Наша компания имеет богатый опыт работы с ведущими конвейерами страны и является поставщиком ОАО «АВТОВАЗ», ОАО «ЗМЗ», ОАО «ММЗ», ОАО «Автодизель (ЯМЗ)», ПАО «ЗАЗ», ООО «АЗ ГАЗ», ЗАО «GM-AVTOVAZ» и др.

Практически в любом автомобиле нашей страны есть деталь, изготовленная на нашем предприятии!

10 лет
100% исключительного качества

Производство, разработка асбестовых и безасбестовых технических изделий для автомобильной промышленности

GE: премиум-наборы

GE представляет новинку: серию премиум-наборов для апгрейда автомобильного освещения под названиями Sportlight +50, Megalight + 90 и Megalight + 120. Наборы различаются комплектацией осветительных приборов, каждая из которых соответствует потребностям различных категорий автомобилистов. Все наборы выпускаются в нескольких модификациях.



АВТОЗАПЧАСТИ
от ВАЗа до МАЗа

для импортных легковых и грузовых

SCANIA SAE holland VOLVO MERCEDES B.P.
 DAF IVECO MAN

ООО Фирма «Эргон» предоставляет своим покупателям широкий ассортимент автозапчастей для легкового и грузового автотранспорта отечественного (ВАЗ, ГАЗ, УАЗ, ЗИЛ, МАЗ, КАМАЗ, ПАЗ, УРАЛ, КРАЗ, трактора) и зарубежного (AUDI, BMW, VOLKSWAGEN, MERCEDES, VOLVO, MAN, DAF, IVECO, SCANIA) производства.

Продажа запчастей оптом и в розницу; Продажа шин и дисков; Широкий ассортимент на складе; Низкие цены и гарантия качества; Интернет магазин с удобными каталогами подбора запчастей

Наши услуги:
 Легковой и грузовой шиномонтаж; Сварка алюминия, нержавеющей стали

(495) 516-63-27, 513-61-39
info@ergonauto.ru; www.ergonauto.ru

Наш адрес:
 141070, Московская область, г. Королев, ул. Первомайская д. 7Б

АВТОМОБИЛЬНЫЕ ПРОКЛАДКИ

от официального поставщика деталей на автосборочные конвейеры

- оптимальное соотношение цены и качества продукции;
- узнаваемый бренд;
- широкий ассортимент;
- гибкие условия работы с клиентами;
- представительства во всех регионах России (СНГ);
- производство продукции по чертежам заказчика.

ВАТИ АВТО

ЗАО «ВАТИ-АВТО»
 Россия, Волгоградская обл., г. Волжский, ул. Александрова, 69 "А"
 тел.: 8 (8443) 210-968
 e-mail: omavto@vati.ru
<http://auto.vati.ru>

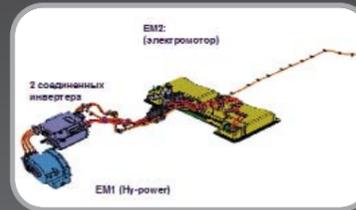
Magneti Marelli для LaFerrari

На Женевском автосалоне состоялся долгожданный дебют суперкара итальянского брэнда Ferrari – LaFerrari, который является первым автомобилем из Маранелло с гибридной системой HY-KERS и для которого компания Magneti Marelli будет поставлять электрические двигатели и различные электронные компоненты.

Гибридная силовая установка HY-KERS, которой оборудован автомобиль LaFerrari, способна развивать 963 лошадиных силы и она состоит из бензинового двигателя V12 с рабочим объемом 6,3 литра с максимальной мощностью 800 л.с., а также двух электромоторов, разработанных Magneti Marelli и дающих дополнительные 163 л.с. Общий крутящий момент гибридной системы превышает 900 Нм.

Электромоторы Magneti Marelli управляются двумя связанными между собой инвертерами. Первый электромотор вживлен в корпус 7-ступенчатой роботизированной трансмиссии с двойным сцеплением и приводит задние колеса, а второй – питает вспомогательное оборудование. Блок аккумуляторных батарей заряжается при рекуперативном торможении и в те моменты, когда водителю не требуется вся тяга двигателя.

Magneti Marelli поставляет на LaFerrari светотехнику – высокоинтенсивные биксеноновые фары и светодиодные задние фонари, дроссельную заслонку, а также электронную систему с десятью электронными блоками управления, которые призваны управлять оптикой, системой Superlift, бортовым компьютером, трансмиссией с двойным сцеплением. Суперкар LaFerrari оснащен электронной подвеской Superlift, разработанной Magneti Marelli.



Bosch: второе поколение парк-пилотов



Маневрирование при парковке по-прежнему связано с риском кузовных повреждений. Согласно данным немецкого научно-исследовательского института аварий AZT, примерно половина всех дорожно-транспортных происшествий в Германии, в результате которых был нанесен материальный ущерб, произошла во время парковки. Bosch, как один из ведущих производителей ультразвуковых датчиков, разработал систему парк-пилота, призванную помочь решению проблемы повреждения автомобилей в процессе парковки.

Bosch представляет второе поколение парк-пилотов. Кроме ряда нововведений в уже привычной функции параллельной парковки, новая разработка способна управлять всем процессом в полуавтоматическом режиме. Новый парк-пилот также помогает выезжать со стоянки.

Еще одна новая функция – помощник заезда в парковочный «карман». Система может расположить автомобиль в пространстве, находящемся под углом 90° к дороге. Проезжая вдоль стоянки, ультразвуковые датчики, установленные в боковую часть автомобиля, сканируют пространство вокруг, а электронный блок управления определяет подходящее место. Затем электроника предлагает комбинацию маневров и помогает автомобилю припарковаться.

Электроника использует боковые ультразвуковые датчики для обнаружения перил, столбов и стен, когда автомобиль проезжает вдоль них, а также запоминает расположение этих преград. При этом система запоминает необходимую информацию и в дальнейшем предупреждает водителя о вероятности столкновения еще до того, как препятствие окажется в зоне действия радара. Автопроизводители уже начали применять ультразвуковые парковочные системы Bosch нового поколения для серийных моделей.

ZF Services : новый каталог Lemforder

«Детали для рулевого управления и подвески марки Lemforder для автобусов» – так называется новый каталог, выпущенный ZF Services. Это первый каталог с полным ассортиментом продукции Lemforder для автобусов. В нем наглядно представлены запасные части более 600 наименований.

В международной версии каталога основная часть представлена на немецком и английском языках. Дополнительно прилагается аннотация в переводе еще на 7 языков. Имеется дополнительная информация для станций техобслуживания и оптовых дилеров: например, о применении тех или иных деталей или о времени их монтажа на транспортное средство. В оформлении страниц используются разные цвета для выделения важной информации и иллюстрации.

«МарКон»: для «российских иномарок»



Уважаемые читатели! В мартовском номере нашего журнала эта новость по техническим причинам смешалась другим текстом. Мы приносим извинения компании «МарКон» и Вам, а также публикуем материал в надлежащем виде.

Учитывая потребности рынка автозапчастей, компания «МарКон» к сезону 2013 года освоила дисковые тормозные колодки для самых популярных моделей иномарок российской сборки: Volkswagen Polo IV (2001-2009 гг. выпуска), 16400188 на переднюю ось; Volkswagen Polo IV седан (2010 и далее), 16700173 на переднюю ось; Hyundai Solaris, Kia Rio III (2011 и далее), 41702170 на переднюю и 41802150 на заднюю ось; Kia Sportage (2010 и далее), 41902166 и 17700160 соответственно; Renault Kangoo II (2008 и далее), 15200186 на переднюю ось; Renault Fluence, Duster, Megan III, Scenic III (2011 и далее), 41600170 и 5100150. Также освоены колодки для коммерческого транспорта: Fiat Ducato III, Peugeot Boxer III, Citroen Jumper III (2006 и далее), 41400192 на переднюю ось; Iveco Daily (2006 и далее) 32500220 и 32600228.

TRW PROEQUIP: расширение

Компания TRW Automotive Aftermarket объявила о расширении ассортимента продукции TRW Proequip в рамках программы развития производства деталей для тяжелых коммерческих автомобилей.

Расширение ассортимента продукции охватывает 117 деталей. В него входят 26 новых амортизаторов, 38 продольных рулевых тяг, шесть толкающих штанг, четыре ремонтных комплекта, три стойки стабилизатора, три наконечника рулевой тяги, 33 поперечные рулевые тяги, три шаровых шарнира подвески и одна новая V-образная тяга, которые предназначены для следующих 20 производителей автотранспортных средств: Albion, Bredamen, DAF, DANA, Dennis, Lohr, Irizar, Iveco, Magirus-Deutz, MAN, Mercedes, Nato, Nissan, Scania, SISU, Tatra, Renault, Van Hool, VDL, Volvo и ZF Passau.

Дэнис Крайст, руководитель европейских каналов распространения продукции для тяжелых коммерческих автомобилей компании TRW Automotive Aftermarket, объясняет: «В то время как мы готовимся праздновать 50-ю годовщину брэнда, программа TRW Proequip неустанно развивается и набирает позиции. Так, только ассортимент деталей рулевого управления и подвески для тяжелых коммерческих автомобилей вырос за 2012 год на 20%».

Марка была представлена на выставке Automechanika во Франкфурте в 2008 году под слоганом «Новый тяжеловес». На сегодняшний день ее портфель включает в себя детали рулевого управления и подвески, тормозные колодки, амортизаторы и механизмы рулевого управления.

Дэнис добавляет: «Более 100 лет опыта в производстве оригинального оборудования для систем рулевого управления тяжелого автотранспорта привели нашу компанию к стратегии, целью которой является воплощение этого опыта в системах «углового модуля», включающих детали тормозных систем, рулевого управления и подвески».

Термин «угловой модуль», введенный в 2011 году, обозначает уникальные технологии и детали, разработанные компанией TRW, которые занимают «угловую» позицию в автомобиле. Для производителей пассажирских автомобилей компания TRW предлагает широкий ассортимент продукции. Мы также планируем и дальше развивать наши программы для коммерческого автотранспорта, чтобы обеспечить и этот сектор комплексными системами «углового модуля».



TRIALLI: расширение линейки

TRIALLI расширяет линейку дисковых тормозных колодок для KIA, CHEVROLET, DAEWOO и HYUNDAI. Сегодня TRIALLI предлагает новую серию дисковых тормозных колодок – Silenzio. В ней используется запатентованная формула фрикционной смеси – T-300.

ПРОДАЖИ НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ И ЛЕГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ
ЗА ПЕРИОДЫ ЯНВАРЬ-МАРТ 2013/2012 гг. И МАРТ 2013/2012 гг.

(данные продаж Комитета Автопроизводителей АЕБ включают как импортированные, так и локально произведенные автомобили)

Марки	Ян. – Март 2013	Ян. – Март 2012	%	Март 2013	Март 2012	%
LADA	107427	109388	-2%	40480	43593	-7%
RENAULT	48030	39303	22%	17990	15524	16%
KIA	41724	39310	6%	16571	15070	10%
HYUNDAI	40714	41174	-1%	15919	16263	-2%
CHEVROLET	36406	38248	-5%	13841	15425	-10%
NISSAN	35916	42117	-15%	13865	17105	-19%
VOLKSWAGEN	35274	35761	-1%	12806	15098	-15%
TOYOTA	29333	33226	-12%	14136	13973	1%
FORD	23654	27231	-13%	10239	11479	-11%
OPEL	19832	17384	14%	7447	6923	8%
MITSUBISHI	19140	13065	46%	9119	5502	66%
SKODA	18619	19176	-3%	7673	8112	-5%
ГАЗ ком. автомоб.	16983	16603	2%	6829	6942	-2%
DAEWOO	15898	14092	13%	3408	5187	-34%
УАЗ	11155	11861	-6%	4080	4893	-17%
MAZDA	10625	12905	-18%	5112	7182	-29%
BMW	8818	7244	22%	3562	3290	8%
MERCEDES-BENZ	8595	7119	21%	3638	3012	21%
PEUGEOT	8307	10535	-21%	3066	4293	-29%
AUDI	8278	7174	15%	3753	3404	10%
SSANGYONG	7103	6328	12%	2666	2573	4%
SUZUKI	6033	6762	-11%	2334	2914	-20%
CITROEN	5947	7687	-23%	2152	3261	-34%
HONDA	4948	2922	69%	2124	1579	35%
GREAT WALL	4685	2733	71%	1840	984	87%
LAND ROVER	4500	4322	4%	2174	1957	11%
LIFAN	4321	4545	-5%	2024	1868	8%
GEELY	4261	2766	54%	1938	1173	65%
CHERY	4157	3402	22%	1605	1543	4%
SUBARU	4009	2929	37%	1788	1064	68%
VOLKSWAGEN ком. автомоб.	3466	3606	-4%	1466	1404	4%
LEXUS	3212	2414	33%	1568	1045	50%
VOLVO	2908	3621	-20%	1512	1891	-20%
INFINITI	2819	2847	-1%	1268	1150	10%
FIAT	1244	3164	-61%	564	1154	-51%
ZAZ	930	3115	-70%	374	1145	-67%
SEAT	860	248	247%	358	120	198%
JEEP	845	854	-1%	449	499	-10%
MERCEDES-BENZ ком. автомоб.	835	674	24%	362	381	-5%
PORSCHE	777	637	22%	338	303	12%
БОГДАН	777	1666	-53%	215	720	-70%
MINI	559	499	12%	243	252	-4%
VORTEX	517	824	-37%	235	584	-60%
FAW	506	0	-	231	0	-
BAW	483	348	39%	195	184	6%
CADILLAC	378	563	-33%	154	245	-37%
JAGUAR	321	329	-2%	129	153	-16%
ИЖ	251	592	-58%	93	164	-43%
BYD	100	256	-61%	6	5	20%
HAIMA	83	390	-79%	7	98	-93%
ТАГАЗ	64	115	-44%	21	24	-13%
DODGE	51	49	4%	23	25	-8%
CHRYSLER	39	35	11%	16	16	0%
SMART	24	0	-	12	0	-
ISUZU	23	81	-72%	12	48	-75%
FOTON	6	33	-82%	0	19	-
VIS	0	745	-	0	285	-
ВСЕГО	616770	615017	0%	244030	253100	-4%

25 НАИБОЛЕЕ ПРОДАВАЕМЫХ МОДЕЛЕЙ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ МАРК В РОССИИ
ЗА ПЕРИОДЫ ЯНВАРЬ-МАРТ 2013/2012 гг. И МАРТ 2013/2012 гг.

