



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

РОССИЙСКИЙ РЫНОК САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ (САНФАЯНСА) **ДЕМО-ВЕРСИЯ**



Март 2019 г.

Москва

Этот исследовательский отчет был подготовлен ABARUS Market Research исключительно в информационных целях. ABARUS MR не гарантирует точности и полноты собранного материала для любых целей. Данные, представленные в этом отчете, не должны быть истолкованы, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по инвестициям. Все оценки, заключения и выводы, присутствующие в настоящей работе, отражают мнение авторов на день публикации и подлежат изменению без предупреждения. ABARUS MR не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем отчете, включая опубликованные мнения и заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой данных. Сведения, содержащиеся в настоящем отчете, получены из открытых источников либо предоставлены упомянутыми в отчете компаниями. Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения ABARUS MR либо тиражироваться любыми способами.

Copyright ©ABARUS MR.

Отчет подготовлен агентством **ABARUS Market Research**

(495) 920-75-80 www.abarus.ru, info@abarus.ru

Справка об агентстве **ABARUS Market Research**

Агентство **ABARUS Market Research** проводит маркетинговые исследования полного цикла на территории России, а также выполняет отдельные виды работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

В своей деятельности агентство **ABARUS MR** использует различные исследовательские техники – личные и телефонные опросы, глубинные интервью, экспертные оценки, аудит розничной торговли, фокус-группы, холл-тесты и др.

Основной костяк команды ABARUS Market Research составляют выпускники МГУ имени М.В. Ломоносова и Российской Экономической Академии им. Г.В. Плеханова – экономисты, математики, переводчики, социологи, психологи. Ведущие аналитики агентства работают в области маркетинга и маркетинговых исследований более 7 лет. 5 сотрудников фирмы имеют ученую степень кандидата наук. Наши специалисты являются экспертами и авторами известных деловых и профессиональных изданий: Harvard Business Review, «Ведомости», «Бизнес», Smart Money, «Коммерсантъ Деньги», «Бизнес-журнал», «Леспромформ», «Генеральный директор», «Компания», «Маркетинг Менеджмент», «Эксперт», Sales business/Продажи, «Свой бизнес», «Секрет фирмы», Flooring Professional Magazine, «СтройПрофиль», Build Report, «Новые известия» и др.

Агентство ABARUS MR специализируется на исследованиях в следующих областях: строительная индустрия (строительство, рынок недвижимости, рынок строительных материалов) и автомобили (автомобилестроение, включая спецтранспорт и спецтехнику, товары для автомобильной промышленности и автомобильного рынка, а также сопутствующие услуги).

Коллектив агентства ABARUS MR гордится своими клиентами, среди которых: Alcoa, ALD Automotive, BASF, Boston Consulting Group, Gefco, Henkel, Home Credit, Knauf, LG International Corp., Nokian Tyres, PERGO, Pirelli, Raiffeisenbank, Samsung, Saint-Gobain, Societe Generale, Tarkett, URSA, VELUX, Абсолют-банк, Альфа-Банк, Атон, Газпромбанк, Ингосстрах, Интеко, КАМАЗ, КАТЕ, КИТФинанс Инвестиционный банк, Королевское посольство Дании, ИФК Метрополь, Михайлов и партнеры, Михайловский ГОК, Объединение 45, Ондулин, Посольство Швейцарии, РОСНО, Росгосстрах, Свеза-Лес, Северсталь, Сибур-Русские шины, Уралсиб, Чешская страховая компания и другие.

Агентство ABARUS MR является членом Российской ассоциации рыночных исследований (РАРИ), партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» (РБК), Российской ассоциации маркетинга (РАМ) и Союза производителей сухих строительных смесей (СП ССС).

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Описание рынка санитарной керамики (санфаянса) в России в 2005-2018 гг. и в первом квартале 2019 года.

Основные задачи исследования

1. Выявить всех отечественных игроков и описать их основные рыночные характеристики, объемы производства;
2. Описать тенденции импорта и экспорта санфаянса;
3. Отметить ведущие иностранные марки санкерамики на российском рынке;
4. Оценить состояние российского рынка санитарной керамики:
 - объем рынка;
 - темпы роста рынка;
 - развитие отдельных сегментов рынка;
 - тенденции и прогноз развития рынка.
5. Описать тенденции и перспективы развития российского рынка санитарной керамики на ближайшие годы.

Методы сбора данных

Мониторинг документальных источников.

Методы анализа данных

Контент-анализ документов

Экстраполятивный анализ

Информационная база исследования

1. Базы публикаций в СМИ
2. Ресурсы сети Internet
3. Данные государственных ведомств (ФТС РФ, ФСГС РФ (Росстат), МЭРТ РФ, Минпромэнерго РФ)
4. Результаты готовых исследований
5. Материалы отраслевых учреждений
6. Материалы участников рынка
7. Базы данных ABARUS MR.

СОДЕРЖАНИЕ:**РЕЗЮМЕ 12****ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ (СТРОИТЕЛЬСТВО) В 2007-2018 ГГ. И НАЧАЛЕ 2019 Г. 14**

| | |
|--|----|
| § 1.1. Динамика ВВП | 14 |
| § 1.2. Инфляция | 15 |
| § 1.3. Цены на нефть | 17 |
| § 1.4. Валютные курсы | 18 |
| § 1.5. Строительство | 20 |
| Строительство жилья | 20 |
| Строительство коммерческих и промышленных объектов | 24 |
| § 1.6. Производство строительных материалов | 26 |
| § 1.7. Прогноз экономической ситуации в РФ до 2022 | 28 |

ГЛАВА II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО 31

| | |
|--|----|
| § 2.1. Общая характеристика сантехники как товарной группы | 31 |
| Описание | 31 |
| Место санфаянса на рынке сантехники | 32 |
| § 2.2. Российские производители санитарной керамики | 33 |
| Перечень отечественных производителей | 33 |
| Масштаб и объемы производства в 2007-2018 гг. | 34 |
| Ассортимент производимых изделий | 38 |
| Товарная структура производства | 40 |
| § 2.3. Отечественное производство санитарной керамики | 41 |
| Динамика общего производства в 2007-2018 гг., тыс. изделий | 41 |
| Географическое распределение | 46 |
| Концентрация производства | 47 |
| Потери отрасли, привлечение в отрасль новых игроков | 51 |
| Прогноз производства до 2024 года | 52 |

ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 54

| | |
|--|----|
| § 3.1. Динамика импорта в количественном и ценовом выражении в 2007-2018 гг. | 54 |
| § 3.2. Импорт по брендам, производителям, странам происхождения | 59 |
| § 3.3. Оценка востребованности импортной продукции на российском рынке | 69 |

ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 71

| | |
|--|----|
| § 4.1. Динамика экспорта в 2007-2018 гг. | 71 |
| § 4.2. Ведущие экспортеры (российские компании-производители) | 72 |
| § 4.3. Основные зарубежные рынки сбыта и перспективные направления | 73 |

ГЛАВА V. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 74

| | |
|--|----|
| § 5.1. Количественная характеристика рынка санфаянса, динамика рынка в 2007-2018 гг. | 74 |
| § 5.2. Марочная структура рынка: выделение лидеров и популярных марок | 76 |
| Общая структура | 76 |
| Марочная структура в сегменте «Эконом» | 84 |
| Марочная структура в сегменте «Средний» | 84 |

| | |
|---|-----------|
| Марочная структура в сегменте «Выше среднего» | 85 |
| Марочная структура в сегменте «Премиум» | 86 |
| § 5.3. Ценовая картина рынка | 88 |
| § 5.4. Ценовое сегментирование рынка | 89 |
| § 5.5. Прогноз развития рынка до 2024 г. | 96 |

ГЛАВА VI. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

| | |
|---|------------|
| § 6.1. ООО «Керамика» (ЗАО «Сантек») | 98 |
| Сведения о компании / Общая характеристика | 98 |
| Структура собственности / Акционеры | 99 |
| Оборот / Финансовые показатели | 99 |
| Продуктовая линейка / Ассортимент | 99 |
| Положение на рынке / Основные конкуренты | 100 |
| Планы и перспективы развития | 101 |
| § 6.2. ЗАО «Угракерам» | 102 |
| Сведения о компании / Общая характеристика | 102 |
| Структура собственности / Акционеры | 102 |
| Оборот / Финансовые показатели | 103 |
| Продуктовая линейка / Ассортимент | 103 |
| Положение на рынке / Основные конкуренты | 104 |
| Планы и перспективы развития | 105 |
| § 6.3. АО «Кировская керамика» (ЗАО «Кировский стройфарфор») | 105 |
| Сведения о компании / Общая характеристика | 105 |
| Структура собственности / Акционеры | 106 |
| Оборот / Финансовые показатели | 106 |
| Продуктовая линейка / Ассортимент | 107 |
| Положение на рынке / Основные конкуренты | 108 |
| Планы и перспективы развития | 109 |
| § 6.4. ООО «Самарский Стройфарфор» | 109 |
| Сведения о компании / Общая характеристика | 109 |
| Структура собственности / Акционеры | 110 |
| Оборот / Финансовые показатели | 110 |
| Продуктовая линейка / Ассортимент | 111 |
| Положение на рынке / Основные конкуренты | 111 |
| Планы и перспективы развития | 112 |
| § 6.5. АО «Сызранская керамика» | 113 |
| Сведения о компании / Общая характеристика | 113 |
| Структура собственности / Акционеры | 113 |
| Оборот / Финансовые показатели | 113 |
| Продуктовая линейка / Ассортимент | 114 |
| Положение на рынке / Основные конкуренты | 114 |
| Планы и перспективы развития | 115 |
| § 6.6. ООО «Завод керамических изделий Универсал» | 115 |
| Сведения о компании / Общая характеристика | 115 |
| Структура собственности / Акционеры | 115 |
| Оборот / Финансовые показатели | 115 |
| Продуктовая линейка / Ассортимент | 116 |
| Положение на рынке / Основные конкуренты | 116 |
| Планы и перспективы развития | 117 |

