

# РЫНОК КОНВЕЙЕРНЫХ И АВТОРЕМОНТНЫХ ЛАКОКРАСОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РОССИИ:



Ведущая рубрики  
ЕЛЕНА ВОРОНИНА,  
Директор по развитию  
Агентства маркетинговых  
решений  
«КОНЦЕПТ ЦЕНТР»  
[sales@concept-centre.ru](mailto:sales@concept-centre.ru)

## СТРУКТУРА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ



**К**онкурентоспособность автомобиля не в последнюю очередь определяется его внешним видом. Первое, на что обращает внимание потребитель, – это качество окраски, цвет и эффект лакокрасочного покрытия. В процессе эксплуатации для потребителя становится важным отсутствие сколов на автомобильном лаке и эмали, высокий уровень антикоррозионной защиты и прочие физические и технические характеристики покрытия.

Автомобильные (конвейерные) покрытия, используемые для первичной окраски легкового, грузового и коммерческого автомобильного транспорта – наиболее высокотехнологичный вид лакокрасочных материалов, выпускаемых

в основном глобальными производителями ЛКМ, у которых есть мощная научно-исследовательская, испытательная и техническая база.

Борьба за покупателя привела к тому, что производители автомобилей стали серьезно наращивать инвестиции, направленные на обновление окрасочных мощностей автомобильных заводов, с целью отказа от существовавших и перехода на современные технологии окраски и сушки покрытий.

Практически все заводы сферы автопрома за последние 5 лет в корне изменили свои окрасочные мощности, введя дополнительно новые или же полностью сменив старую технологию.

Все автопроизводители, продолжающие использовать стандартную технологию окраски, имеют среднесрочные планы перехода на новую. Это привело к тому, что практически прекратились закупки автомобильных покрытий, традиционно выпускающихся на российских лакокрасочных заводах.

Мы ожидаем, что в 2013 году объем потребления автомобильных покрытий выйдет на докризисный уровень 2007 года.

Объем потребления автомобильными заводами (включая принадлежащие интернациональным компаниям), расположенными на территории России, в настоящее время оценивается в 40–45 тыс. тонн, что составляет около 3%

общего объема российского потребления ЛКМ в год в натуральном выражении. Рынок в денежном выражении оценивается в 4 млрд руб.

К настоящему времени на рынке автомобильных покрытий России сложилась ситуация, аналогичная мировой: весь сегмент автомобильных покрытий разделили между собой глобальные компании и местные производители. Самое значительное положение на рынке с долями около 30% рынка имеют компании PPG (32%), BASF (28%) и DuPont (27%); на долю местных производителей приходится 12% и еще около 1% – на долю нишевых поставщиков (см. рис. 1).

ленной окраски, которые также являются международными компаниями, они прописывают технологические регламенты окраски, соответствующие собственным выпускаемым материалам, ставя тем самым технологические барьеры для своих конкурентов. Эти барьеры могут быть преодолены только равным по мощи конкурентом, и вряд ли это будет локальный производитель.

Сложившаяся в России ситуация говорит не только о том, что отечественный автомобильный рынок живет и развивается по аналогичным с зарубежным рынком технологическим законам. Она также доказывает, что уровень конкуренции в рассматриваемом сегменте столь же высок,

в последние годы мы стали выделять колерованные эмали, так как их потребление растет быстрее рынка (15% в год).

#### Источники информации

##### Вторичные источники:

- Федеральная служба государственной статистики России (Росстат);
- статистическая база Федеральной таможенной службы России (ФТС);
- электронные и печатные СМИ: журналы, информационные бюллетени, периодические издания;
- специализированные сетевые ресурсы (coatingsworld.com, ЛКМ портал, rbk.ru, gcc.ru, и др.).

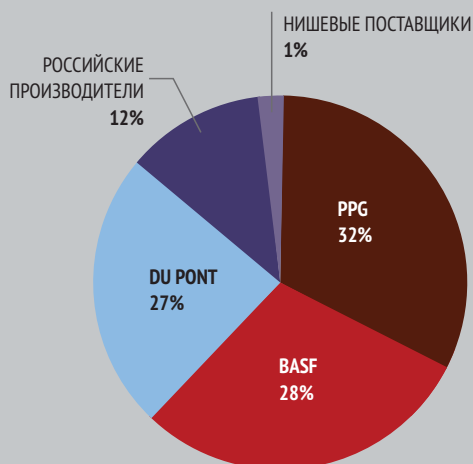


Рисунок 1. Структура рынка автомобильных покрытий по игрокам

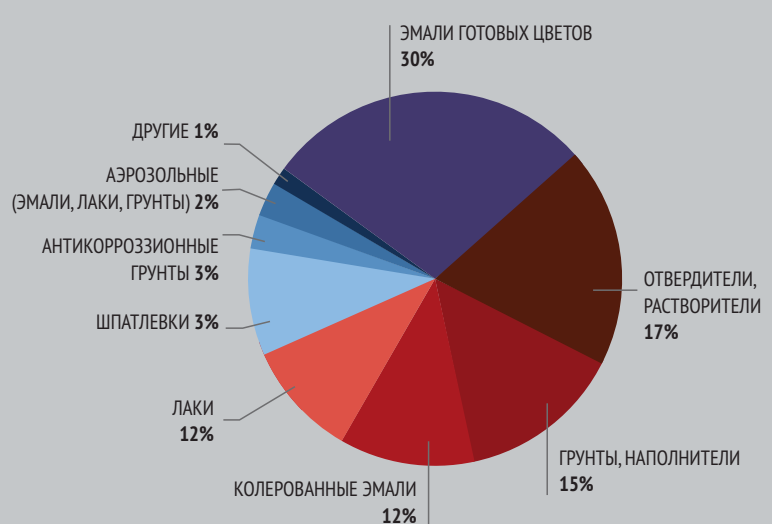


Рисунок 2. Структура потребления авторемонтных ЛКМ по видам в натуральном выражении

#### Производители

Аналогичная картина и в других странах: на долю местных поставщиков там приходится не более 8%, остальной же рынок делят указанные глобальные компании, которые почти каждый год обмениваются между собой 2–3% рынка. Глобальные компании могут себе позволить тратить на научно-исследовательские разработки миллиарды долларов в год, клиентам они приносят проверенные технологии окраски, стандартно высокое качество материалов, техническую поддержку и сервис, а также ответственность за бизнес, которую они разделяют вместе с автопроизводителем. Работая вместе с поставщиками оборудования для промыш-

как и в станах с гораздо большим производством автомобилей (ЕС, США).

По результатам опросов, емкость рынка авторемонтных ЛКМ на сегодняшний день составляет около 40 тыс. тонн. Традиционно авторемонтные ЛКМ делятся на несколько основных групп:

- эмали;
- грунтовки;
- шпатлевки;
- лаки;
- отвердители, разбавители.

Как видно из представленных данных (см. рис. 2), наибольший объем потребления приходится на эмали: более 40%, причем

- данные аналитических и информационных агентств.

#### Первичные источники:

- результаты и прогноз развития предприятий Ярославской области, полученные в ходе анкетного опроса в октябре-ноябре 2012 года;
- внутренняя информация производителей лакокрасочных материалов;
- экспертные интервью с игроками рынка ЛКМ России (производителями, трейдерами, конечными потребителями);
- сбор и обработка информации о российском рынке ЛКМ из неофициальных первичных источников. ■