(данные продаж Комитета Автопроизводителей АЕБ включают как импортированные, так и локально произведенные автомобили)

#	Модель	Марка	Ян. – Март 2013	Ян. – Март 2012	%	Март 2013	Март 2012	%
1	Granta	Lada	37169	16876	120%	14373	9291	55%
2	Solaris	Hyundai	25388	27072	-6%	9610	10592	-9%
3	New Rio	KIA	19781	18315	8%	8269	7100	16%
4	Kalina	Lada	19538	27820	-30%	6371	11071	-42%
5	Duster	Renault	18345	1883	874%	7007	1860	277%
6	Focus	Ford	16732	19597	-15%	7437	7987	-7%
7	Priora	Lada	16533	27433	-40%	6350	9836	-35%
8	Polo	VW	15161	15295	-1%	5474	6574	-17%
9	Niva	Chevrolet	12024	14049	-14%	4413	5560	-21%
10	Logan	Renault	11784	17140	-31%	4383	6303	-30%
11	4x4	Lada	10791	12611	-14%	3796	4633	-18%
12	Octavia A5	Skoda	10523	10435	1%	4381	4126	6%
13	Sandero	Renault	10380	13488	-23%	3671	4848	-24%
14	Cruze	Chevrolet	10281	10301	0%	4079	4444	-8%
15	Largus	Lada	10170	0	-	3700	0	-
16	Qashqai	Nissan	9599	8837	9%	3510	3624	-3%
17	Nexia	DAEWOO	9345	8441	11%	1924	3146	-39%
18	Samara	Lada	9084	14566	-38%	4291	5636	-24%
19	Astra (вкл. Astra Cabrio)	OPEL	8859	12527	-29%	3187	4898	-35%
20	ix35	Hyundai	7628	5574	37%	3019	2153	40%
21	Sportage	KIA	7501	0	-	2838	0	-
22	Camry	Toyota	7253	7061	3%	2775	2937	-6%
23	New X-Trail	Nissan	7153	6668	7%	2946	2602	13%
24	Tiguan	VW	6627	8003	-17%	2219	3285	-32%
25	Matiz	DAEWOO	6553	5651	16%	1484	2041	-27%

ПОДШИПНИКИ  **РЕМОНТНЫЕ КОМПЛЕКТЫ**

от официального поставщика на автомобильные заводы

• Гарантия качества • Доступные цены • Простота установки



Россия, 115088, г. Москва,
ул. Новоостроповская, 5, стр. 14
тел.: +7 (495) 789 74 80
факс: +7 (495) 789 74 81
www.epkgroup.ru

ЕПК – ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ЛИДЕР
СРЕДИ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ!
ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ ДИСТРИБЬЮТОРОВ!

НАРУЖНЫЕ ШРУСЫ ДЛЯ ИНОМАРОК

ОБЗОР МОСКОВСКОГО РЫНКА

В обзоре приведены результаты исследования московского розничного рынка наружных ШРУСов за период: с 12 марта по 4 апреля 2013 года. Анализ рыночной ситуации осуществлялся на основе данных, полученных из каталогов и прайс-листов ведущих российских интернет-магазинов и крупных оптово-розничных компаний. Характерными особенностями рынка ШРУСов являются умеренное число предлагаемых неоригинальных брэндов, незначительный уровень спроса на оригинальные изделия, небольшие объемы текущих продаж.

В качестве конкретных объектов исследования были рассмотрены комплекты наружных передних ШРУСов для трех популярных моделей подержанных иномарок европейского и японского производства (табл. 1). При этом в общем ассортименте составы комплектов могли отличаться друг от друга в зависимости от конкретного поставщика и включать в себя, кроме самого ШРУСа, «пыльники» и приводные валы. Стоит напомнить, что предложения оригинальных изделий обычно соответствуют варианту полной комплектации. В процессе обработки данных и их анализа рассматривались все предложения по аналогам и неоригинальным заменам. При сравнении поставщиков учитывались розничные предложения с максимальным сроком поставки заказа не более 3 дней.

Исследование показало, что насыщенность структуры рынка ШРУСов по числу участников существенно зависит от рассматриваемой модели автомобиля. Например, в розничном предложении ШРУСов для Ford Focus содержалось наименьшее число участников – 9, а в предложении для Opel Astra набралось 23 марки и брэнда. В свою очередь, предложение ШРУСов для Toyota Corolla включало 20 марок и брэндов.

Спецификой рынка ШРУСов является очень узкая конструктивная унификация, присутствующая только между отдельными моделями в рамках одной автомобильной марки. Так, например, ШРУСы Ford Focus унифицированы лишь с моделью C-Max, ШРУСы Opel Astra подходят только для мо-

дели Opel Zafira, а ШРУСы Toyota Corolla взаимозаменяемы с моделью Corolla Verso.

Анализ структуры предложения ШРУСов для автомобиля Ford Focus показал, что в нем лидировало предложение под брэндом Konstein, обеспеченное большим объемом разовой партии товара (рис. 1). Соответственно, доля изделий Konstein получилась около 30,3%, а ближайшие конкурентные предложения оказались по своим размерам существенно меньше: Metelli – 17,7%, GLO – 13,5% и Cifam – 13,2% (рис. 1). Однако, если учесть, что продукция под торговыми марками Metelli и Cifam принадлежит одной компании Metelli S.p.A., то первенство в розничном предложении фактически принадлежало итальянским ШРУСам (30,9%). При этом шведские ШРУСы под популярной маркой SKF занимали в предложении весьма скромную долю – около 10%.

Структура спроса ШРУСов Ford Focus принципиально отличалась от структуры предложения, что, на наш взгляд, было обусловлено многократно меньшими объемами спроса в сравнении с объемами предложения. Лидером спроса оказалась шведская продукция SKF, охватившая существенную долю в 26,7%, а ближайшими конкурентами выступили итальянские изделия под маркой Cifam (18,7%) и немецкие изделия под маркой GKN-Loebro (16%) (рис. 2). А лидировавшая в предложении продукция Konstein смогла «набрать» в спросе 13,3%. Характерно, что лидер спроса SKF являлся и ценовым лидером, опередившим ближайшего конкурента Cifam почти на 70% по средней розничной цене

Таблица 1

Марка, модель автомобиля	Модификация	Период выпуска	Оригинальный номер запчасти*
Ford Focus II	двигатель: 1.4–1.8	2004-2008	1360388
Toyota Corolla E12	двигатель: 1.4–1.6	2002-2006	4347009A14
Opel Astra H	двигатель: 1.4–1.8	2004-2008	1603273

*возможна взаимозаменяемость с другими модификациями оригинальных изделий

Таблица 2

Марка, модель автомобиля	Брэнды – лидеры спроса				Доля «оригинала»
	№1	доля	№2	доля	
Ford Focus	SKF	26,7%	Cifam	18,7%	0%
Toyota Corolla	Metelli	36,9%	Lynx	25,1%	3,6%
Opel Astra	GSP	31%	Lynx	12,5%	0%

(рис. 3). Средние цены ШРУСов GKN-Loebro расположились в ценовом ряду примерно посередине между изделиями SKF и Cifam, а цены Konstein «вошли» в группу самой дешевой продукции. Полагаем, что предпочтения потребителей ШРУСов Ford Focus очевидны: за надежное изделие известной марки можно заплатить высокую цену.

Следует отметить, что данные по предложению оригинальных ШРУСов Ford Focus в процессе исследования нам не встретились.

Структура предложения ШРУСов для Toyota Corolla выглядела гораздо более насыщенной, т. к. включала в себя 14 марок и брэндов со значимыми долями (более 1%). Лидирующую позицию в этой структуре (20%) занимала продукция, произведенная в Китае под американским брэндом GSP, а ближайшим конкурентом выступала итальянская продукция под маркой Metelli с долей 18,3% (рис. 4). Заметно меньшие и близкие по размерам доли (9,5-10%) предлагали марки Lynx, GLO и Febest. Оригинальная продукция Toyota смогла обеспечить примерно 4,7% общего предложения.

Основной объем спроса ШРУСов для Toyota Corolla пришелся на три марки: Metelli, Lynx и Febest, суммарно охватившие почти 74% спроса (рис. 5). При этом бесспорным лидером оказалась итальянская продукция Metelli с долей 36,9%, а ее прямым конкурентом выступила продукция под маркой Lynx, принадлежащая японской компании Akita Kaihatsu.

Учитывая невысокую среднюю цену изделий Lynx (рис. 6), можно предположить, что место их производства размещено в Китае. Цены лидера спроса Metelli расположились в самой середине ценового ряда, обеспечивая наиболее приемлемое соотношение «цена-качество». Судя по всему, спрос на ШРУСы под немецкой маркой Febest был в заметной степени ограничен их ценой, превышающей среднюю цену изделий Metelli на 28%.

И, как всегда, уровень цен «оригинала» поразил любое воображение: средняя цена предложения ШРУСов Toyota

Corolla составила более 300 долл./шт. и превзошла цену ШРУСов Metelli примерно в 4,9 раза. Тем не менее, нашлась небольшая группа «патриотично» настроенных потребителей, которые обеспечили «оригиналу» около 3,6% общего объема спроса.

В отличие от предыдущих автомобилей структуры предложения и спроса ШРУСов для Opel Astra оказались полностью идентичными по первым четырем участникам рынка (рис. 7-8). Лидирующую позицию уверенно занимала продукция под брэндом GSP с долей 27,2% в предложении и 31% в спросе. Основную конкуренцию лидеру составляли марки Lynx и LPR, расположившиеся на втором и третьем местах соответственно. Четвертое место досталось немецкой марке Loebro концерна GKN. Суммарно указанная «четверка» обеспечила не менее 60% объемов предложения и спроса.

Очень примечательно, что структурное расположение первых четырех марок и брэндов продемонстрировало обратную зависимость от средней розничной цены (рис. 9). Лидирующий брэнд GSP оказался в группе самой дешевой продукции (до 30 долл./шт.), марка Lynx – на 55% дороже GSP, в свою очередь LPR дороже Lynx – на 27%, а GKN-Loebro дороже LPR – на 33%. Причем разница в ценах GSP и GKN-Loebro составила почти 2,5 раза.

Спрос на «оригинал» Opel Astra вообще отсутствовал, поскольку его минимальная цена, найденная в предложении, начиналась с 245 долл./шт., превышая цену продукции GKN-Loebro примерно в 3,2 раз, а цену GSP в 8,5 раз.

В заключение обзора мы традиционно обобщили результаты анализа позиций ведущих рыночных брэндов относительно «оригинала» (табл. 2). Вывод получился тоже традиционным: вместо «оригинала» потребители ШРУСов отдают предпочтение значительно более дешевой продукции известных брэндов – поставщиков after-market.

Рис. 1. Примерная структура предложения ШРУСов для Ford Focus на московском розничном рынке (март-апрель 2013 г.)

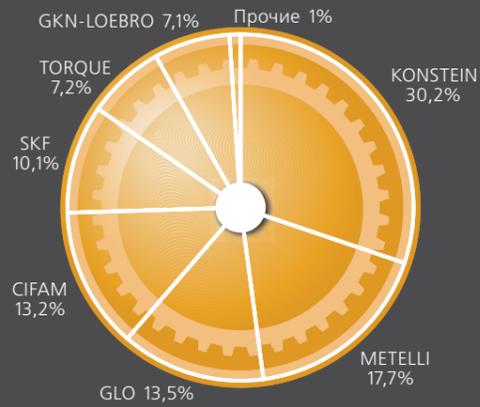


Рис. 4. Примерная структура предложения ШРУСов для Toyota Corolla на московском розничном рынке (март-апрель 2013 г.)

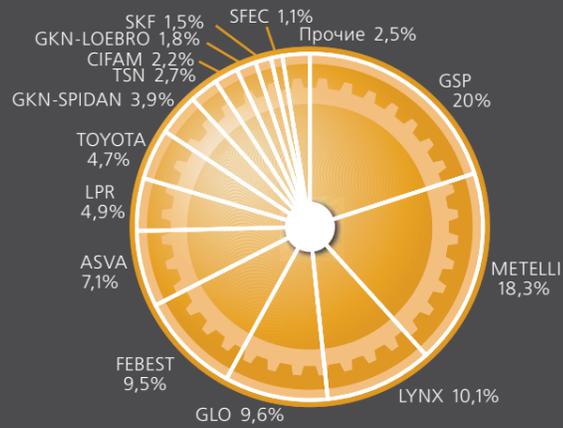


Рис. 7. Примерная структура предложения ШРУСов для Opel Astra на московском розничном рынке (март-апрель 2013 г.)