§ 6.7. ЗАО «Лобненский завод строительного фарфора» (ЛЗСФ) 118

Сведения о компании / Общая характеристика 118

Структура собственности / Акционеры 118

Оборот / Финансовые показатели 118

Продуктовая линейка / Ассортимент 119

Положение на рынке / Основные конкуренты 119

Планы и перспективы развития 120

§ 6.8. ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» 120

Сведения о компании / Общая характеристика 120

Структура собственности / Акционеры 121

Оборот / Финансовые показатели 121

Продуктовая линейка / Ассортимент 122

Положение на рынке / Основные конкуренты 122

Планы и перспективы развития 123

§ 6.9. ООО «Рока рус» 124

Сведения о компании / Общая характеристика 124

Структура собственности / Акционеры 125

Оборот / Финансовые показатели 125

Продуктовая линейка / Ассортимент 126

Положение на рынке / Основные конкуренты 126

Планы и перспективы развития 127

§ 6.10. ООО «Ногинский стройфарфор» («Делла керамика» Группы «Кератон») 128

Сведения о компании / Общая характеристика 128

Структура собственности / Акционеры 129

Оборот / Финансовые показатели 129

Продуктовая линейка / Ассортимент 129

Положение на рынке / Основные конкуренты 130

Планы и перспективы развития 130

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ

Таблицы

- Таблица 1. Доля индивидуального домостроения в России в 2007-2018 гг., млн м² и % от общего объема построенного жилья.
- Таблица 2. Ввод в действие зданий жилого и нежилого назначения в РФ в 2008-2018 гг.
- Таблица 3. Производство основных строительных материалов в 2012-2018 гг.
- Таблица 4. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2006-2018 гг., тыс. шт.
- Таблица 5. Торговые марки и товарный ассортимент российских производителей санфаянса.
- Таблица 6. Динамика производства санитарной керамики по предприятиям (месячная динамика), в 2014-2018 гг., тыс. шт.
- Таблица 7. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2008-2018 гг.
- Таблица 8. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2018 гг. по географическому принципу, тыс. шт.
- Таблица 9. Статистика импорта санитарной керамики в разбивании по производителям и брендам в 2011-2018 гг., крупнейшие производители западноевропейских стран.
- Таблица 10. Статистика импорта санитарной керамики в разбивании по производителям и брендам в 2011-2018 гг., крупнейшие итальянские производители.
- Таблица 11. Статистика импорта санитарной керамики в разбивании по производителям и брендам в 2011-2018 гг., крупнейшие производители восточноевропейских стран.
- Таблица 12. Статистика импорта санитарной керамики в разбивании по производителям и брендам в 2011-2018 г., крупнейшие азиатские и африканские производители.
- Таблица 13. Статистика импорта санитарной керамики в разбивании по производителям и брендам в 2011-2018 г., крупнейшие китайские производители.
- Таблица 14. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2018 гг.
- Таблица 15. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий российскими компаниями-производителями, в 2011-2018 гг., тыс. шт.
- Таблица 16. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2009-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.
- Таблица 17. Марочная структура рынка (по ведущим брендам) в 2011-2018 гг., тыс. шт.
- Таблица 18. Средние цены на санитарную керамику отечественных и импортных брендов, осень-зима 2016 г. и 2018 г., руб.
- Таблица 19. Марочная структура рынка в сегменте «Эконом», тыс. шт.
- Таблица 20. Марочная структура рынка в сегменте «Средний», тыс. шт.
- Таблица 21. Марочная структура рынка в сегменте «Выше среднего», тыс. шт.
- Таблица 22. Марочная структура рынка в сегменте «Премиум», тыс. шт.
- Таблица 23. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2011 году.
- Таблица 24. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2013 году.
- Таблица 25. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2015 году.
- Таблица 26. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2016 году.
- Таблица 27. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2017 году.

- Таблица 28. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2018 году.
- Таблица 29. Данные компании ЗАО «Угракерам».
- Таблица 30. Основные финансовые показатели ЗАО «Угракерам» в 2010-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 31. Средние цены на продукцию компании ЗАО «Угракерам» (бренд Santeri) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 32. Данные компании «Сантек».
- Таблица 33. Основные финансовые показатели ООО «Керамика» в 2010-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 34. Средние цены на продукцию компании ООО «Керамика» (бренд Santek) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 35. Данные компании АО «Кировская керамика».
- Таблица 36. Основные финансовые показатели АО «Кировская керамика» в 2010-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 37. Средние цены на продукцию компании АО «Кировская керамика» (бренды Rosa и Kirovit) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 38. Данные компании ООО «Самарский стройфарфор».
- Таблица 39. Основные финансовые показатели ООО «Самарский стройфарфор» в 2010-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 40. Средние цены на продукцию компании ООО «Самарский стройфарфор» (бренды Sanita и Sanita Luxe) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 41. Данные компании АО «Сызранская керамика».
- Таблица 42. Основные финансовые показатели АО «Сызранская керамика» в 2009-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 43. Средние цены на продукцию компании АО «Сызранская керамика» (бренд Cersanit) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 44. Данные компании ООО «Завод керамических изделий Универсал».
- Таблица 45. Основные финансовые показатели ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2009-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 46. Средние цены на продукцию компании ООО «Завод керамических изделий Универсал» (марка Универсал) в 2016-2018 г., руб./шт.
- Таблица 47. Данные компании ЗАО «ЛЗСФ».
- Таблица 48. Основные финансовые показатели ЗАО «ЛЗСФ» в 2009-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 49. Средние цены на продукцию компании ЗАО «ЛЗСФ» (марка Лобня) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 50. Данные компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники».
- Таблица 51. Основные финансовые показатели ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2010-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 52. Средние цены на продукцию компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» (бренд Оскольская керамика) в 2016-2018 г., руб./шт.
- Таблица 53. Данные компании ООО «Рока рус».
- Таблица 54. Основные финансовые показатели ООО «Рока рус» в 2010-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 55. Средние цены на продукцию компании ООО «Рока рус» (бренды Jika, Rosa и Laufen) в 2016-2018 гг., руб./шт.
- Таблица 56. Данные компании ООО «Ногинский Стройфарфор».
- Таблица 57. Основные финансовые показатели ООО «Ногинский Стройфарфор» в 2009-2017 гг., тыс. руб.
- Таблица 58. Средние цены на продукцию компании ООО «Ногинский Стройфарфор» (бренд Della) в 2016-2018 гг., руб./шт.

Рисунки

- Рисунок 1. Темпы прироста ВВП в Китае, Казахстане, России, Белоруссии и Украине в 2007-2018 гг., %.
- Рисунок 2. Ежегодный прирост инфляции в России в 2001-2018 гг. и прогноз на 2019 год, %.
- Рисунок 3. Динамика среднегодовых цен на нефть марки Urals в период 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., долл. США за баррель.
- Рисунок 4. Сравнительная динамика курсов доллара США и евро в 2004-2018 гг. и прогноз на 2019 г., руб. за единицу валюты (среднегодовой показатель).
- Рисунок 5. Динамика ввода жилья в РФ по месяцам 2015-2019 гг., тыс. кв. м.
- Рисунок 6. Динамика ввода жилья в РФ в 2009-2018 гг. по кварталам, млн. кв. м.
- Рисунок 7. Динамика ввода жилья в РФ в 2003-2018 гг. и прогноз на 2019 гг., млн. кв. м и ежегодные приросты, %.
- Рисунок 8. Динамика объема жилого и нежилого строительства в РФ в 2003-2018 гг., млн. м³.
- Рисунок 9. Динамика объема жилого и нежилого строительства в России в куб. м., процентное соотношение.
- Рисунок 10. Прогноз темпов роста ВВП в России до 2022 г., %.
- Рисунок 11. Структура российского рынка сантехники по основным товарным группам, % в натуральном выражении.
- Рисунок 12. Структура российского рынка санитарных керамических изделий в 2005-2015 гг., % в натуральном выражении.
- Рисунок 13. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.
- Рисунок 14. Динамика выпуска санитарной керамики в РФ в 2012-2018 гг. по месяцам, тыс. шт.
- Рисунок 15. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., %.
- Рисунок 16. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2014 г., %.
- Рисунок 17. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2015 г., %.
- Рисунок 18. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2016 г., %.
- Рисунок 19. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2017 г., %.
- Рисунок 20. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2018 г., %.
- Рисунок 21. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., %.
- Рисунок 22. Прогноз производства санитарных керамических изделий в РФ до 2024 г., тыс. шт.
- Рисунок 23. Динамика импортных поставок сантехнических изделий из керамики в РФ в 2007-2018 гг. и прогноз на 2019 г.
- Рисунок 24. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2018 гг. по географическому принципу, %.
- Рисунок 25. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2013 году по географическому принципу, %.

Рисунок 26. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2015 году по географическому принципу, %.

Рисунок 27. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2017 году по географическому принципу, %.

Рисунок 28. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2018 году по географическому принципу, %.

Рисунок 29. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2013 г.

Рисунок 30. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2015 г.

Рисунок 31. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2016 г.

Рисунок 32. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2017 г.

Рисунок 33. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2018 г.

Рисунок 34. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2007-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.

Рисунок 35. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики по странам в 2007-2018 гг., %.

Рисунок 36. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2007-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.

Рисунок 37. Доля импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., %.

Рисунок 38. Марочная структура рынка в 2011 году.

Рисунок 39. Марочная структура рынка в 2013 году.

Рисунок 40. Марочная структура рынка в 2015 году.