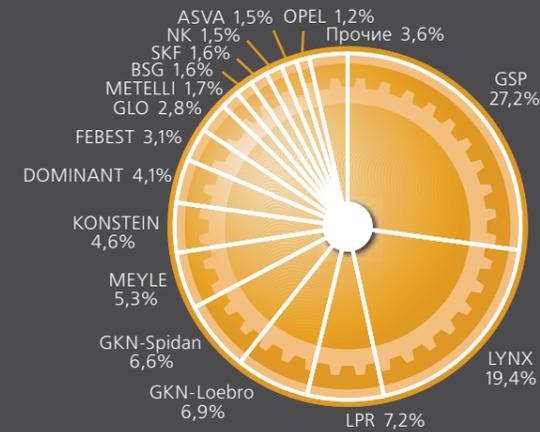


Рис. 2. Примерная структура спроса ШРУСов для Ford Focus на московском розничном рынке (март-апрель 2013 г.)

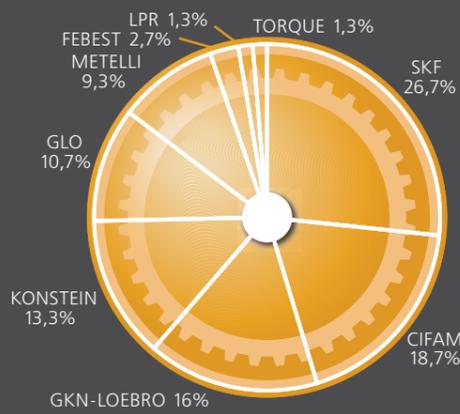


Рис. 5. Примерная структура спроса ШРУСов для Toyota Corolla на московском розничном рынке (март-апрель 2013 г.)

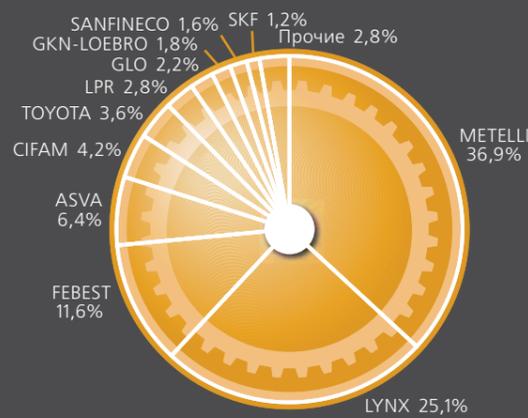


Рис. 8. Примерная структура спроса ШРУСов для Opel Astra на московском розничном рынке (март-апрель 2013 г.)

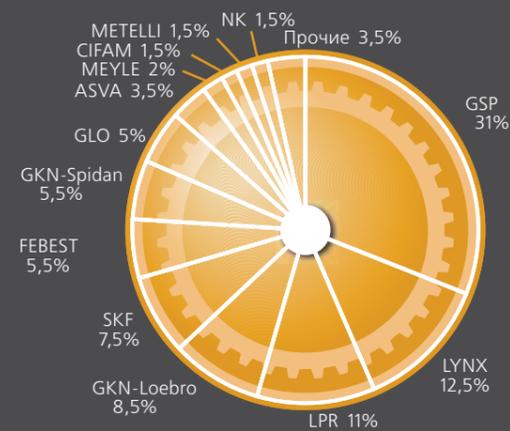


Рис. 3. Средние розничные цены ШРУСов для Ford Focus



Рис. 6. Средние розничные цены ШРУСов для Toyota Corolla

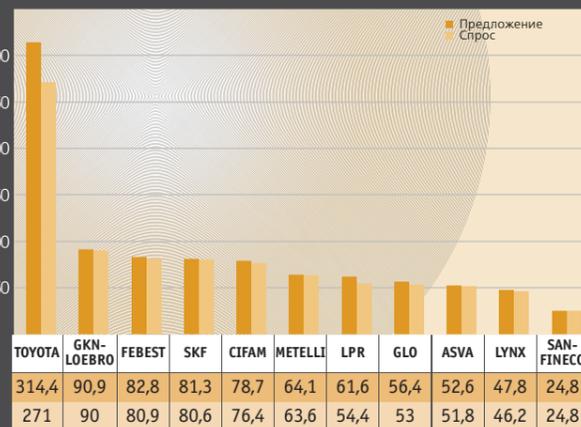
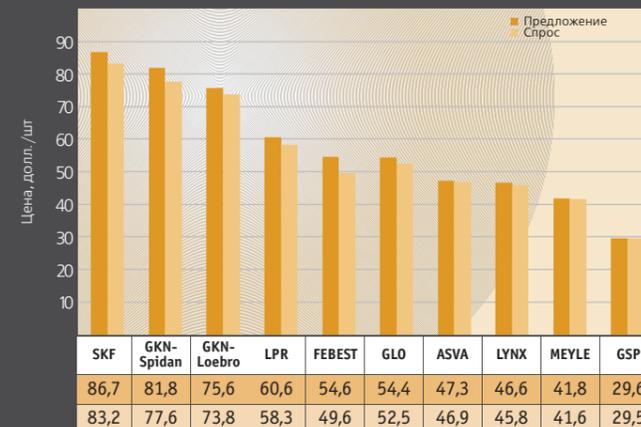


Рис. 9. Средние розничные цены ШРУСов для Opel Astra



INDASA

Абразивные материалы из Португалии
Для ваших идеальных форм!

Официальный дистрибьютор
Компания «Русавтолак»
МСК : +7 (495) 679 85 20
СПб: +7 (812) 449 43 50
www.rusautolack.ru

ФИЛЬТРЫ САЛОНА ДЛЯ КОРЕЙСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ

ОБЗОР МОСКОВСКОГО РЫНКА

В данном обзоре приведены результаты исследования московского рынка фильтров вентиляции и кондиционирования салона для автомобилей корейского производства. Сбор данных осуществлялся в период марта месяца текущего года путем обследования 70 розничных магазинов и 8 интернет-магазинов, имеющих в своем ассортименте запчасти для моделей корейских автомобилей. Результаты исследования показаны в виде анализа представленности марок и брендов, структуры розничного предложения и ценового позиционирования брендов.

В процессе исследования изучалось розничное предложение фильтров салона для трех популярных моделей автомобилей: Hyundai Accent, Chevrolet Lacetti и Daewoo Nexia (табл. 1). При выборе объектов исследования и анализе собранных данных учитывалось, что на рынке предлагаются два конструктивных типа фильтров: стандартные и так называемые «угольные». В данном обзоре при оценке структур розничного предложения по маркам и брендам мы рассматривали все типы фильтров в общем товарном ассортименте. Однако ценовой анализ мы проводили для стандартных конструкций фильтров, отделяя данные по «угольным» модификациям. Отдельно следует отметить, что для автомобиля Daewoo Nexia рассматривались лишь предложения независимых производителей, поскольку штатная установка фильтра салона не предусмотрена автопроизводителем. При сборе данных по интернет-магазинам рассматривались розничные предложения с максимальным сроком поставки заказа не более 1 дня.

Анализ собранных данных показал, что по числу участников рынок фильтров салона является типичным рынком «расходников»: на нем представлено очень большое число марок и брендов, из которых не менее половины имеют незначительные доли предложения, попадающие в категорию «прочие». И, естественно, максимально насыщенная структура относится к предложениям интернет-магазинов, располагающих широким спектром поставщиков. Так, например, в предложениях

интернет-магазинов для Hyundai Accent мы насчитали до 32 марок и брендов, из которых 16 были включены в группу «прочие», а для Chevrolet Lacetti эти цифры выглядели еще внушительнее: 38 и 20 соответственно. Напротив, для маловостребованной группы фильтров Daewoo Nexia предложение включало только четырех участников.

В структуре предложения розничных магазинов для автомобиля Hyundai Accent примерно на равных лидировали оригинальные запчасти под брендом MOBIS (20,9%) и корейский «неоригинал» под известной маркой PMC (19,4%) (рис. 1). Однако с учетом доли представленности под брендами HYUNDAI/KIA и BESF1TS абсолютное первенство «оригинала» становилось просто бесспорным – 40,3%. Кроме марки PMC наиболее серьезными конкурентами оригинальной продукции в розничных магазинах выступали бренды AMD (16,4%) и FORTECH (10,4%). В интернет-магазинах положение с лидерством полностью соответствовало ситуации розничных магазинов. Несмотря на то, что марка PMC лидировала в структуре предложения с приличной долей 16,7%, суммарная доля оригинальных брендов HYUNDAI/KIA, MOBIS и BESF1TS существенно превзошла ее, набрав 29,3% (рис. 2). Интересно, что ближайшими конкурентами «оригинала» кроме корейских фильтров PMC в электронной торговле оказались изделия под немецкими марками JAKOPARTS и KNECHT-MANLE, на долю которых пришлось 7,9% и 6,9% предложения соответственно.

Таблица 1.

Марка, модель автомобиля	Модификация	Период выпуска	Оригинальные номера*
Hyundai Accent	Двигатель: 1,5л.	1999 - 2006	9761037000
Chevrolet Lacetti	Двигатель: 1,4/1,6л.	2004-	96554378
Daewoo Nexia	Двигатель: 1,5л.	1997 - 2007	н. д.

*возможна взаимозаменяемость с другими модификациями оригинальных изделий

Анализ средних розничных цен стандартных фильтров для Hyundai Accent показал, что ценовой ряд состоит из явно выраженных сегментов высоких, средних и низких цен (рис. 3). Примечательно, что оригинальная продукция под брендами HYUNDAI/KIA и MOBIS расположилась в сегменте высоких цен, а бренд BESF1TS позиционировался в среднем ценовом сегменте. Причем, если разница цен по фильтрам HYUNDAI/KIA и MOBIS по двум каналам продаж была незначительной – на 4-8%, то цены фильтров BESF1TS отличались в 1,6 раза. Успешная конкуренция марки PMC с «оригиналом» явно основана на низком уровне цен. В розничных магазинах фильтры PMC были дешевле «оригинала» MOBIS в среднем в 2 раза, а в интернет-магазинах эта разница достигала уже 2,8 раза. Стоит отметить, что цены «угольных» фильтров для Hyundai Accent заметно колебались в зависимости от производителя, но в среднем их цена превышала цену стандартных на 40-50%.

В предложениях фильтров салона для автомобиля Chevrolet Lacetti лидерство корейской марки PMC было бесспорным. Так, в розничных магазинах продукция PMC занимала 30,7% представленности, а в интернет-магазинах она охватывала половину всего предложения – 50,8% (рис. 4-5). При этом, если в розничных магазинах серьезную конкуренцию фильтрам PMC составляли оригинальные фильтры GM/CHEVROLET с долей 26,7% и корейские фильтры под брендом AMD с долей 20%, то в интернет-магазинах прямых конкурентов не наблюдалось. Суммарная доля «оригинала» здесь составляла всего около 9,6%, а максимальные доли всех других участников не превышали 5%.

Ценовые ряды фильтров салона для Chevrolet Lacetti выражали типовую черту рынка «расходников»: лидировала оригинальная продукция GM/CHEVROLET, а прямой конкурент PMC располагался в сегменте дешевой продукции (рис. 6). Более того, если в розничных магазинах средние цены фильтров PMC и AMD практически совпадали, то в интернет-магазинах лидирующая продукция оказалась самой дешевой, выиграв в цене у AMD почти 28%. А в сравнении с «оригиналом» цена фильтров PMC выглядела просто «неприлично»: 326 руб./шт. против 600 руб./шт. в розничных магазинах и 172 руб./шт. против 598 руб./шт. – в интернет-магазинах.

Структуры предложений фильтров салона для автомобиля Daewoo Nexia выглядели очень простыми и незатейливыми. Как уже указывалось выше, в них присутствовало всего четыре марки и бренда (рис. 7-8). Правда, в предложениях интернет-магазинов нам пришлось еще включить некую безымянную продукцию, условно обозначенную как «Россия», размер доли которой оказался очень существенным – 36,4% и даже «по-

тянул» на лидерство (рис. 8). В розничных магазинах явным лидером выступил корейский бренд AMD с большой долей представленности в 55%, а прямыми конкурентами ему выступили российские марки ФИЛЬТР-СЕРВИС (22,5%) и НЕВСКИЙ ФИЛЬТР (17,5%). На долю третьего российского производителя – компании ЦИТРОН с брендом TSN в розничных магазинах осталось немного – около 5% представленности. В интернет-магазинах продукция ФИЛЬТР-СЕРВИС «обогнала» конкурентов и обеспечила себе долю предложения в 27,3%, заметно опередив корейскую продукцию AMD (18,2%). Фильтры TSN и НЕВСКИЙ ФИЛЬТР в электронной торговле обеспечили себе равные позиции, заняв по 9,1% предложения.

Из-за отсутствия на рынке «оригинала» ценовые диапазоны фильтров для Daewoo Nexia оказались относительно узкими и уложились в рамки 160 – 300 руб./шт. в обоих каналах продаж. Причем разброс цен по четырем участникам в интернет-магазинах оказался вообще минимальным: от 186 до 205 руб./шт.