Рисунок 41. Марочная структура рынка в 2016 году.

Рисунок 42. Марочная структура рынка в 2017 году.

Рисунок 43. Марочная структура рынка в 2018 году.

Рисунок 44. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2011 году.

Рисунок 45. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2013 году.

Рисунок 46. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2015 году.

Рисунок 47. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2016 году.

Рисунок 48. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2017 году.

Рисунок 49. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2018 году.

Рисунок 50. Динамика ценового сегментирования рынка санфаянса в 2011-2018 гг., %.

Рисунок 51. Прогноз динамики российского рынка санитарно-керамических изделий до 2024 года, тыс. шт.

Рисунок 52. Прогноз доли импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий до 2024 г., %.

Рисунок 53. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «Угракерам» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 54. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Керамика» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 55. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Кировская керамика» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 56. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Самарский стройфарфор» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 57. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Сызранская керамика» в 2008-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 58. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2006-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 59. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «ЛЗСФ» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 60. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 61. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Рока рус» в 2008-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 62. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Ногинский стройфарфор» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.

ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ (СТРОИТЕЛЬСТВО) В 2007-2018 ГГ. И НАЧАЛЕ 2019 Г.

§ 1.1. Динамика ВВП

Еще три года назад прирост ВВП РФ был отрицательным. Затем два года он рос очень аккуратными темпами (+0,3% и +1,6%), а в 2018 г. внезапно ускорился до 2,3%. По оценке Росстата, объем ВВП в 2018 году составил 103 трлн 626,6 млрд рублей. Оценки других ведомств после выхода новых данных по строительству практически аналогичны: например, Институт исследований и экспертизы ВЭБа также оценил рост ВВП в 2%, у аналитиков «ВТБ Капитала» получилось 2,2%.

Этот результат превысил все самые смелые прогнозы. Так, ЦБ прогнозировал в 2018 г. рост экономики на 1,5-2,0%, Минэкономразвития рассчитывал на 1,8% в лучшем случае, сам Росстат от 2018 г. ждал не более 1,6% годом ранее, а Всемирный банк прогнозировал, что в 2018-2020 гг. ВВП РФ будет расти в среднем на 1,5-1,8%. Таким образом, обнаруженные подсчеты прошлогодних успехов удивили многих.

При этом стоит помнить, что годовые результаты по приростам ВВП часто пересматриваются спустя какое-то время, вот последние примеры:

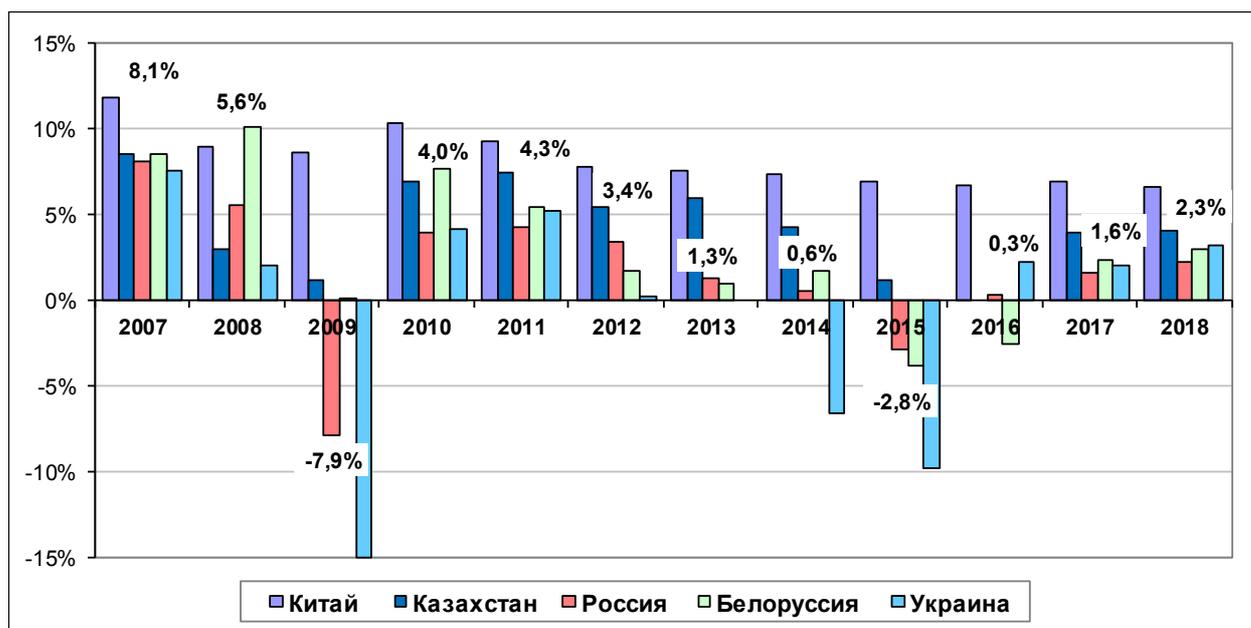
2015г.: – 3,7% (в феврале 2017г. Росстат улучшил показатель до – 2,8%);

2016г.: – 0,2% (в декабре 2018г. показатель изменён на + 0,3%);

2017г.: + 1,5% (в декабре 2018г. показатель улучшен до 1,6%);

2018г.: + 2,3% (в некоторых источниках 2,2%).

Рисунок 1. Темпы прироста ВВП в Китае, Казахстане, России, Белоруссии и Украине в 2007-2018 гг., %.



Источник: ABARUS Market Research, по данным открытых источников.

В целом у большинства участников российской экономики не сложилось впечатления, что 2018 год выдался легким. Ранее в докладе Минэкономки сообщалось, что к концу 2018 года Россия потеряла \$6,3 млрд на торговых санкциях, пошлинах и антидемпинговых мерах других стран. В министерстве уточнили, что сильнее всего ограничения затронули металлургическую промышленность – ущерб оценивается почти в \$4 млрд. Сельскохозяйственные предприятия потеряли \$1,1 млрд, химические – \$641 млн, автопроизводители – \$306 млн.

Российская экономика в течение последних десяти лет показывала самые различные темпы проростов: от 8,1% в 2007 г. и -7,9% в кризисном 2009 г. до 1,6% в прошедшем 2017, после двух лет отрицательных значений. В 2011-2014 гг., несмотря на высокую цену на нефть, ВВП не показывал высоких проростов. С экономикой соседнего Китая российский ВВП не сравнится – китайский рынок в отрицательную зону ни разу не уходил. Если же сравнивать успехи с ближайшими соседями, то Россия обычно уступает Казахстану и Белоруссии, но чувствует себя лучше, чем Украина, особенно в последние несколько лет. Многие другие страны СНГ в 2011-2014 гг. также обгоняли Россию по проростам валового внутреннего продукта (к примеру, Туркменистан показал рост 14,7% в 2011 году и 11,1% в 2012 г., в 2015 году вырос на 8,5%, а в 2018 году – на 6,2%).

§ 1.2. Инфляция

...

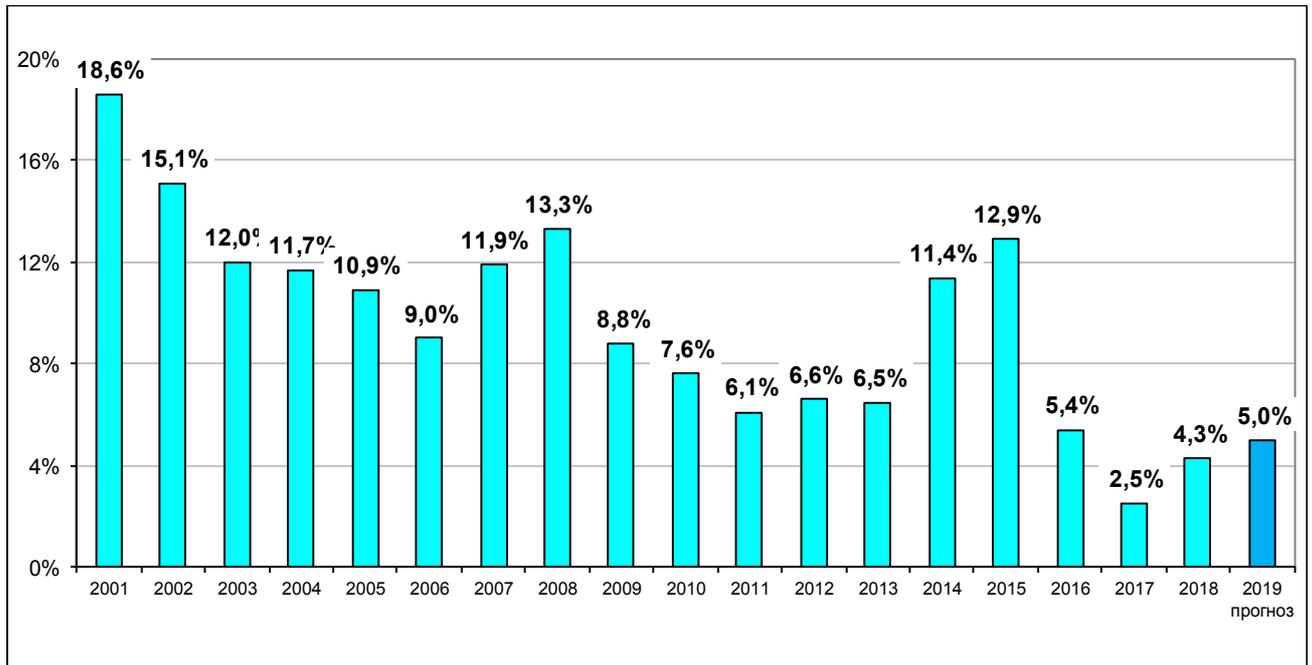
...

...