В заключение можно отметить, что на рынке фильтров салона для корейских автомобилей рыночные картины складываются для каждой из рассмотренных моделей автомобилей индивидуально, со своими особенностями и отличиями.

ООО «АВТОКОР»
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР
АВТОЗАПЧАСТЕЙ AMD

+7 (495) 987 17 67

www.amd-parts.ru

Рис. 1. Представленность марок и брендов фильтров салона Hyundai Accent в московских розничных магазинах

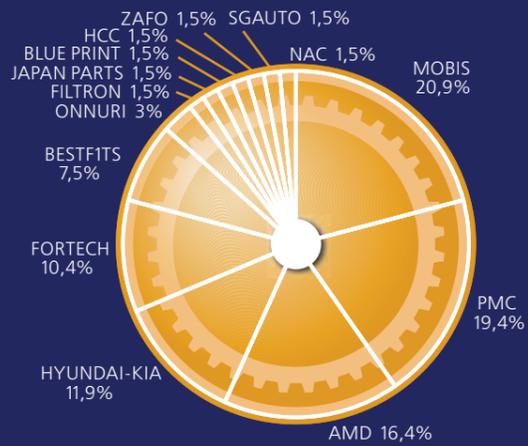


Рис. 2. Примерная структура предложения фильтров салона Hyundai Accent в московских интернет-магазинах

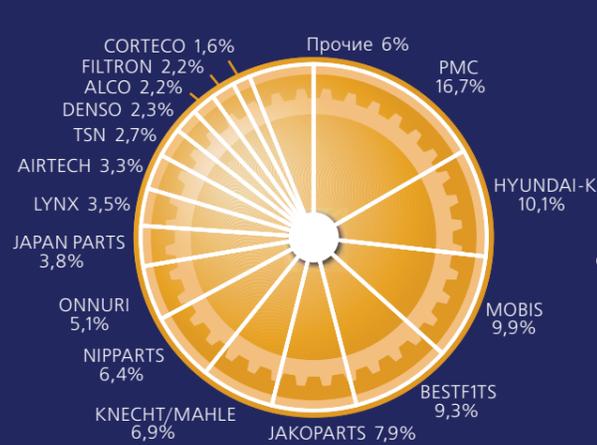


Рис. 3. Средние розничные цены фильтров салона Hyundai Accent

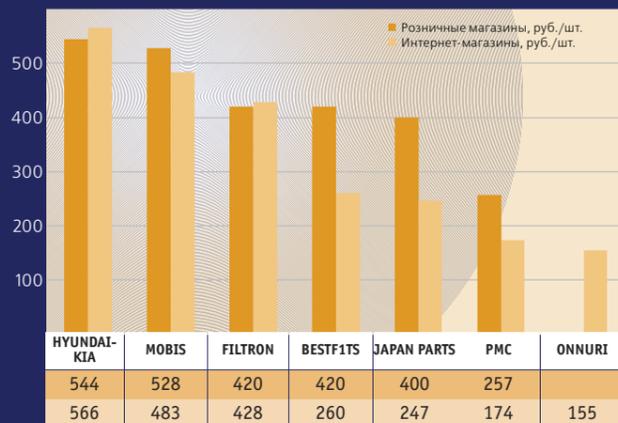


Рис. 4. Представленность марок и брендов фильтров салона Chevrolet Lacetti в московских розничных магазинах

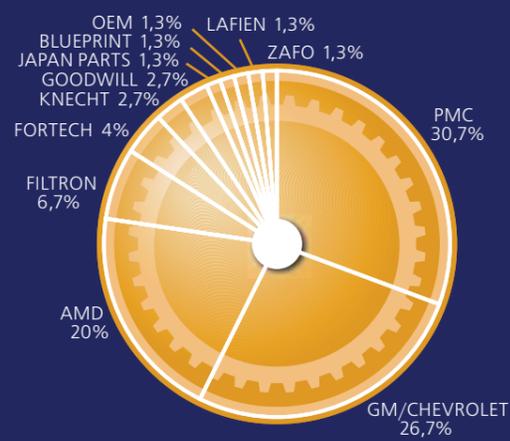


Рис. 5. Примерная структура предложения фильтров салона Chevrolet Lacetti в московских интернет-магазинах

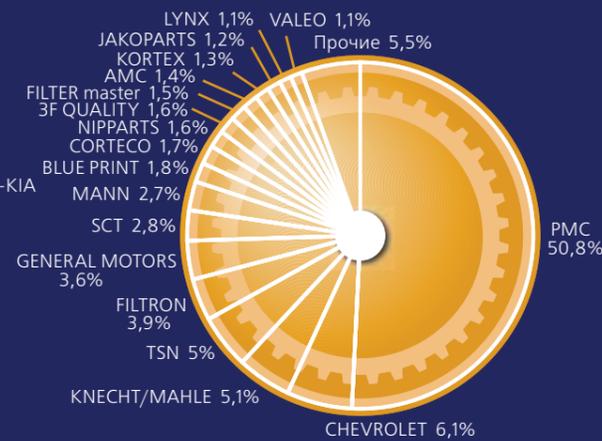


Рис. 6. Средние розничные цены фильтров салона Chevrolet Lacetti

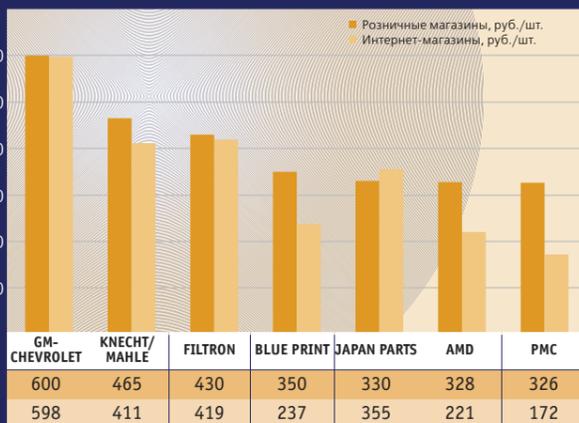


Рис. 7. Представленность марок и брендов фильтров салона Daewoo Nexia в московских розничных магазинах

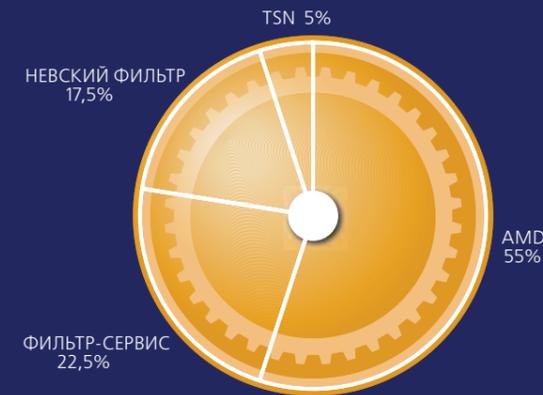


Рис. 8. Примерная структура предложения фильтров салона Daewoo Nexia в московских интернет-магазинах

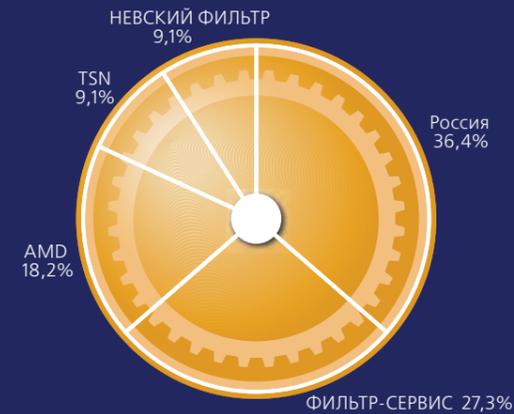
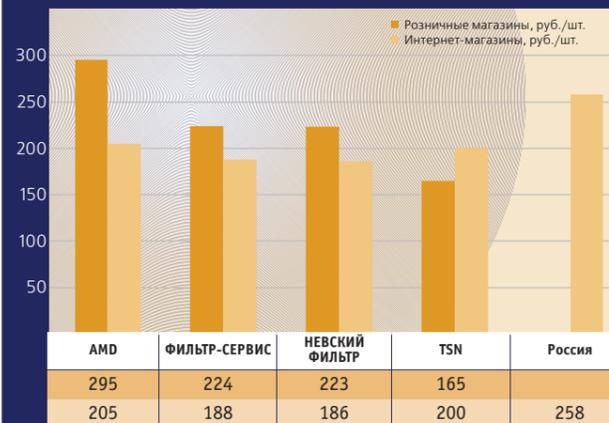


Рис. 9. Средние розничные цены фильтров салона Daewoo Nexia



«СтартВОЛЬТ»: НОВИНКИ

С марта этого года на все генераторы «СтартВОЛЬТ», в конструкции которых предусмотрен встроенный регулятор напряжения, будут устанавливаться изготовленные по чип-технологии регуляторы Motorola в монокристалльном исполнении, пришедшие на замену гибридным (пленочно-дискретным) регуляторам напряжения.

Изменилась и комплектация каждого генератора: помимо самого изделия, гарантийного талона и фирменного пакета «СтартВОЛЬТ» появятся также два дополнительных документа: инструкция по самостоятельной установке и индивидуальный технический паспорт на каждый генератор, выдаваемый компьютерным проверочным стендом. В паспорте указывается тип и порядковый номер проверяемого генератора, дата проверки, а также подробно описываются все его технические характеристики. В документе также приводится вольт-амперная характеристика – зависимость тока, выдаваемого генератором, от частоты вращения ротора генератора (не путать с частотой вращения коленвала двигателя автомобиля!).

автомобильные ФИЛЬТРЫ и КОЛОДКИ высшего качества

Представительство Fortech Industries Inc. в России
+7 (495) 617-17-29
www.fortech-auto.com

ClimFilter Supreme от Valeo



В апреле 2013 года компания Valeo выводит на рынок России свою инновационную запатентованную продукцию – уникальный салонный фильтр ClimFilter Supreme. Это первый салонный фильтр в Европе, который мгновенно нейтрализует до 92% аллергенов! Степень загрязнения воздуха в салоне автомобиля может быть в пять раз выше, чем на улице, и постоянная подверженность аллергенам может стать причиной развития аллергии в любом возрасте.

Как эксперт в области системы кондиционирования, компания Valeo разработала эксклюзивный салонный фильтр, задерживающий сильнейшие аллергены. Доказано, что эффективность этого фильтра составляет 92%. Салонный фильтр ClimFilter Supreme сочетает функции фильтра с активированным углем и полифенольного напыления, которое помогает задерживать аллергены непосредственно на поверхности фильтра и нейтрализовывать их.

Кроме того, этот фильтр препятствует проникновению в салон автомобиля мелких частиц, газов, неприятных запахов и защищает пассажиров и водителя от их вредного воздействия.

Ассортимент салонного фильтра ClimFilter Supreme, который на начальном этапе составляет 23 артикула, подходит практически для всех основных моделей на европейском рынке: Volkswagen Golf 7, 6, 5, 4; Audi A2, A3, Skoda Octavia, Superb, Fabia; Seat Alhambra, Leon; Citroen C2, C3, DS3, C4, DS4, C5; Peugeot C5, 207, 307, 308, Renault Clio, Scenic и Megane, Fiat Grande Punto, Toyota Yaris.

Новый салонный фильтр ClimFilter Supreme производится во Франции дополняет существующую серию салонных фильтров, состоящую из ClimFilter Comfort (для задержки мелких частиц) и ClimFilter Protect (с применением активированного угля).

Каждый фильтр легко узнаваем благодаря цветовой навигации упаковки: зеленая для ClimFilter Comfort, голубая для ClimFilter Protect и фиолетовая для ClimFilter Supreme. Более того, наличие на упаковке артикула, фотографии фильтра, названия и соответствующих пиктограмм, обозримых с трех сторон упаковки, значительно усовершенствует процесс хранения и подбора продукта на складе и в магазинах.

Зпатентованное инновационное предложение Valeo по салонным фильтрам ClimFilter Supreme и полная программа по системе кондиционирования представлены в TecDoc и в новом каталоге 2013 (артикул 955604).

Bosch: стереовидеокамера

«Обычной видеокамере необходимо интенсивное «обучение», прежде чем она сможет различать разные типы объектов, такие как пешеходы и автомобили. В отличие от нее стереовидеокамера может обнаруживать и измерять препятствия, основываясь только на расстоянии до объектов и их движении», – говорит Герхард Штейгер, президент подразделения Chassis Systems Control компании Bosch. Таким образом, данных стереокамеры может быть достаточно для активации автоматического экстренного торможения. Если аварию нельзя предотвратить, то система сможет снизить скорость и обеспечить своевременный запуск систем пассивной безопасности.



Система автоматического аварийного торможения должна работать надежно и безотказно. «Для эффективной работы такой системы необходима входная информация, которую можно получить либо объединением видео- и радиолокационных датчиков, либо благодаря стереовидеокамере», – отмечает Герхард Штейгер. При этом стереотехнология выполняет все задачи обычной видеокамеры. Среди них: распознавание дорожных знаков, удержание полосы движения, автоматическая регулировка света фар автомобиля с учетом движения попутных и встречных автомобилей.

Инженеры Bosch создали компактную систему, объединив блок управления и блок обработки изображения непосредственно в корпусе камеры. Расстояние между оптическими осями объективов стереовидеокамеры – всего 12 см, что делает ее одной из самых миниатюрных в современном автопроме. Такой размер делает камеру удобной для установки на автомобили любых производителей. Каждый из двух CMOS (комплементарный металло-оксидный полупроводник) сенсоров изображения имеет разрешение 1.2 мегапикселя. Сенсоры позволяют обрабатывать контрастное изображение и охватывать весь спектр света, видимый человеческим глазом.

На данный момент компания Bosch производит широкий ассортимент автомобильных видеоустройств: от камер с разрешением 640x480 пикселей и углом охвата 130-180 градусов до сложных интеллектуальных устройств, способных не только фиксировать, но и интерпретировать изображение. Пример такого подхода – система Bosch Vision Plus, которая обнаруживает пешеходов и предупреждает о них водителя при движении в ночное время.

ИННОВАЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ

ClimFilter™ Supreme

Первый салонный фильтр в Европе для нейтрализации аллергенов



Уникальная комбинация 4х преимуществ

Фильтр имеет двустороннюю окраску: с одной стороны – с активированным углем (серый цвет), а с другой – с полифенольным покрытием (коричневый цвет)

Входящий поток воздуха
Коричневая сторона

Исходящий поток воздуха
Серая сторона



Сторона с полифенольным покрытием

Сторона с полифенольным покрытием препятствует:

проникновению аллергенов в салон автомобиля (нейтрализация аллергенов)

Полифенолы
это натуральные компоненты, часто встречающиеся в растениях, фруктах и овощах, известны своими антиоксидантными свойствами

Сторона с активированным углем

Технология угольной активации защищает от:

вредоносных микрочастиц (пыльца, пыль, грибковые споры, пепел, бактерии, сажа, копоть...) менее >0.1µm

вредоносных газов (озон, двуокись азота, толуол, бутан, сернистый газ...)

неприятных запахов

МГНОВЕННАЯ НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ АЛЛЕРГЕНОВ

Микроскопические аллергены, присутствующие в воздухе, задерживаются фильтром. Первая поверхность с активным полифенолом связывает и немедленно нейтрализует их.



Узнайте больше о салонных фильтрах с полифенольным покрытием, открыв этот QR код, который имеется также и на упаковке.

Эффективность защиты от самых сильных ингаляционных аллергенов в Европе 92%

Аллергия может быть спровоцирована различными факторами. ClimFilter™ Supreme защищает от аллергенов, передающихся воздушным путем.



* Тесты, проведенные независимой лабораторией, подтвердили высокую эффективность защиты от самых сильных аллергенов, распространенных в Европе.

000 «ВСП», 105005 Россия, Москва, ул. Радио, 24/2, офис 202, Тел. +7 495 981 06 96, www.valeoservice.ru

valeo added



Automotive technology, naturally

ГЛУШИТЕЛИ ОСНОВНЫЕ ВАЗ

ОБЗОР МОСКОВСКОГО РЫНКА

В настоящем обзоре мы продолжаем ежегодный мониторинг московского рынка основных глушителей для автомобилей ВАЗ. И хотя предыдущее исследование проводилось менее года назад, в августе 2012 года, за прошедший период в рыночной ситуации произошли определенные изменения, связанные с составом участников, позиционированием ведущих марок и брендов, а также с динамикой цен.

В предлагаемом обзоре мы использовали прежнее деление товарного ассортимента на четыре условные группы по семействам моделей: №1- ВАЗ 2101-2107, №2 – ВАЗ 2108-21099, №3 - ВАЗ 2110-2112, 2170-2172 и №4- ВАЗ 2113-2115, добавив к ним новую группу №5 - ВАЗ 1117-1119 (табл. 1). Добавление группы №5 обусловлено наличием, как в розничной, так и в оптовой продаже заметного и стабильного предложения глушителей типов 1118-1200010 и 1119-1200010 для семейства «Калина», что, безусловно, связано с заметным ростом автопарка данного семейства. Интересно, что на рынке уже начали появляться отдельные предложения глушителей и для самого современного семейства «Granta». Напоминаем также, что при составлении данного обзора, как ранее, из анализируемых данных были исключены дорогие тюнинговые и спортивные модификации глушителей и сохранены данные по изделиям, изготовленным из нержавеющей стали.

В составе участников московского рынка глушителей за прошедший период произошли некоторые изменения. В частности, в розничном предложении «пропали» импортные глушители под брендами Walker и «Эстония», а также отечественные под брендом «Северский ТЗ». В то же время бренд «Северский ТЗ» значительно увеличил долю своей представленности в оптовом предложении. Кроме него, в оптовом секторе существенно увеличились доли российских марок НовоАвтоПром и Best.

Таблица 1. Основные характеристики товара

Номер по каталогу	Марка, модель автомобиля	Компаний-поставщики оригинальных изделий	Средний срок службы	Формы товарного предложения
2102-1201005	ВАЗ-2102, 2104	ОАО «АвтоВАЗагрегат», г. Тольятти	штампованно-сварные – 60 тыс. км или три года эксплуатации; вальцованные – 80 тыс. км	1. В соответствии с технологией изготовления: - штампованно-сварные - вальцованные (закатные) 2. По типу металла: - обычная сталь; - нержавеющая сталь 3. По способу окраски: - термозмаль; - порошковое покрытие
2106-1201005	ВАЗ-2101, 2103, 2105, 2106, 2107			
2108-1201005	ВАЗ-2108, 2109			
21099-1201005	ВАЗ-21099			
2110-1200010	ВАЗ-2110, 2111			
2112-1200010	ВАЗ-2112			
2113-1201005	ВАЗ-2113			
2114-1201005	ВАЗ-2114			
2115-1201005	ВАЗ-2115			
1118-1200010	ВАЗ-1118			
1119-1200010	ВАЗ-1119			
2170-1200010	ВАЗ-2170			
2172-1200010	ВАЗ-2172			

В отличие от прошлого года, в розничном предложении лидирующие позиции во всех товарных группах «вышли» глушители ОАО «АвтоВАЗагрегат» (рис. 1-5). При этом конкурирующая продукция Ижорского завода оказалась на втором месте в группах №1 и №2, а в группах №3 и №4 сместилась с третьего на четвертое и со второго на седьмое соответственно. Судя по этим результатам, замеченная в прошлом году тенденция потерь рыночных позиций у «ижорских» глушителей продолжается. Напротив, глушители АвтоВАЗагрегат существенно увеличили доли розничной представленности в группах №1, №2 и №3: в среднем на 7%-9%. Только в одной группе №4 доля АвтоВАЗагрегат за прошедший период заметно уменьшилась с 21% до 15,8%. Стоит отметить, что существенно продвинулась вперед продукция тольяттинской компании «Экрис», розничная доля которой в 2012 году стабильно располагалась на шестом месте. Сейчас глушители Экрис оказались на втором месте в группе №3 и на третьем месте в группе №4. Также примечательно, что в структуре розничного предложения продукция под условным брендом «Тольятти» продолжает занимать весьма стабильные позиции во всех товарных группах с долями 10-12%. Следовательно, и коммерческая привлекательность этой «безымянной» продукции сохранилась на высоком уровне.

Если учесть долю представленности продукции под оригинальным брендом «АвтоВАЗ», то получается, что «тольяттинские» глушители суммарно охватывают не менее 45% розничного предложения, а в группе №3 их доля доходит даже

Таблица 2. Цены в московских магазинах автозапчастей, руб./шт.

Номер изделия по каталогу	Минимальные розничные цены							
	АвтоВАЗ-агрегат	Ижорский завод	СВД	АвтоВАЗ	Transmaster	NEX	Фобос	Авто-Старт
2101-1201005	1430	800	790	945	900	937	900	778
2102-1201005	1480	800	790	930	880	862	933	775
2106-1201005	1500	800	790	905	900	941	920	778
2108-1201005	1809	850	840	940	950	995	920	803
21099-1201005	1927	850	840	960	1100	1050	930	928
2110-1200010	1790	1000	870	945	1033	1070	1010	951
2112-1200010	1990	1050	950	950	1100	960	990	869
2113-1201005	1925	1050	900	983	1150	1090	1030	925
2115-1201005	2040	1060	900	970	1111	1154	1060	925
1118-1200010	2350	1080	1000	910	1800	1540	1042	н. д.
Номер изделия по каталогу	Максимальные розничные цены							
	АвтоВАЗ-агрегат	Ижорский завод	СВД	АвтоВАЗ	Transmaster	NEX	Фобос	Авто-Старт
2101-1201005	1725	950	860	1090	1143	1067	1050	800
2102-1201005	1790	935	932	1153	1400	970	1060	867
2106-1201005	1790	994	908	1070	1290	1035	1050	800
2108-1201005	2200	998	965	1110	1395	1645	1034	865
21099-1201005	2200	1068	929	1070	1400	1850	1031	985
2110-1200010	2340	1085	1000	1290	1715	1920	1189	957
2112-1200010	2337	1187	1270	1110	1500	1917	1169	930
2113-1201005	2352	1142	911	1140	1690	1216	1150	945
2115-1201005	2415	1132	930	1225	1690	1809	1120	940
1118-1200010	2800	1080	1040	950	1840	1540	1042	н. д.

Таблица 3. Цены в московских оптовых компаниях, руб./шт.

Номер изделия по каталогу	Минимальные оптовые цены							
	АвтоВАЗ-агрегат	Ижорский завод	СВД	АвтоВАЗ	Transmaster	NEX	Фобос	Авто-Старт
2101-1201005	1130	609	585	619	704	611	646	673
2102-1201005	1104	621	600	718	700	628	605	688
2106-1201005	1189	608	585	619	704	611	646	673
2108-1201005	1600	611	600	575	754	710	648	618
21099-1201005	1600	629	614	587	853	739	703	774
2110-1200010	1631	733	646	598	812	766	710	618
2112-1200010	1536	756	665	580	876	778	697	805
2113-1201005	1568	770	646	679	905	785	728	764
2115-1201005	1577	776	646	685	887	786	746	764
1118-1200010	2120	792	692	705	1395	1020	734	н. д.
Номер изделия по каталогу	Максимальные оптовые цены							
	АвтоВАЗ-агрегат	Ижорский завод	СВД	АвтоВАЗ	Transmaster	NEX	Фобос	Авто-Старт
2101-1201005	1345	710	585	840	858	611	734	673
2102-1201005	1381	773	600	920	848	628	746	688
2106-1201005	1189	710	585	661	816	611	734	703
2108-1201005	1905	741	670	733	990	710	648	790
21099-1201005	1682	771	697	759	1028	909	703	836
2110-1200010	2292	819	697	820	1224	766	795	805
2112-1200010	2090	811	725	820	1198	778	770	805
2113-1201005	2051	810	665	812	1150	785	728	764
2115-1201005	1888	827	665	812	1210	786	746	764
1118-1200010	2201	834	988	755	1395	1020	734	н. д.

Примечание: анализ розничного ассортимента и цен производился на основе данных, полученных путем обследования 100 розничных магазинов, включая сетевые, а оптовое предложение оценивалось по прайс-листам 8 оптовых компаний. Актуальность оптовых прайс-листов соответствует второй половине марта 2013 года.

до 60%. А в новой товарной группе №5 продукция из Тольятти пока просто доминирует, составляя почти 83% предложения (рис. 5).

Структура оптового предложения глушителей в сравнении с прошлогодней в целом осталась более стабильной, чем

структура розничного предложения. Однако и здесь произошли определенные изменения. Так, лидирующие позиции Ижорского завода в группах №1 и №2 сохранились, но их доли представленности заметно уменьшились: с 21,9% до 15,2% в первой группе и с 24,7% до 18,2% – во второй (рис.

6-7). В группе №3 Ижорский завод также сохранил третью позицию, уменьшив долю с 15% до 10%, а в группе №4 «отошел» со второго места на четвертое (рис. 8-9). В свою очередь, АвтоВАЗагрегат в группах №3 и №4 несколько «потеснился», пропустив вперед оригинальный бренд «АвтоВАЗ», который уверенно занял лидирующие оптовые позиции в группах глушителей для «самары-2», «десяток» и «приор». Среди других марок и брендов можно отметить, что за прошедший период несколько улучшили свои оптовые позиции бренды Фобос и АвтоСтарт. Глушители Фобос в группе №1 фактически поделили второе место с продукцией бренда «АвтоВАЗ», а в группах №3 и №4 заняли четвертое и пятое места соответственно. Глушители АвтоСтарт в группе №2 продвинулись на третью позицию, а в группе №3 – на пятую. Напротив, марка СВД, занимавшая четвертое место в группе №3 и пятое места в группах №2 и №4 сместилась назад и расположилась не выше шестого места.

Стоит подчеркнуть, что новая товарная группа №5 в оптовом секторе оказалась привлекательной уже для значительного числа производителей и дистрибьюторов глушителей. Здесь мы насчитали уже не менее десятка знакомых по другим товарным группам участников рынка (рис. 10). Причем, в отличие от розничного предложения, в оптовом предложении не наблюдалось абсолютного доминирования продукции из Тольятти. Причем тут явно лидировали глушители бренда «АвтоВАЗ» с долей около 25%, а вот глушители АвтоВАЗагрегат занимали весьма умеренную долю около 15%. И почти на равных с предложением АвтоВАЗагрегат выступали предложения Ижорского завода и СВД (по 12,8%). Заметную долю занимала также и продукция Фобос – 10,6%.