Настолько низкие цифры позволяли Центральному банку снижать ставки. В связи с чем в течение 2017-2018 гг. невиданными темпами опускались проценты по кредитам, в том числе ипотечным, а также ставки по кредитам для юридических лиц. Возможно, именно это стало одним из факторов резкого пророста экономического роста. Однако низкая инфляция сама по себе для участников экономической деятельности не всегда выступает положительным фактором. Доходы россиян в 2016-2018 гг. стремительно сокращались, а в бытовом восприятии инфляция ощущалась гораздо выше официально объявленной.

Обновленный прогноз Минэкономразвития РФ по инфляции на 2019 год будет выше нынешних 4,3%, но меньше 5%, заявил журналистам глава министерства Максим Орешкин. Официальный прогноз МЭР исходит из того, что инфляция в РФ по итогам 2019 года, как и в 2018 году, составит 4,3%. В феврале Минэкономразвития опубликовало доклад «Картина экономики», в котором указало, что инфляция в РФ пройдет пиковые значения в 5,5–5,7% в марте-мае, а по итогам текущего года при сохранении стабильного курса рубля не поднимется выше 5%. Кстати, ставки по кредитам в январе-феврале уже начали расти.

Рисунок 2. Ежегодный прирост инфляции в России в 2001-2018 гг. и прогноз на 2019 год, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

§ 1.3. Цены на нефть

...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

§ 1.4. Валютные курсы

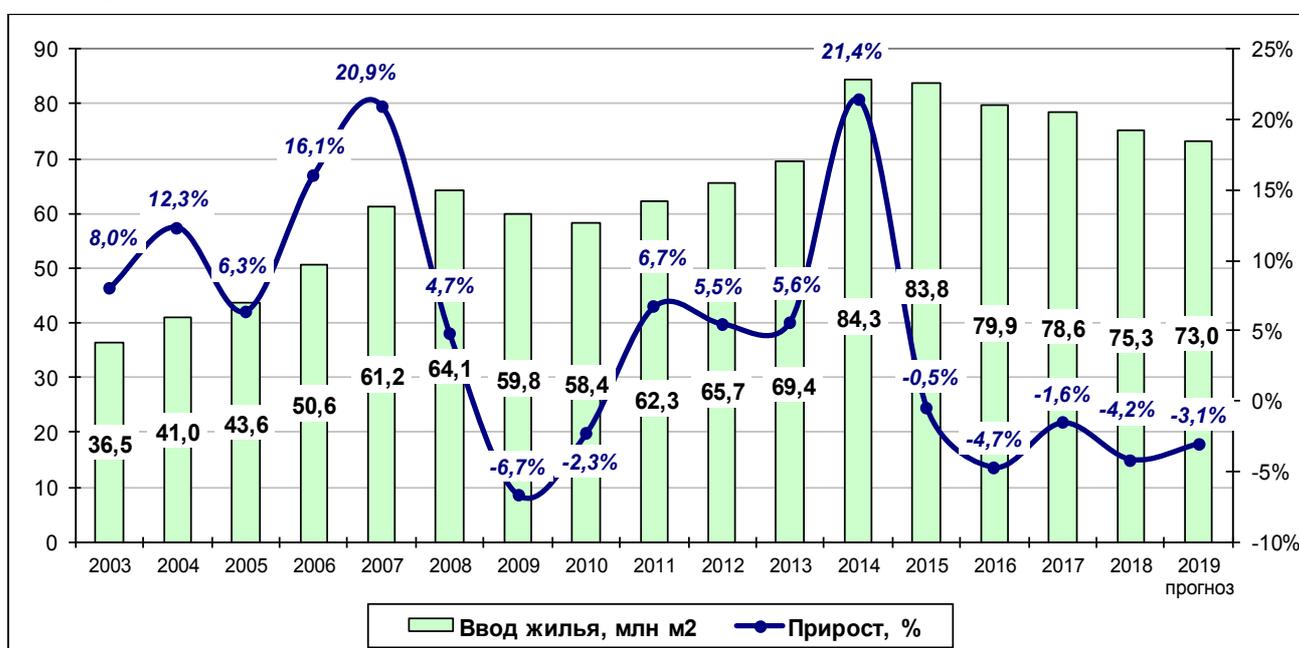
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

§ 1.5. Строительство

Строительство жилья

По словам председателя правления Сбербанка Германа Грефа, в ближайшие пару лет рынок строительства жилья «будет сильно болеть». Порядка 30-35% застройщиков не смогут получать деньги в банках после введения системы эскроу-счетов (отмена строительства по принципу долевого участия), что приведет к снижению объемов ввода в эксплуатацию нового жилья. «Какое-то количество застройщиков просто обанкротится, это приведет к тому, что количество вводимого жилья уменьшится на какой-то период времени, пока произойдет перестройка системы».

Рисунок 7. Динамика ввода жилья в РФ в 2003-2018 гг. и прогноз на 2019 гг., млн. кв. м и ежегодные приросты, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Возможно, падение будет немного компенсироваться за счет индивидуального домостроения, которое в общей площади построенного жилья год от года колеблется. В 2018 г. она составила в целом по России 43%, и это не такой уж высокий показатель. Для сравнения: в 2013 году он равнялся 44%, в 2010 году – аналогично. До кризиса 2008-2009 гг. доля индивидуального домостроения и вовсе была близка к 48%. Т.е. наблюдается логичный вывод, что население страны активнее строит жилье собственными силами в менее благополучные периоды, не рассчитывая на многоквартирную застройку.

...

...

...

ГЛАВА II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

§ 2.1. Общая характеристика сантехники как товарной группы

Описание

...

...

Место санфаянса на рынке сантехники

...

...

...

§ 2.2. Российские производители санитарной керамики

Перечень отечественных производителей

В России на настоящий момент функционируют следующие компании (перечислены по убывающему принципу):

- ООО «Керамика» (Santek)
- АО «Кировская керамика»
- ЗАО «Угракерам»
- ООО «Самарский стройфарфор»
- ЗАО «Сызранская керамика»
- ООО «Завод керамических изделий Универсал»
- ЗАО «ЛЗСФ»
- ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники»
- ООО «Рока рус»
- ООО «Ногинский стройфарфор»
- ОАО «Волгоградский керамический завод»
- ООО «Витра сантехника»
- ООО «Гнездово»
- ЗАО «Фаянс»

Большая часть из перечисленных предприятий работает довольно давно, некоторые – еще с советских времен. Ряд крупных предприятий появился в период между 2005 и 2009 гг., и только одна компания вошла на российский рынок в качестве производителя после мирового финансового кризиса.

...

...

...

Масштаб и объемы производства в 2007-2018 гг.

Самым крупным самостоятельным предприятием по производству санитарной керамики в России на сегодняшний день является компания «***», Данное предприятие в 2015 году стало единственным, выпустившим значительно более *** млн изделий – почти *** млн штук, хотя в стране есть еще несколько предприятий, способных производить такой объем. Это «***» и «***» (оба расположены в области), а также «***» и «***» (оба в области).

...

...

...

Следует помнить, что ЗАО «Угракерам», как и ООО «Керамика», входят в состав международного холдинга Roca Group. Поэтому легко подсчитать, что вместе с ленинградским заводом «Рока Рус» вся эта группа (четыре предприятия) в 2015 году произвела *** млн единиц санфаянсовых изделий, в 2017 году – почти *** миллиона, а к 2018 году довела суммарный объем производства до *** млн штук.

Отрасль при этом достаточно консервативна — притом что кризисные потрясения ее задевают не слишком сильно (в 2009 году производство снизилось на 6%, в 2014 году – на 4%), новые игроки появляются довольно редко. Последним таким новичком стала компания «Витра-Сантехника». Так, 13 мая 2014 года турецкий концерн «Эджзаджибаши» – крупный мировой производитель плитки и керамогранита VitrA – открыл новый завод в Подмосковье, в городе Серпухов. Инвестиции в новое производство составили 60 миллионов евро. Это уже второй завод компании на территории Серпуховского района. Первый, по производству керамической плитки завод «Витра-Плитка», работает с 2011 года, производя 3,2 млн. кв. м плитки в год. По российским меркам мощности сантехнического предприятия VitrA пока невелики. Предприятие способно выпускать 250 тысяч единиц сантехнических изделий в год, но к 2020 году руководство компании планировало увеличить эту цифру до миллиона.

В целом картина роста производства керамической сантехники с 2006 по 2018 г. по всем российским регионам и предприятиям, в том числе покинувшему рынок, выглядит следующим образом (см. Таблицу 4).

Таблица 4. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2006-2018 гг., тыс. шт.