Сравнительный анализ цен показал, что ценовое позиционирование марок и брендов основных глушителей за прошедший период не изменилось. Глушители АвтоВАЗагрегат остались самыми дорогими на рынке, а продукция ближайшего конкурента – Ижорского завода продолжает входить в средний ценовой сегмент (рис. 11-15). Успех оригинального бренда «АвтоВАЗ» подтверждается его привлекательной ценовой политикой, при которой средние цены глушителей АвтоВАЗ очень близки к ценам «ижорских» глушителей. Динамика цен была различной. Практически все участники сдерживали рост оптовых цен, а некоторые даже снижали их. Например, по нашей оценке, наибольшее снижение оптовых цен наблюдалось по марке СВД и могло достигать до 10-12%. Наибольшее повышение оптовых цен было отмечено по продукции АвтоСтарт – до 10%. Максимальный рост розничных цен был отмечен у бренда Фобос – около 10%. Рост розничных цен продукции лидеров рынка ОАО АвтоВАЗагрегат, ОАО АвтоВАЗ и Ижорского завода уложился в среднем в 3-5%.

Сравнительный анализ оптовых и розничных цен рассмотренных марок и брендов показал, что средний уровень наценки в розничных магазинах на основные глушители автомобилей ВАЗ составил примерно 36-38%, что является высоким показателем по рынку запчастей и, кроме того, превышает прошлогодний показатель примерно на 2-3%.

Рис. 1. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2101-2107 в московских розничных магазинах



Рис. 2. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2108-21099 в московских розничных магазинах

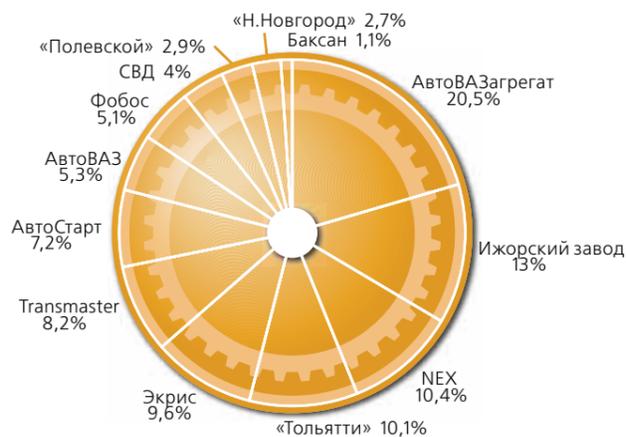


Рис. 3. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2110-2112, 2170-2172 в московских розничных магазинах



Рис. 4. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2113-2115 в московских розничных магазинах

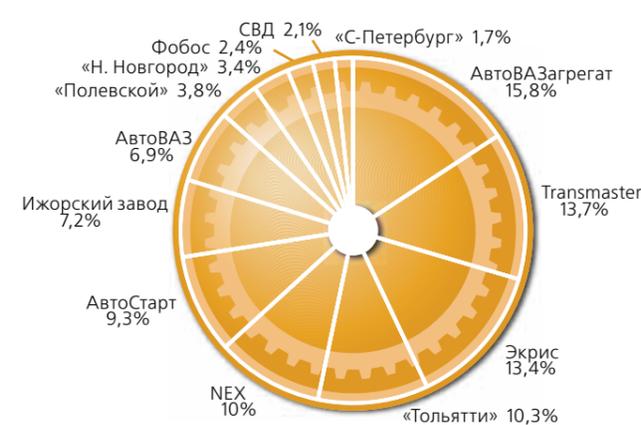


Рис. 5. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 1117-1119 в московских розничных магазинах

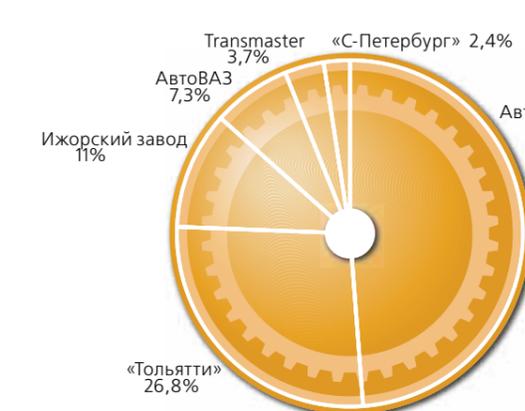


Рис. 6. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2101-2107 в московских оптовых компаниях



Рис. 7. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2108-21099 в московских оптовых компаниях



Рис. 8. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2110-2112, 2170-2172 в московских оптовых компаниях

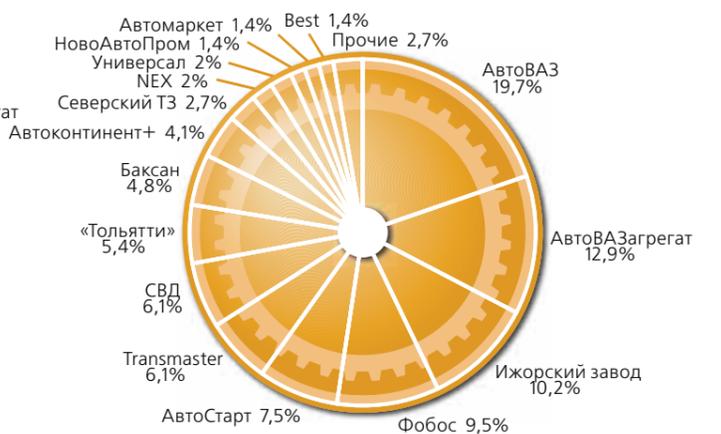


Рис. 9. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 2113-2115 в московских оптовых компаниях



Рис. 10. Представленность марок и брендов глушителей для автомобилей ВАЗ 1117-1119 в московских оптовых компаниях

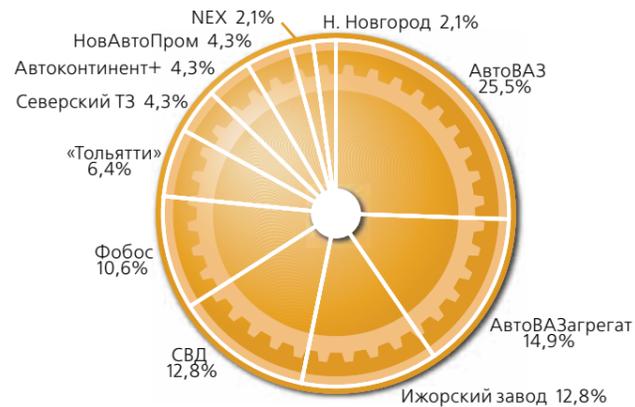


Рис. 13. Средние цены глушителей для автомобилей ВАЗ 2110-2112, 2170-2172

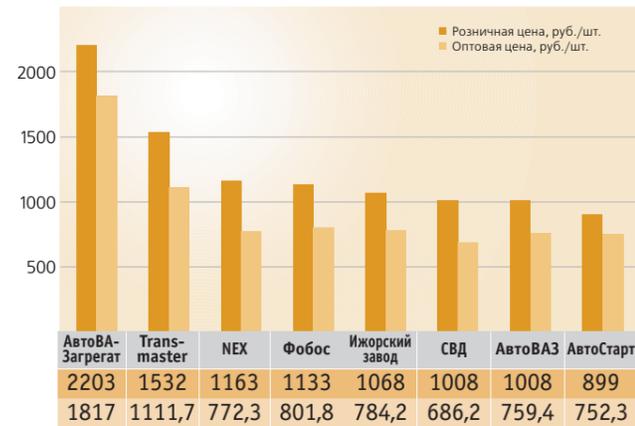


Рис. 11. Средние цены глушителей для автомобилей ВАЗ 2101-2107

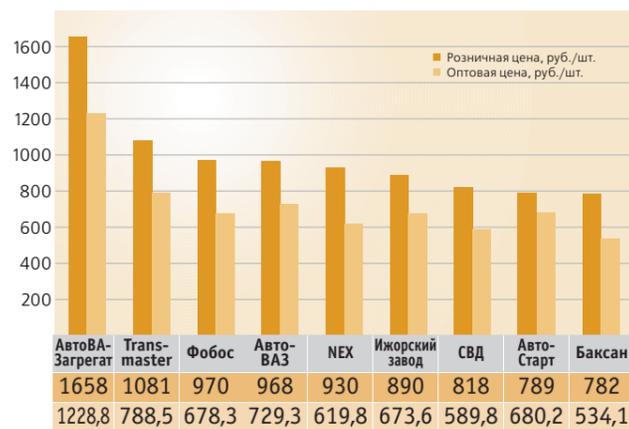


Рис. 14. Средние цены глушителей для автомобилей ВАЗ 2113-2115

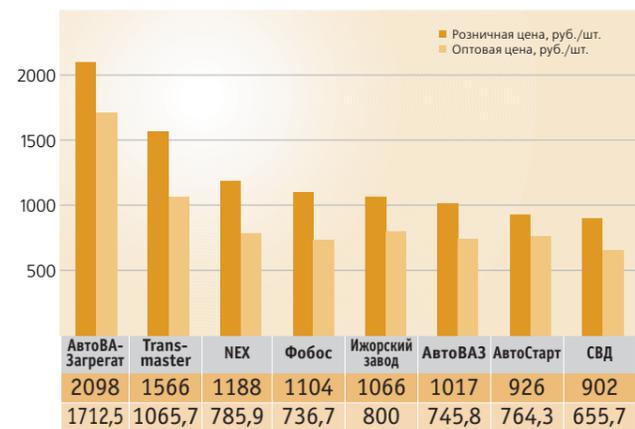


Рис. 12. Средние цены глушителей для автомобилей ВАЗ 2108-2109

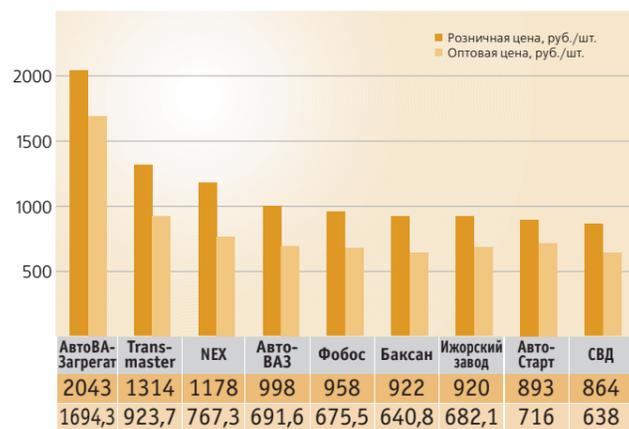
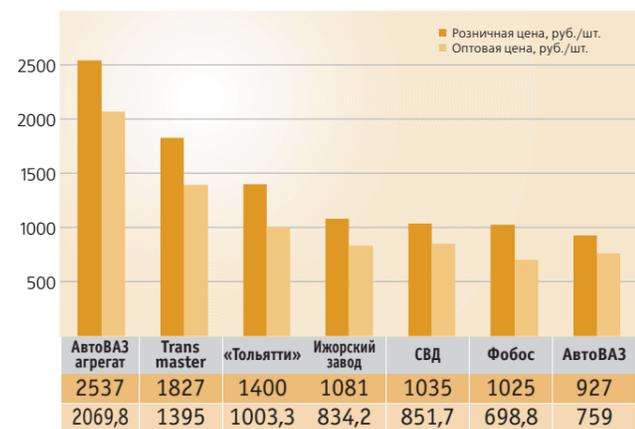


Рис. 15. Средние цены глушителей для автомобилей ВАЗ 1117-1119



КРИЗИС ПОВЛИЯЛ НА ОТРАСЛЬ ПОЛОЖИТЕЛЬНО



Константин ТОЧИЛИН,
генеральный директор Transmaster Universal

– Какова сейчас, по Вашим наблюдениям, общая ситуация на рынке глушителей для автомобилей ВАЗ?

– Наша компания работает на рынке автозапчастей уже более 15 лет. Мы реализуем в России детали выхлопной системы, произведенные в Польше. Глушители для иномарок мы продаем под маркой Edex, а для автомобилей российского производства под маркой Transmaster Universal.

Мы хорошо помним то время, когда на вторичном рынке продавались глушители, главным качеством которых была низкая цена. Глушитель был «локальным продуктом», так как его невыгодно было транспортировать за счет большого размера и низкой цены. Поэтому раньше глушители назывались не по торговым маркам, а их название привязывались к географической местности; существовали такие глушители, как «белорусский», «курский», «новгородский», «полевской», «ижорский» и т. д. Сегодня я не говорю об этих глушителях, а вот под названием «тольяттинский глушитель» вообще продавалась откровенная дешевая подделка под АвтоВАЗагрегат. Сегодняшний рынок стал более цивилизованным, на нем довольно сложно найти глушители по пате, предпочтения покупателей сместились в сторону качественных производителей, не стесняющихся своего названия и предоставляющих гарантию.

– Как изменялось за последнее время соотношение отечественных и зарубежных производителей на этом рынке?

– Как это ни странно прозвучит, но кризис 2008 года повлиял на отрасль очень положительно. Произошла «естественная санация», с рынка фактически ушли слабые игроки, которые производили низкосортную продукцию и работали на минимальной наценке. Потребители стали больше уделять внимание вопросу качества продукции и наличию гарантии. В продажах все большую долю стали занимать глушители крупных западных производителей, под марками Walker, Bosal, Transmaster Universal и др.