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------|------------|------------|
| Калужская область | 3 344,2 | 3 690,3 | 3 626,1 | 3 538,7 | 3 751,4 | 3 844,5 | 4 019,5 | 3 972,3 | 3 607,1 | 3 883,0 | *** | *** | *** |
| АО «КИРОВСКАЯ КЕРАМИКА» | 1 533,2 | 1 622,1 | 1 656,1 | 1 498,7 | 1 711,7 | 1 832,5 | 1 950,0 | 1 872,3 | 1 857,1 | 1 790,0 | *** | *** | *** |
| ЗАО «УГРАКЕРАМ» (ROSA GROUP) | 1 811,0 | 2 068,2 | 1 970,0 | 2 040,0 | 2 039,7 | 2 012,0 | 2 069,5 | 2 100,0 | 1 750,0 | 2 093,0 | *** | *** | *** |
| Самарская область | 775,6 | 952,7 | 1 440,5 | 1 256,5 | 1 416,2 | 1 943,0 | 2 409,2 | 2 798,6 | 2 839,0 | 3 176,7 | *** | *** | *** |
| ООО «САМАРСКИЙ СТРОЙФАРФОР» | 775,6 | 952,7 | 1 130,0 | 943,0 | 1 167,0 | 1 590,0 | 1 796,0 | 1 683,0 | 1 696,0 | 1 823,0 | *** | *** | *** |
| ЗАО «СЫЗРАНСКАЯ КЕРАМИКА» (CERSANIT) | 0,0 | 0,0 | 310,5 | 313,5 | 249,2 | 353,0 | 613,2 | 1 115,6 | 1 143,0 | 1 353,7 | *** | *** | *** |
| Чувашская Республика | 889,0 | 1 098,4 | 1 531,8 | 1 491,0 | 1 687,5 | 1 782,7 | 1 697,8 | 1 860,0 | 1 950,0 | 2 356,7 | *** | *** | *** |
| ООО «КЕРАМИКА» (ROSA GROUP) | 529,0 | 656,7 | 980,0 | 936,0 | 1 100,0 | 1 200,0 | 1 100,0 | 1 180,0 | 1 210,0 | 1 350,0 | *** | *** | *** |
| ФЛ ООО «КЕРАМИКА» (ROSA GROUP) | 360,0 | 441,7 | 551,8 | 555,0 | 587,5 | 582,7 | 597,0 | 680,0 | 740,0 | 1 006,7 | *** | *** | *** |
| Московская область | 1 133,4 | 1 127,8 | 1 384,1 | 1 100,5 | 1 227,8 | 1 361,8 | 1 448,6 | 1 490,0 | 1 493,8 | 1 472,0 | *** | *** | *** |
| ЗАО «ЛОБНЕНСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНОГО ФАРФОРА» (ЛЗСФ) | 871,1 | 964,8 | 990,0 | 870,0 | 960,0 | 1 036,3 | 1 053,6 | 1 040,0 | 883,8 | 842,0 | *** | *** | *** |
| ООО «НОГИНСКИЙ СТРОЙФАРФОР» | 262,3 | 163,0 | 394,1 | 230,5 | 267,8 | 325,5 | 395,0 | 450,0 | 460,0 | 440,0 | *** | *** | *** |
| ООО «ВИТРА САНТЕХНИКА» | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 150,0 | 190,0 | *** | *** | *** |
| Новосибирская область | 306,0 | 431,0 | 445,0 | 467,0 | 481,0 | 636,0 | 679,0 | 718,0 | 833,0 | 878,0 | *** | *** | *** |
| ООО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ «УНИВЕРСАЛ» | 306,0 | 431,0 | 445,0 | 467,0 | 481,0 | 636,0 | 679,0 | 718,0 | 833,0 | 878,0 | *** | *** | *** |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------|------------|------------|------------|
| Белгородская область | 401,6 | 506,7 | 489,1 | 510,8 | 636,5 | 673,9 | 651,0 | 675,0 | 660,0 | 690,0 | *** | *** | *** | *** |
| ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И БЫТТЕХНИКИ» | 401,6 | 506,7 | 489,1 | 510,8 | 636,5 | 673,9 | 651,0 | 675,0 | 660,0 | 690,0 | *** | *** | *** | *** |
| Ленинградская область | 0 | 0 | 325,7 | 368,4 | 415,8 | 468,6 | 479,7 | 459,4 | 344,0 | 479,0 | *** | *** | *** | *** |
| ООО «РОКА РУС» | 0 | 0 | 325,7 | 368,4 | 415,8 | 468,6 | 479,7 | 459,4 | 344,0 | 479,0 | *** | *** | *** | *** |
| Волгоградская область | 375,0 | 354,7 | 344,4 | 344,0 | 408,0 | 480,6 | 443,4 | 476,1 | 365,6 | 369,7 | *** | *** | *** | *** |
| ОАО «ВОЛГОГРАДСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД» | 375,0 | 354,7 | 344,4 | 344,0 | 408,0 | 480,6 | 443,4 | 476,1 | 365,6 | 369,7 | *** | *** | *** | *** |
| Смоленская область | 134,6 | 139,4 | 145,5 | 199,0 | 223,2 | 272,1 | 251,7 | 245,3 | 233,3 | 229,7 | *** | *** | *** | *** |
| ООО «ГНЕЗДОВО» | 134,6 | 139,4 | 145,5 | 120,0 | 120,0 | 145,1 | 142,0 | 130,0 | 130,0 | 113,0 | *** | *** | *** | *** |
| ЗАО «ФАЯНС» | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 79,0 | 103,2 | 125,0 | 109,7 | 115,3 | 103,3 | 116,7 | *** | *** | *** | *** |
| Свердловская область | 620,9 | 620,2 | 520,8 | 418,9 | 467,9 | 460,1 | 426,3 | 226,4 | 62,9 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| ОАО «ЗАВОД КЕРАМИ- ЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ» (УРАЛКЕРАМИКА) | 620,9 | 620,2 | 520,8 | 418,9 | 467,9 | 460,1 | 426,3 | 226,4 | 62,9 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| Челябинская область | 305,3 | 316,8 | 222,6 | 219,1 | 256,7 | 216,5 | 138,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| ООО «КСАНТА» | 305,3 | 316,8 | 222,6 | 219,1 | 256,7 | 216,5 | 138,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| Санкт-Петербург | 445,6 | 455,1 | 517,5 | 367,4 | 409,8 | 156,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| ООО «ЗАВОД «СТРОЙ- ФАРФОР» | 445,6 | 455,1 | 517,5 | 367,4 | 409,8 | 156,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| Иркутская область | 257,0 | 236,5 | 283,8 | 308,0 | 71,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| ЗАО «АНГАРСКИЙ КЕРА- МИЧЕСКИЙ ЗАВОД» | 257,0 | 236,5 | 283,8 | 308,0 | 71,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** | *** |
| ИТОГО, выпуск в РФ | 8988,2 | 9929,6 | 11276,9 | 10589,3 | 11452,8 | 12296,2 | 12645,0 | 12921,1 | 12388,7 | 13534,8 | *** | *** | *** | *** |

Источник: AVARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

В таблице не приведена информация о производстве ООО «СКЛ» (Ленинградская область), выпускающая санкерамику под маркой Iddis, так как это продукция китайского производства, которая ввозится в Россию по заказу ООО «СКЛ». Стоит отметить, что поставки этой марки снижаются. В 2011 году объем ввоза китайской марки IDDIS на российскую территорию составил 112 тыс. штук, в 2013 году – 164 тыс. штук, в 2014 году – около 170 тыс. штук, в 2015 году – *** тыс. шт., в 2016 году – всего *** тысяч, а в 2017 и 2018 годах чуть больше – около *** тысячи и *** тысяч штук соответственно.

Примерно такая же ситуация с ростовским предприятием «Грандфаянс», которое ввозит из Китая продукцию под маркой EVA GOLD (30 тыс. штук в 2013 году, чуть более 22 тыс. в 2014 году, около *** тыс. в 2015 г., *** тысячи в 2016 г. и *** тыс. в 2017 году, *** тыс. в 2018 году).

Еще одно предприятие, позиционирующее себя как производитель санкерамики, это московское ООО «Дрея». Эта мебельная фабрика, действительно, с 2005 года продает под маркой Dreja умывальники, которые предлагает покупателям в комплекте с мебелью для ванн, но выпускает их на производственных мощностях Кировского завода (по заказу). На сайте компании утверждается, что в 2014 году было открыто собственное производство мебельных умывальников в г. Киров — завод «Центр керамики». По объемам этого производства нет данных, но в любом случае выпуск уже учтен объеме производства по Калужской области, где располагается г. Киров.

Также на территории России выпуском высококачественного санфаянса занимается российско-итальянское предприятие Kerama Marazzi. Однако собственного производства внутри страны, кроме плиточного (облицовочная плитка и керамогранит), у компании нет. Оборудование, дизайн, образцы, модели, литейные формы и глиняный состав для сантехники Kerama Marazzi изготавливаются в Италии, после чего импортируются в Россию для дальнейшего финального оформления и продажи, в том числе на экспорт. Именно поэтому знаменитую торговую марку Kerama Marazzi можно увидеть как в импортных, так и экспортных таможенных базах.

§ 2.3. Отечественное производство санитарной керамики

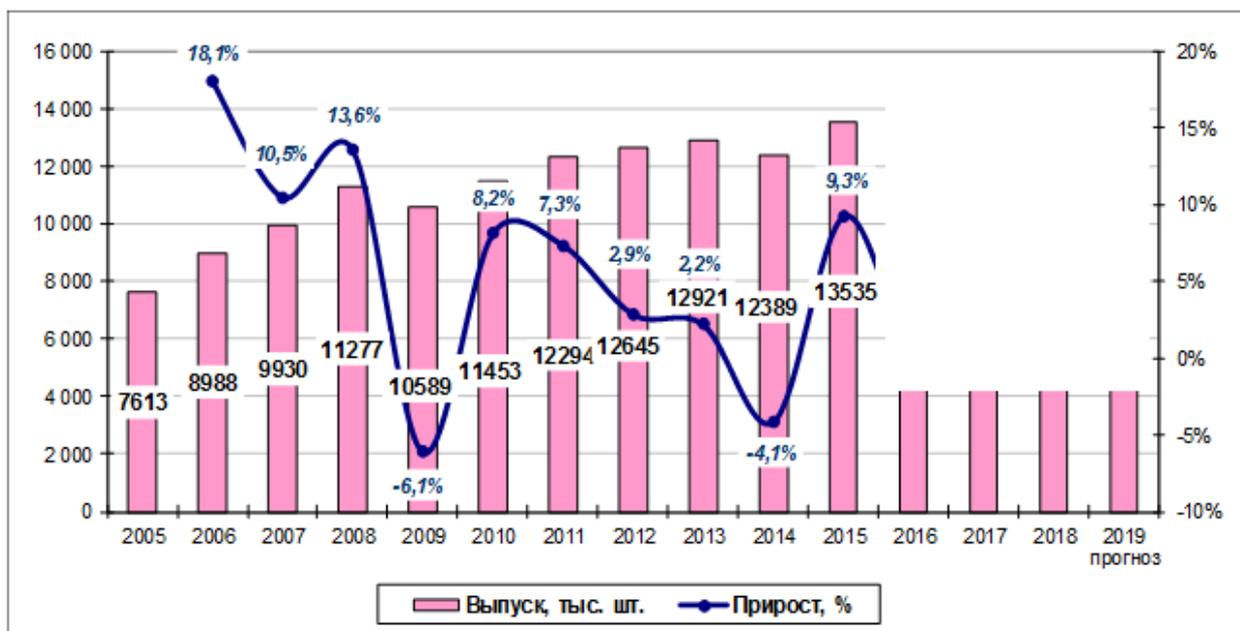
Динамика общего производства в 2007-2018 гг., тыс. изделий

...
...
...
...
...
...

Как видно, приросты в производстве санитарной керамики идут по ниспадающей. Сложная экономическая ситуация, проявившаяся в 2014 году, не могла не сказаться на выпуске сантехнической продукции – объем снизился на ***%. Таким образом, с 2011 по 2014 год производство санфаянсовых изделий в России находилось примерно на одном и том же количественном уровне: выпускалось *** млн изделий в год с небольшими колебаниями то в плюс, то в минус. Зато в 2015 году производство выросло на ***% и достигло *** млн. В 2016 году объем выпуска остался примерно на уровне предыдущего года — прирост составил всего ***%.

На 2017 год агентством ABARUS Market Research озвучивались довольно оптимистичные прогнозы, что общий выпуск может увеличиться на заметную величину в районе ***%. По итогам года рост, действительно, произошел, но составил чуть меньшую величину – ***%. После чего прогноз прироста в ***% был перенесен на 2018 год, и он выглядел реалистичным, хотя и сбился в более скромных масштабах – прирост по факту составил ***%. На 2019 год можно прогнозировать

Рисунок 13. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.



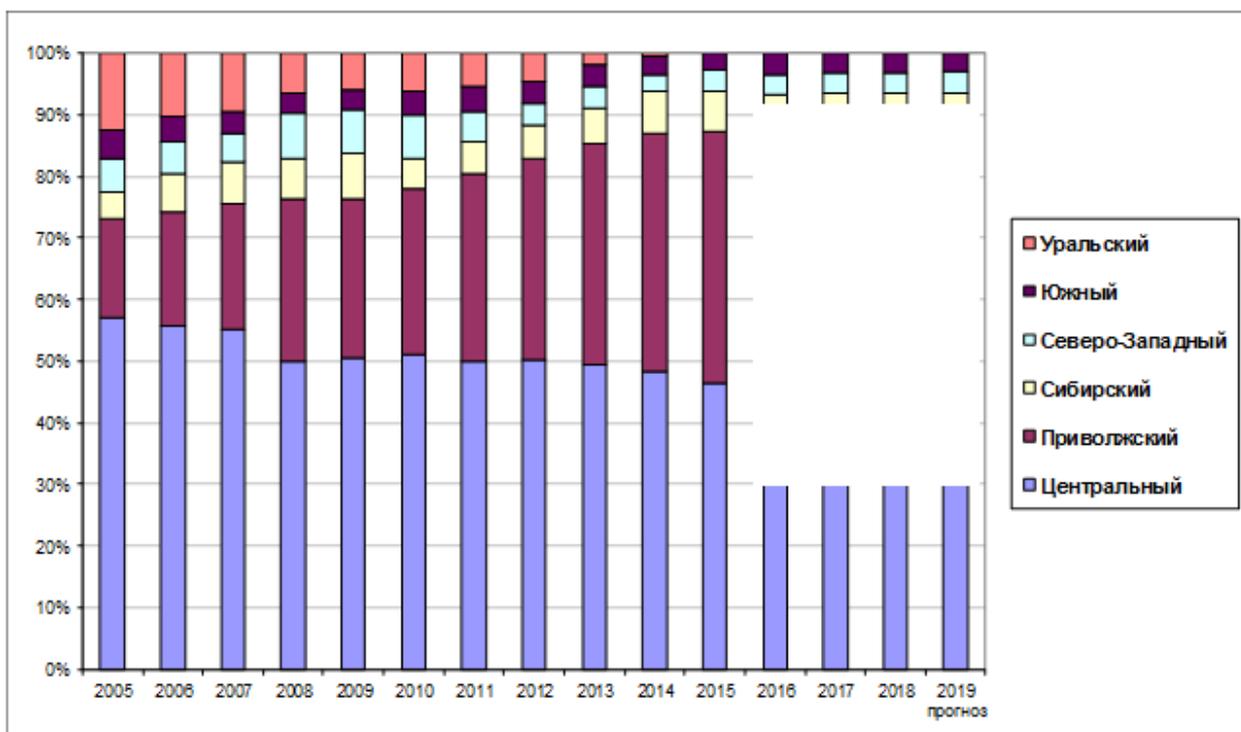
Источник: ABARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

Географическое распределение

До недавнего времени большая часть отечественных санфаянсовых изделий производилась в Центральном федеральном округе, где выпускалось более 50% вплоть до 2012 года. На втором месте долгое время находился Приволжский федеральный округ, за ним следовал Уральский.

Но в последние несколько лет картина сильно изменилась: Уральский округ прекратил производство (закрылись два предприятия), а в Приволжском, наоборот, деятельность активизировалась. В результате сейчас на долю поволжских компаний приходится более ***% (десять лет назад было около 15%), а доля Центрального сократилась до **%, несмотря на появление завода «Витра» в Подмоскowie. В 2017-2018 годах производители в центральных регионах активизировались сильнее остальных, поэтому произошло небольшое увеличение доли Центрального ФО в этот период. В 2019 году смещение может произойти как в одну, так и в другую сторону. В любом случае положение двух лидирующих округов стало практически одинаковым. Доля Сибирского округа стабильна, примерно так же обстоят дела в Южном, а производство в Северо-Западном округе то сокращается, то немного увеличивается.

Рисунок 15. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., %.



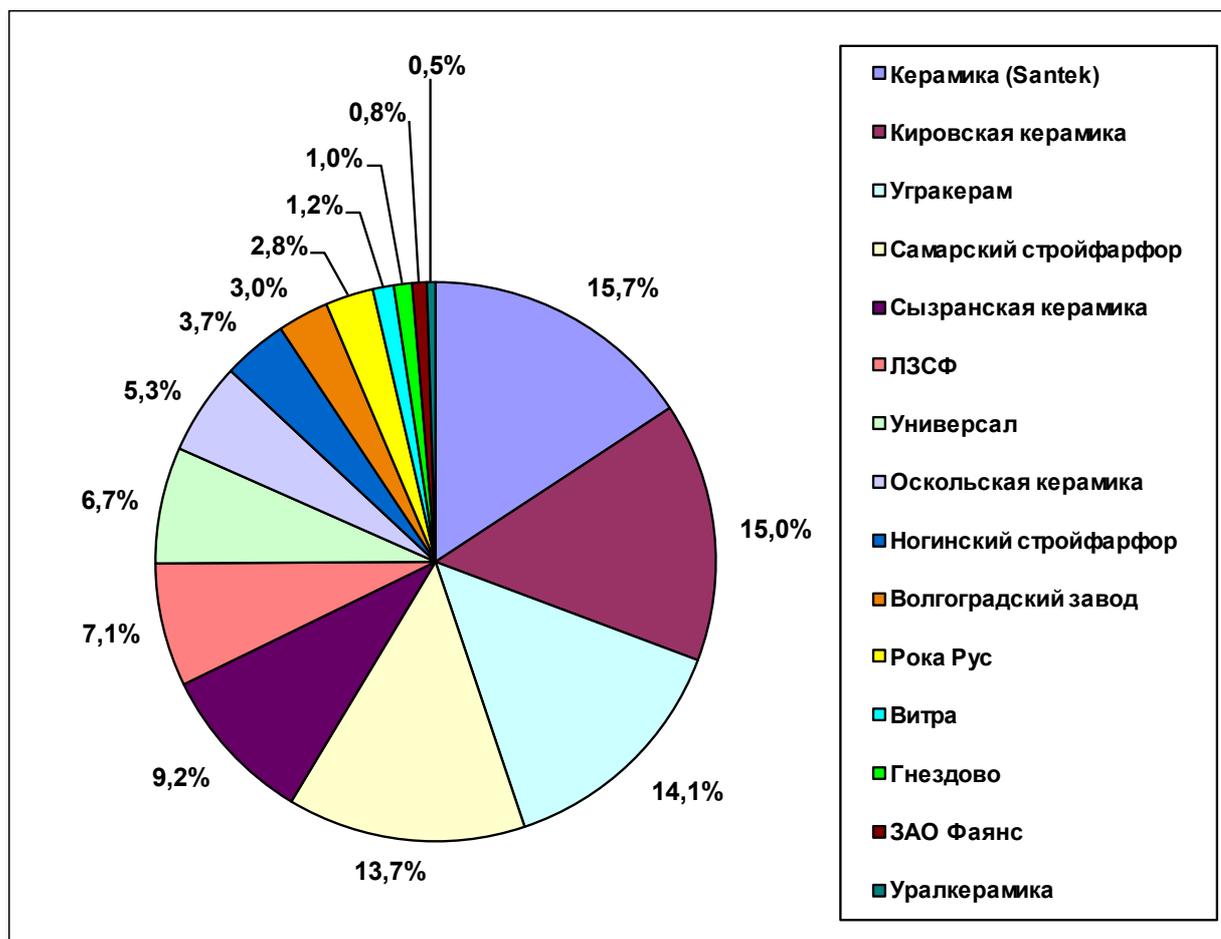
Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Концентрация производства

Среди отечественных производителей можно выделить следующие крупные заводы: ООО «Керамика» (имеет два завода в республике Республика Чувашия) и ЗАО «Угра-керам» (все три вместе с ранее названной компанией «Керамика» входят в ROCA GROUP), АО «Кировская керамика», ЗАО «Сызранская керамика» (Cersanit), ООО «Самарский Стройфарфор» (Самарская область), ЗАО «ЛЗСФ» (Лобненский завод строительного фарфора).