Аналогичные изменения произошли и на первичном рынке. Сейчас в Россию пришли и открыли свои производства крупнейшие западные компании, такие как Tenneco Automotive, Bosal, Eberspacher, Faurecia. Именно они самостоятельно или через созданные СП поставляют продукцию на российские конвейеры.

Конечно, отечественным производителям глушителей тяжело конкурировать с зарубежными по качеству. Отечественные производители, как правило, устанавливают один и тот же бачок на глушители для различных по объему двигателя автомобилей, так как не могут перенастроить оборудование на выпуск бачка другого размера. С этим связано и ограничение по выпускаемому модельному ряду.

Переоснащение производства глушителей сопряжено с большими капиталовложениями в оборудование. И нужно отдать должное отдельным производителям, которые делают подобные капиталовложения. Это, прежде всего АвтоВАЗагрегат, который выпускает продукцию хорошего качества.

– Ожидаются ли какие-то новые перспективные тенденции на рынке, или он будет развиваться приблизительно в прежнем русле?

– Перспективная тенденция – это выпуск глушителей из алюминизированной стали. Такие глушители все более востребованы потребителями во всем мире. По опыту нашей компании могу заключить, что, если в 2000 году соотношение продаж глушителей из углеродистой и алюминизированной стали составляло 5 к 1, то на сегодняшний день это соотношение изменилось в обратную сторону – на один глушитель из углеродистой стали мы продаем 5 глушителей из алюминизированной стали.

К сожалению, в последнее время в России стали появляться глушители, изготовленные из более дешевой алюмоцинковой стали, которая при внешней схожести с алюминизированной не обладает преимуществами последней. Цинковое покрытие хорошо защищает от коррозии, но не обладает термостойкостью и выгорает под действием высоких температур. А значит, такие «прогорят» гораздо быстрее. Нам пока не удалось выяснить производителя этой стали и получить ее технические характеристики, но, предположительно, эта алюмоцинковая сталь поступает из Кореи.

Еще один современный тренд – это расширение номенклатуры и выпуск деталей выхлопной системы для иномарок. Благодаря автоматизированному оборудованию и наличию широкого выбора оснастки современные зарубежные производители в состоянии выпускать несколько тысяч наименований различных глушителей и труб.

В этом секторе российские производители присутствуют незначительно, так как они не в состоянии быстро наращивать ассортимент. Здесь Transmaster Universal в основном конкурирует с другими западными компаниями, таким как Bosal и Polmostrow.



Высочайшие показатели качества глушителей при доступной цене – вот что такое «ЭКРИС» по мнению наших клиентов. В 2010 году в очередной раз качество глушителей ЭКРИС было подтверждено тестами **Испытательного центра продукции автомобилестроения НАМИ**. Сравнительные испытания различных производителей были инициированы компанией «Лада Имидж». Выводом стало следующее: «Из всех испытанных сменных глушителей для автомобилей ... наибольшее предпочтение следует отдать глушителям «ЭКРИС» и УПК».

Из чего складывается качество продукция «ЭКРИС»?

Алюминизированная сталь. Продавцы называют ее «нержавейкой». Используемый в изготовлении глушителей «ЭКРИС» металл импортного производства (Posco) DX52+AS120, двусторонний, толщиной в 120 микрон, гарантирует превосходную защиту от коррозии при работе в агрессивной дорожной среде.

Надежность. Выхлопная система марки «ЭКРИС» имеет гарантию 2 года. На протяжении последних 8 лет мы регулярно проводим дорожные испытания на ресурс работы глушителя и по опыту можем сказать, что он составляет более 140 000 км в условиях таксомоторного парка.

Вес. Очень важный параметр для глушителя, который говорит и о толщине металла, из которого он был произведен, и о полноте исполнения внутреннего блока. В протоколе испытаний НАМИ утверждено, что объем (9,6 л.) и масса глушителей (6,7 кг.) «ЭКРИС» имеют самый высокий показатель.

Комфортность звучания. Тщательно разработанные нашими специалистами камеры шумоподавления во внутреннем блоке уменьшают шум на 23-29 дБ. Убрав низкие частоты, мы добились максимально приятного для человеческого уха звучания двигателя. НАМИ подтверждает: акустическая эффективность глушителя «ЭКРИС» является наибольшей из представленных.

Точность. Легкая установка и крепление благодаря соблюдению геометрии оригинального глушителя и нового оборудования с ЧПУ.

Конструкция. Дополнительный глушитель выпускается в двойном корпусе, что увеличивает срок его службы. Внутренний блок приваривается к корпусу электрозащелками, что исключает вибрацию внутреннего блока. Там, где это требуется, мы ставим трехслойные виброкомпенсаторы из нержавеющей стали.

Широкий ассортимент. Наша продукция представляет собой весь модельный ряд на автомобили ВАЗ, который постоянно пополняется в разных исполнениях (усиленный, алюминизированный глушитель и т. д.). Также периодически увеличивается ассортимент глушителей для автомобилей иностранных марок.

Это приятно – получать только положительные отзывы потребителей. Мы гордимся качеством своей продукции и тем, что ее часть **поставляется на конвейер**, являясь дополнительным подтверждением качества и надежности выхлопных систем «ЭКРИС».

АВТОЗАПЧАСТИ ЭКРИС
WWW.EKRIS.RU

рекомендовано Н.А.М.И.*

*Испытательный центр автомобилестроения НАМИ (Центрального Научно-исследовательского Автомобильного и Автомоторного Института)

Соответствует геометрии оригинала

Увеличенный срок службы

Для всего модельного ряда автомобилей ВАЗ

Могут встать в машину...

Ижорский Глушитель: качество, проверенное временем

ООО «Автокомплект» – специализированное предприятие по производству выхлопных систем для автомобилей. С 2002 года компания производит выхлопные системы под торговой маркой «Ижорский Глушитель». ООО «Автокомплект» производит более 400 элементов выхлопных систем из холоднокатаной и алюмокремниевой стали: приемные, промежуточные и соединительные трубы, основные и дополнительные глушители для автомобилей отечественного и иностранного производства. В рамках одного предприятия выполняется полный комплекс всех производственных и инженеринговых операций. Продукция под торговой маркой «Ижорский Глушитель» – это качество, проверенное временем!

ИЖОРСКИЙ ГЛУШИТЕЛЬ

- Специализированный завод, один из крупнейших в РФ
- 30 лет производства выхлопных систем
- Современное оборудование для закатки корпусов и гирки труб

ООО «Автокомплект», г. Санкт-Петербург, г. Колпино, пр. Ленина, д. 1, тел./ факс: (812) 322-83-70, 322-85-91 e-mail: autoglushitel@mail.ru

WWW.AVTUGLUSHITEL.RF

Приглашаем к сотрудничеству оптовые и розничные торговые организации

Shell Helix: экстрим



В марте 2013 года на телеканале Discovery стартовал показ фильма «Shell Helix. Путешествие в Экстрим». Проект состоит из трех частей, в каждой из которых участники экспедиции испытывают масло Shell Helix Ultra в самых суровых климатических условиях. В экспедиции приняли участие знаменитые голливудские актеры: Том Харди, Эдриан Броуди и Генри Кэвилл, а также спортивные звезды мировой величины: Мика Сало и Нейл Ходжсон.

Проект «Shell Helix. Путешествие в Экстрим» был реализован концерном «Шелл» и телеканалом Discovery с целью подвергнуть автомобиль Nissan Patrol и участников экспедиции самым суровым испытаниям в экстремальных условиях. Звезды мировой величины проверяли двигатель автомобиля в Сибири при -50°C , в Китае в «Пустыне смерти» при $+50^{\circ}\text{C}$ и в опасном бездорожье в джунглях Малайзии.

В двигатель заливалось масло Shell Helix Ultra – полностью синтетическое моторное масло. Несмотря на то, что сам двигатель не подвергался изменениям в трех частях проекта, автомобиль приходилось дорабатывать для повышения безопасности экспедиторов. Например, для съемок в Сибири он был дополнительно оборудован двойным лобовым стеклом, а также укомплектован специальными шинами для езды по снегу.

Бош Сервис: 12-я Конференция

20-21 марта в Санкт-Петербурге прошла 12-я Конференция Бош Сервис, которая собрала около 250 участников – директоров предприятий, входящих в сеть сервисных станций Bosch.

На конференции были рассмотрены такие важные темы, как развитие бизнеса автомобильных запчастей в регионе Россия, Украина, Беларусь, страны Кавказа и Средней Азии; сеть Бош Сервис в мире и ее текущий статус в РФ; планы на 2013 год. Дополнительно обсуждены проекты службы технической поддержки Bosch, представлены новинки сервисного оборудования, подведены первые итоги программы лояльности клиентов Bosch Extra. Отдельное внимание было уделено распределению сети Бош Сервис по направлениям Бош Авто Сервис (БАС) и Бош Дизель Центр/Бош Дизель Сервис (БДЦ/БДС).



9-я международная выставка **ИНТЕРАВТО**

28-31 августа 2013 года
МВЦ «Крокус Экспо»

СЕРВИС ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ
КОМПОНЕНТЫ ХИМИЯ
ОБОРУДОВАНИЕ ЭЛЕКТРОНИКА
АКСЕССУАРЫ БЕЗОПАСНОСТЬ

СЕРВИС
ОБОРУДОВАНИЕ
АКСЕССУАРЫ
БЕЗОПАСНОСТЬ

АВТО

КОМПОНЕНТЫ
ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ
ЭЛЕКТРОНИКА
ХИМИЯ

КОМПОНЕНТЫ ЗАПАСНЫЕ ЧАСТИ
БЕЗОПАСНОСТЬ ЭЛЕКТРОНИКА АКСЕССУАРЫ
ХИМИЯ СЕРВИС ОБОРУДОВАНИЕ

12+

МВЦ «Крокус Экспо»:
65 - 66 км МКАД (пересечение МКАД и Волоколамского шоссе), станция метро «Мякинино»
Тел.: +7 (495) 727-2631, www.interauto-expo.ru

Реклама



**Теперь сотрудничать с Bosch
становится еще выгоднее!**
Покупайте запчасти – получайте
ценные призы вместе с **Bosch extra**

www.bosch-extra.ru



Разработано для жизни

Организатор:



Генеральные
информационные партнёры:



Зарулем

Телевизионный
партнёр:



Информационный партнёр
МВЦ «Крокус Экспо»:



Реклама на сайте и на территории
МВЦ «Крокус Экспо»:
(495) 727-2639, www.crocus-reklama.ru
Аренда конференц-залов
и презентационного оборудования:
(495) 727-2593, 727-2615

Автоэмали Octoral Special.ru – идеальное ВОЗМОЖНО

Идеальное попадание в цвет – главная забота при авторемонте. Сделать дефект покрытия незаметным для глаз можно только в случае, если цвет выбранной краски полностью соответствует цвету кузова. Мода на автомобили изменчива, как и вкусы покупателей. Современный рынок стремится угодить им, удивляя обилием расцветок авто.

В то время как автозаводы спускают с конвейеров автомобили ультрановых цветов, производители авторемонтных материалов озабочены. Главные задачи для них – успеть за цветовым многообразием и упростить подбор оттенков, облегчив жизнь малярам.

Через ремонтные мастерские ежедневно проходит огромное количество отечественных автомобилей, а также иномарок российской сборки. Специалистам приходится иметь дело с гигантским спектром цветов. При этом каждому владельцу авто важно, чтобы работа была сделана качественно, быстро и недорого. Единственный выход – применять готовые эмали. А уж задача производителя – сделать цвет своей краски наиболее близким к заводским образцам.

Специалисты голландской компании DeBeer, разрабатывая автоэмали Octoral Special.ru, нашли решение проблемы. Была проведена сложная работа по определению правильных цветов, проанализирована база образцов оригинальных заводских покрытий отечественных авто. Такая классификация позволила выпустить краски самых популярных вариантов цветов, упростила проблему доколеровки до нужного оттенка. С продукцией Octoral Special.ru идеальное попадание в цвет стало возможным:

Готовые автоэмали Octoral Special.ru специально предназначены для ремонта отечественных авто и иномарок, выпускаемых на территории Российской Федерации.

Автоэмали выполнены на основе красок DeBeer. Это гарантия высокого качества и отличных характеристик материалов.

Программа включает в себя двухкомпонентные акриловые эмали OCROCRYL и базовые покрытия OCTOBASE. Все эмали обладают высокой укрывистостью и низким расходом, быстро сохнут и легко поддаются обработке. Образуют покрытие с высоким блеском, устойчивое к механическим и атмосферным воздействиям.

В основе продукции – принцип широкой доколеровки готовых цветов. Это позволяет добиваться широкого охвата оттенков. На всю цветовую гамму предоставляется рецептура, что позволяет гибко использовать данную линию материалов – и как отдельный продукт, и как дополнительную систему подбора.

Мы все мечтаем приблизиться к идеалу. Специалисты DeBeer смогли это сделать. Автоэмали Octoral Special.ru – шаг в верном направлении.

ОCTORAL
Special.RU

Линия готовых автоэмалей
для иномарок российской сборки

Ford KIA
DAEWOO
Volkswagen
Renault LADA
Hyundai

OCTORAL Special.RU TA900
OCTORAL Special.RU Octobase Ready Mix Базовая 2:1

Официальный дистрибьютор
Компания «Русавтолак»
МСК: +7 (495) 679 85 20
СПб: +7 (812) 449 43 50
www.rusautolack.ru

RUS AUTOLACK

РЕКЛАМА

РЕМОНТНАЯ ЗОНА

ТЕХПОДДЕРЖКА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ИНФОРМАЦИОННО-
АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
ДЛЯ РАБОТНИКОВ
АВТОСЕРВИСА И СМЕЖНЫХ
ОТРАСЛЕЙ

НАЗНАЧЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ВЫХЛОПНОЙ СИСТЕМЫ

Система выпуска отработавших газов, или выхлопная система предназначена для отвода газов от двигателя, уменьшения производимого ими шума и снижения концентрации токсичных веществ (при наличии катализатора). Выхлопные системы легковых автомобилей отводят газы назад от направления движения, чтобы избежать попадания токсичных веществ и неприятных запахов в салон автомобиля.

Уменьшение шума выхлопа для легковых автомобилей особенно важно, так как шумность заметно влияет на комфортабельность этих автомобилей. Однако снижение шума неизбежно приводит к уменьшению мощности двигателя и увеличению расхода топлива. Именно поэтому конструкторы стремятся достичь компромисса между допустимым уровнем шума и расходом топлива.

Снижение уровня шума выхлопных газов достигается:

1) Многократным изменением направления потока газа или повторяющимся сужением и расширением проходных сечений (такие глушители называют **реактивные, или резонаторы**). Глушитель такого типа действует по принципу сложения звуковых волн и их взаимного погашения. Такие глушители используются при заводской установке на большинство отечественных легковых автомобилей. Они эффективны для глушения низкочастотных звуков выхлопа. К недостаткам таких глушителей следует отнести повышенное противодавление и слабое снижение высокочастотных шумов. Но самым большим недостатком глушителей с такой внутренней конструкцией является их слишком большой вес по сравнению с глушителями второго и третьего типов.

2) Расчленением потока газов на мелкие струйки, движущиеся вдоль шероховатых поверхностей с одновременным охлаждением потока газов (такие глушители называют **диссипативными**). Глушитель этого типа преобразует энергию звука в тепло при помощи звукопоглощающего материала. Перфорированные трубы иногда оборачиваются стальной спутанной проволокой, а камера (камеры) заполнена шумопоглощающим материалом, в качестве которого можно использовать минеральную вату, базальтовое волокно или другие современные материалы. Отработавшие газы проходят через перфорированные трубы, не создавая потока в камерах с волокном. При этом звуковые колебания практически беспрепятственно проникают в полости камер сквозь перфорацию и поглощаются волокном. Преимуществами таких глушителей являются простая конструкция и лучшее гашение высокочастотного шума. Недостатками – меньшая эффективность на низких частотах и вредность производства при использовании минваты или базальтового волокна.

3) Использованием комбинаций описанных выше способов (такие глушители называют **комбинированными, или реактивно-активными**).

Именно такие глушители наиболее распространены в современном и особенно европейском автомобилестроении, так как

позволяют обеспечить оптимальное сочетание необходимого уровня шума с умеренным весом и противодавлением.

Система выпуска легкового авто может состоять из одного или двух трактов. Конфигурация системы во многом определяется формой днища и конструкцией подвески и может иметь разветвления трубопроводов и их изгибы сложной формы. В систему выпуска, как правило, входят следующие детали:

Выпускной трубопровод (коллектор), который крепится к головке блока цилиндров и отводит отработавшие газы из цилиндров двигателя. Изготавливается обычно из чугуна и меняется очень редко.

Приемная труба, которая присоединяется к коллектору двигателя. Работает в условиях высоких температур (до 800-900°C) и нуждается в периодической замене.

Виброизолирующие муфты, которые позволяют изолировать систему выпуска от колебаний двигателя. Применяются на многих автомобилях зарубежного производства в основном с попеременным расположением двигателя для снижения изгибающих нагрузок и вибраций выхлопной системы.

Глушители с подводящими и отводящими трубами, которые обычно устанавливаются в средней и задней частях автомобиля.

Катализатор отработавших газов, который монтируют или в передней части приемной трубы, или непосредственно в коллекторе.

Определение качества элементов выхлопных систем по внешним признакам

- Наружные и присоединительные размеры. Если размеры не соответствуют требованиям автозавода, то при установке возникнут проблемы. Установить такой элемент можно будет только совместно с другими элементами того же производителя, или окажется необходимо сварочное оборудование.

- Форма изгибов соединительных труб. Если при изгибании труб используют необходимое оборудование, то трубы в местах изгибов не имеют складок и заметных глазом сужений. Такие трубы не повышают противодавление и не имеют повышенных внутренних напряжений, приводящих к появлению трещин.

- Форма и надежное крепление подвесных кронштейнов. Для снижения вибраций выхлопная система обычно подвешивается к кузову через резиновые элементы. Кронштейны, к которым они крепятся, должны располагаться в нужных местах и иметь такую же форму, как и заводские. Кроме того, они должны быть надежно соединены с глушителем.

- Внешние признаки высокого качества сварных швов. Для получения качественных сварочных швов используют автоматическое или полуавтоматическое сварочное оборудование. Сварочные швы от него выглядят более гладкими. Материал шва располагается равномерно по всей его длине. Отсутствуют посторонние вкрапления (шлак или окалина).

- И, наконец, материал внутренней набивки, метод соединения листов корпуса, материалы корпуса и труб и их коррозионная стойкость.

ПОЛНАЯ ЗАМЕНА ВЫХЛОПНОЙ СИСТЕМЫ

На примере автомобиля ВАЗ 2111 (LADA 111)

По поднятию автомобиля на подъемнике и внимательном осмотре принято решение о замене всей системы выхлопа газов.



Для снятия и установки деталей СВГ понадобятся: жидкость «жидкий ключ», трещотка с удлинителем и головкой на 13 мм (рожково-накидной ключ на 13 мм) и гребельсы. Для ускорения процесса демонтажа приемная труба в данном случае снята совместно с резонатором (дополнительным глушителем).

Если приемная труба не нуждается в замене, то необходимо открутить два болта М8 – для того, чтобы отсоединить резонатор от приемной трубы.

При помощи трещотки с удлинителем и головки на 13, откручиваются гайки, которыми приемная труба крепится к выпускному коллектору.

Не следует забывать снять резонатор с резиновых подвесов. Приемная труба вместе с резонатором благополучно отправляется в мусорный контейнер.



Так как в месте соединения основного глушителя с дополнительной трубой резонатора была оторвана, в данном случае задача несколько упростилась и еще одной операцией стало меньше.

Обычно нужно открутить и снять хомут глушителя, который соединяет между собой глушитель и резонатор. Здесь же осталось лишь снять основной глушитель с резиновых подвесов и отправить его в мусорный контейнер вслед за трубой и резонатором.

Не следует забывать снять прокладку крепления глушителя.



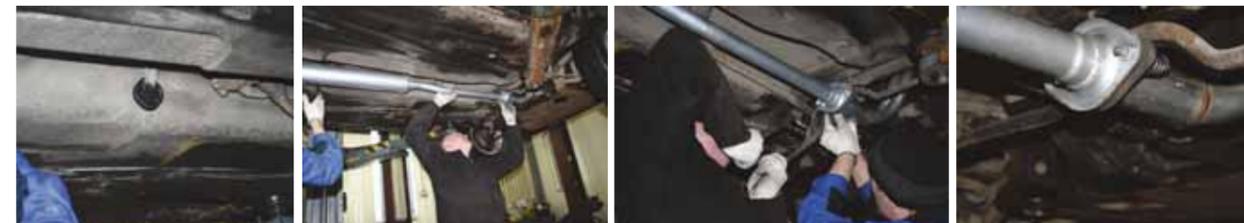
Установка приемной трубы начинается в обратном порядке. Сначала на фланец выпускного коллектора устанавливается новая прокладка из специального набора крепления системы выхлопа газов. Приемная труба надевается на шпильки, наворачиваются четыре гайки М8. Далее при помощи уже знакомой трещотки с удлинителем и головки на 13 мм приемная труба затягивается.



Прежде чем устанавливать резонатор, необходимо установить подушки подвески глушителя на специальные кронштейны, расположенные на днище автомобиля, после чего можно приступать непосредственно к резонатору и подвешивать его на подушки. Для соединения резонатора с приемной трубой понадобится специальный комплект для замены каталитического нейтрализатора. Комплект состоит из уплотнительного кольца двух конических пружин и двух болтов М8 специальной формы с пресс-шайбой.

Очень важно не использовать простые болты, так как во фланце резонатора имеется ответная гайка М8 с мелким шагом резьбы. При использовании простых болтов резонатор просто-напросто будет испорчен.

Для упрощения процесса заворачивания болтов можно использовать специальные зажимы, гребельсы. Процесс установки завершается затяжкой болтов при помощи трещотки и головки на 13 мм.



При установке основного глушителя вначале проводится процесс, аналогичный тому, что проводился в начале установки резонатора: подушки подвески надеваются на кронштейны. В первую очередь задняя подушка надевается на кронштейн глушителя. Затем глушитель подвешивается на переднюю подушку, и следом задняя подушка помещается на кронштейн, установленный на днище автомобиля.



Теперь остается соединить между собой основной глушитель и резонатор. Для соединения основного глушителя и резонатора используется специальный хомут, который находится в комплекте крепления СВГ. Хомут надевается с использованием все той же трещотки с головкой на 13 мм и равномерно затягивается.



Используемые детали

В конце операции необходимо завести автомобиль и внимательно осмотреть установленную систему выхлопа газов, особое внимание обращая на проверку герметичность соединений.

Когда осмотр закончен, можно отправляться в дорогу!

Редакция благодарит компанию TRANSMASTER UNIVERSAL за предоставленные материалы.

АНКЕТА ПОДПИСЧИКА

Заполните эту форму, пришлите к нам в редакцию по факсу (495) 789-42-33, и Вы ежемесячно будете получать наш журнал!



1. Название организации и форма собственности (сокращенный и полный варианты): _____
2. Ф. И. О. руководителя Вашей организации: _____
3. Фактический адрес: _____
почтовый индекс (обязательно)
4. Контактные телефоны: () _____
5. Факс: _____
6. Электронная почта: _____
7. WEB-сайт: _____
8. Вид деятельности: производство опт розница автосервис
9. Желаете ли Вы разместить рекламу в ближайшем номере нашего журнала? Да Нет
10. Менеджер по рекламе, Ф. И. О., телефон: _____

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Запчасти для отечественных автомобилей | <input type="checkbox"/> Кузовной ремонт |
| <input type="checkbox"/> Запчасти для иномарок | <input type="checkbox"/> Ремонт двигателя |
| <input type="checkbox"/> Запчасти для грузовых автомобилей | <input type="checkbox"/> Ремонт АКПП |
| <input type="checkbox"/> Аксессуары и навесное оборудование | <input type="checkbox"/> Слесарные работы |
| <input type="checkbox"/> Масла, автохимия и автокосметика | <input type="checkbox"/> Ремонт электрики |
| <input type="checkbox"/> Оптика и лампы | <input type="checkbox"/> Ремонт электроники |
| <input type="checkbox"/> Аккумуляторы | <input type="checkbox"/> Шиномонтаж |
| <input type="checkbox"/> Мультимедиа | <input type="checkbox"/> Автомойка |
| <input type="checkbox"/> Car audio | <input type="checkbox"/> Продажа и гарантийный ремонт автомобилей |
| <input type="checkbox"/> Автосигнализации | <input type="checkbox"/> Поставки расходных материалов для ремонта |
| <input type="checkbox"/> Материалы для кузовного ремонта | <input type="checkbox"/> Поставки лакокрасочных материалов |
| <input type="checkbox"/> Шины и диски | <input type="checkbox"/> Поставки ручного инструмента |



Для оформления редакционной подписки необходимо оплатить данную квитанцию, отсканировать ее и прислать на e-mail: info@auto-marketing.ru

Для оформления подписки на юр. лицо необходимо позвонить по телефону: (495) 789-42-33 и Вам выставят счет.

Подписка оформляется на год. Платная подписка гарантирует регулярное и своевременное получение журнала.

Кассир	ИЗВЕЩЕНИЕ	Наименование получателя 000 «АВТО-МАРКЕТИНГ» ИНН/КПП получателя 7715904092/771501001 Счет получателя 40702810700000082124 Банк получателя Московский филиал ОАО «Смоленский Банк», г. Москва Корр. Счет 30101810100000000338 БИК 044585338
	Сумма платежа: 3600 руб. 00 коп. Назначение платежа: Подписка на журнал «Рынок АВТОзапчастей» на год Наименование плательщика: _____ _____ _____	
Кассир	Подпись: _____	Дата: «___» _____ 20__ г.
Квитанция Кассир	ИЗВЕЩЕНИЕ	Наименование получателя 000 «АВТО-МАРКЕТИНГ» ИНН/КПП получателя 7715904092/771501001 Счет получателя 40702810700000082124 Банк получателя Московский филиал ОАО «Смоленский Банк», г. Москва Корр. Счет 30101810100000000338 БИК 044585338
	Сумма платежа: 3600 руб. 00 коп. Назначение платежа: Подписка на журнал «Рынок АВТОзапчастей» на год Наименование плательщика: _____ _____ _____	
Кассир	Подпись: _____	Дата: «___» _____ 20__ г.

ЛИНИЯ ОТРЕЗА