На Рисунке 16 можно посмотреть, как выглядел рейтинг отечественных предприятий в 2014 г., а на Рисунках 17, 18, 19 и 20 отражена картина, полученная для 2015, 2016, 2017 и 2018 года соответственно. Положение пяти лидирующих компаний-производителей в рейтинге иногда меняется, но в целом пятерка лидеров довольно стабильна. Прошедший 2018 год интересен тем, что на первое место впервые за рассматриваемый период вышла компания «***» (марка ***), оттеснив на вторую позицию всегда лидирующий «***».

Рисунок 16. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2014 г., %.

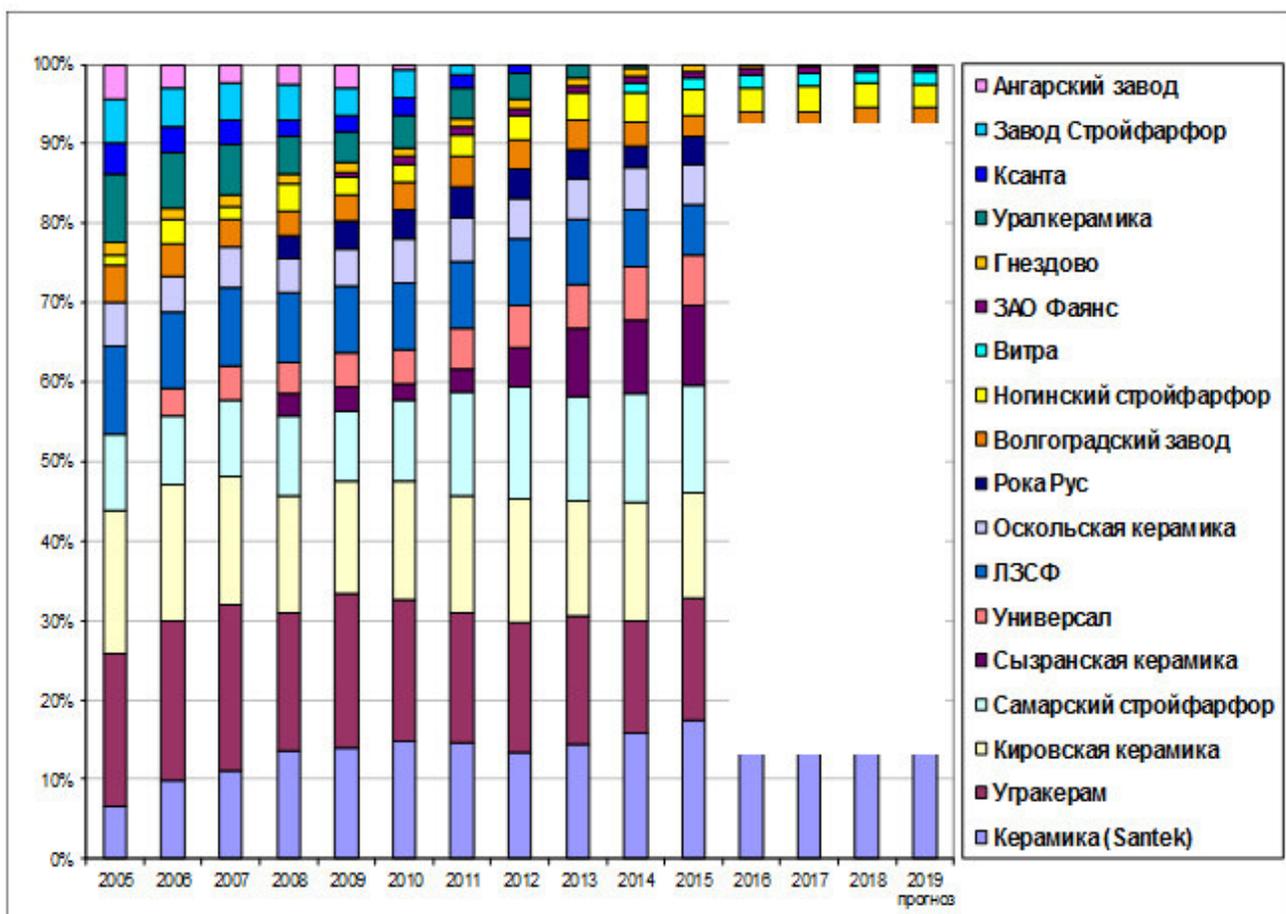


Источник: ABARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

На пять ведущих предприятий приходится уже более ***% всего производства, причем эта доля хоть и медленно, но стабильно растет. Не похоже, что в ближайшее время кто-то может «вклиниться» в этот пул крепких и уверенных в себе производителей. Похоже, в российском производстве санитарной керамики происходит усиление концентрации, даже несмотря на появление новичков.

Динамика производства керамических изделий по всем функционирующим производителям за последние 14 лет, начиная, с 2005 года, выглядит следующим образом (см. Рисунок 21).

Рисунок 21. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2005-2018 гг. и прогноз на 2019 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

Потери отрасли, привлечение в отрасль новых игроков

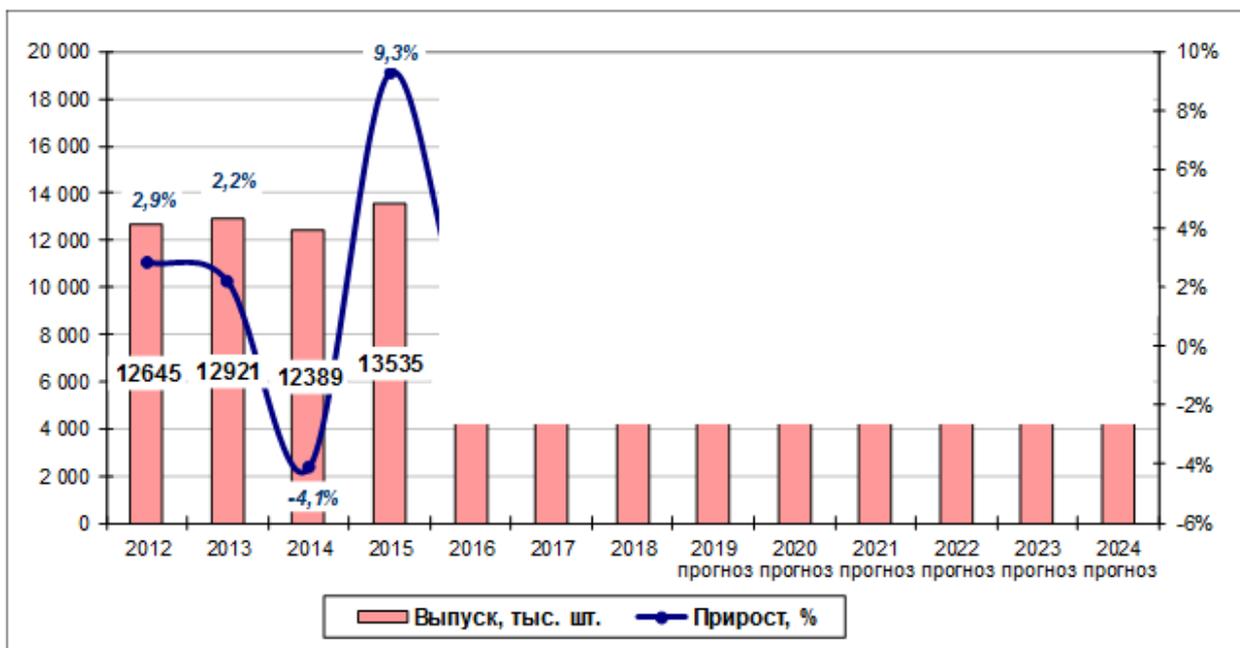
...
...
...
...
...

Прогноз производства до 2024 года

...
...
...

В первой половине 2018 года выпуск держался на довольно высоком уровне по сравнению с первым полугодием прошлого года. Очень похожая картина была и в позапрошлом году, но тогда наблюдалась понижающаяся тенденция в конце весны, а в 2018 году такого не было.

Рисунок 22. Прогноз производства санитарных керамических изделий в РФ до 2024 г., тыс. шт.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Но в наступившем году производство легко может сдвинуться как в сторону повышения, так и в сторону понижения. Многое зависит от состояния российской экономики, особенно во втором полугодии, так как как известно, что именно во втором полугодии чаще всего происходят всевозможные политические и экономические катаклизмы. Но в целом ожидается

ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 3.1. Динамика импорта в количественном и ценовом выражении в 2007-2018 гг.

Данный параграф посвящен изучению того, какова роль импорта на российском рынке санитарной керамики, и меняется ли ситуация с течением времени.

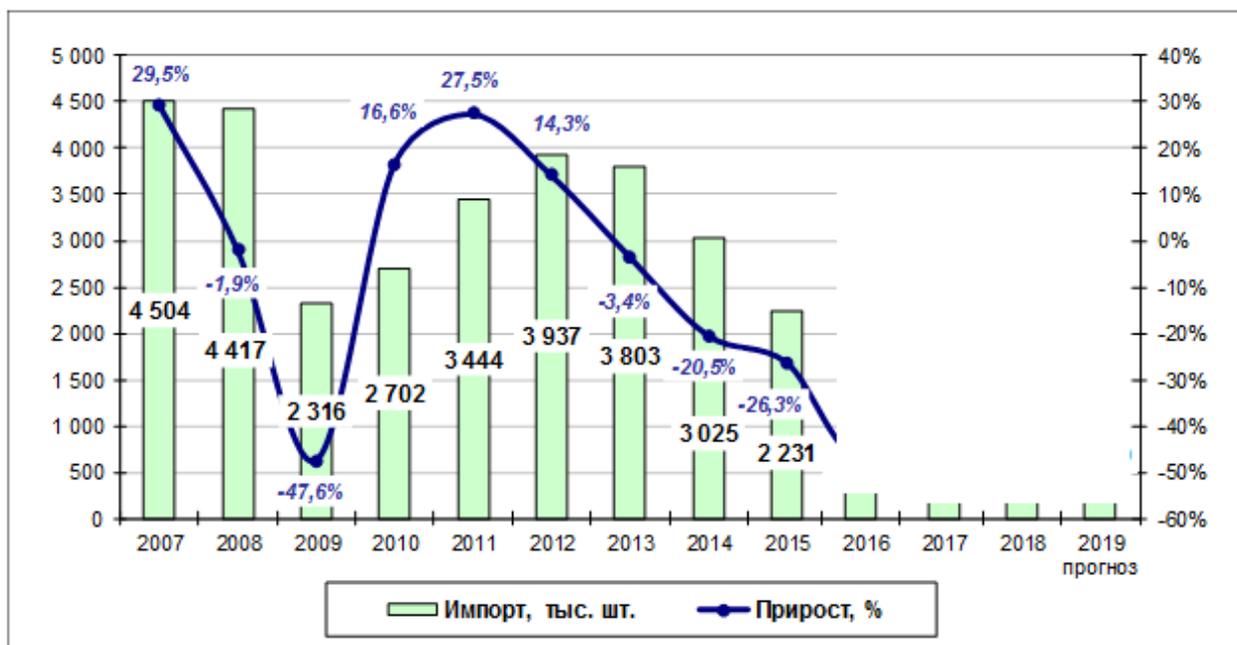
Таблица 7. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2008-2018 гг.

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|
| Импорт, тыс. шт. | 4 417 | 2 316 | 2 702 | 3 444 | 3 937 | 3 803 | 3 025 | 2 231 | *** | *** | *** |
| Импорт, млн долл. | 141,9 | 81,2 | 98,9 | 134,8 | 146,7 | 150,6 | 128,8 | 69,3 | *** | *** | *** |
| Средняя цена, \$/шт. | 32,1 | 35,1 | 36,6 | 39,1 | 37,3 | 39,6 | 42,6 | 31,1 | *** | *** | *** |

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Импорт санитарной керамики в Россию носит нестабильный характер. До кризиса среднегодовые объемы импорта составляли 4-5 млн шт. изделий (включая Украину и Белоруссию). В 2009 году поставки резко упали (в 2 раза), но в 2010-2011 гг. импорт вновь понемногу начал расти, правда, на предкризисный уровень импорт не только не вернулся, но стал, наоборот, сильно сокращаться в последние четыре-пять лет.

Рисунок 23. Динамика импортных поставок сантехнических изделий из керамики в РФ в 2007-2018 гг. и прогноз на 2019 г.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

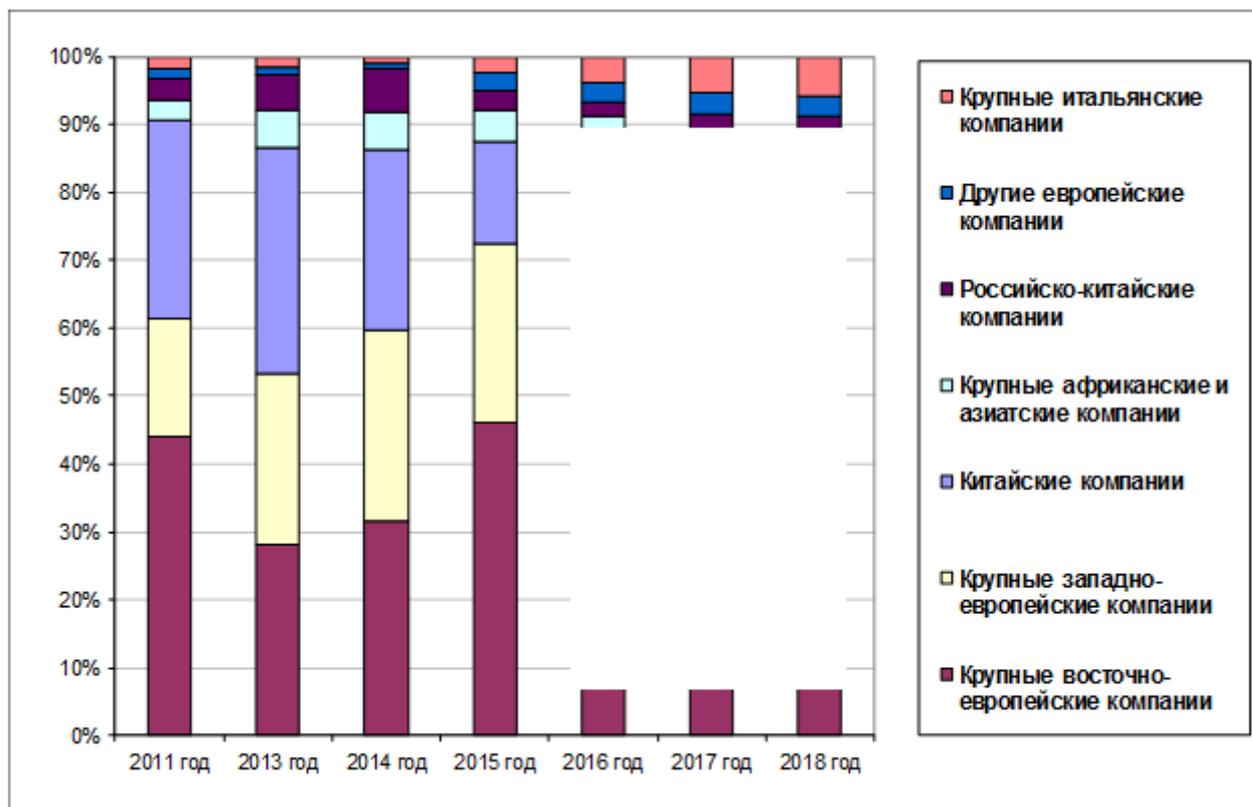
Если анализировать импортные поставки по географическому принципу, то в 2011 году лидерами выступали страны СНГ и другие государства Восточной Европы: Польша, Белоруссия, Украина, Сербия, Словения. На их долю приходилось более 45% импорта. Около 30% импорта поставлялось из Китая (узнаваемых китайских брендов на российском рынке почти нет, но каждый крупный китайский производитель поставлял в те годы не менее 1 тысячи штук изделий).

Таблица 8. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2018 гг. по географическому принципу, тыс. шт.

| Категория стран | 2011 г. | 2013 г. | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|------------|------------|------------|
| Крупные восточноевропейские компании | 1517,3 | 1065,7 | 952,8 | 1029,1 | *** | *** | *** |
| Крупные западноевропейские компании | 593,7 | 962,2 | 856,1 | 585,0 | *** | *** | *** |
| Китайские компании | 1010,0 | 1269,0 | 798,6 | 339,2 | *** | *** | *** |
| Крупные африканские и азиатские компании | 102,4 | 207,6 | 169,5 | 101,5 | *** | *** | *** |
| Российско-китайские компании | 112,0 | 193,7 | 191,1 | 63,7 | *** | *** | *** |
| Мелкие европейские компании | 43,8 | 45,4 | 32,2 | 61,9 | *** | *** | *** |
| Крупные итальянские компании | 65,2 | 59,7 | 25,1 | 50,7 | *** | *** | *** |
| Всего импорт | 3444,3 | 3803,3 | 3025,4 | 2231,0 | *** | *** | *** |

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Рисунок 24. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2018 гг. по географическому принципу, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2013 году китайского товара стало больше – около 33%. Доля восточноевропейских компаний снизилась до 29%, а вот западноевропейские усилили свои позиции, в том числе и за счет того, что все большая доля этих брендов стала производиться в Китае, но они по-прежнему воспринимаются потребителем как «западные». На долю собственно итальянских, немецких, турецких производителей в 2013 г. приходилось по 2-3%, а в общем объеме западноевропейские бренды занимали на тот момент 25% (в 2011 году их было менее 15%). В 2014 году картина стала меняться, в 2015 году она уже стала совершенно иной.

...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

§ 3.2. Импорт по брендам, производителям, странам происхождения

В сегменте западноевропейских стран лидирует марка IDEAL STANDARD, немалую долю также занимают марки ROCA, JIKA, LAUFEN, . В последние два года резко вырос объем поставок VILLEROY&BOCH, KOHLER, JACOB DELAFON, GUSTAVSBERG, IFO и AM.PM.

В 2016 году на российском рынке появилась марка GROHE (производится в Германии, Турции, Египте, Китае), в 2016 году ее было завезено 4,6 тысячи штук, а в 2018 г. – уже более *** тысяч. В 2017 году список заметных брендов пополнился маркой TOTO (страны происхождения Япония, Германия, Китай).

Название категории «Западноевропейские страны» довольно условно, так как известные торговые марки теперь повсеместно выпускаются в азиатских странах, и не только в Китае, но и в Индии, Малайзии, Таиланде, а также в Египте, Марокко, Мексике и других государствах, разбросанных по всему земному шару. Но именно изначальная принадлежность этих брендов к Европе, а также соблюдение соответствующего качества позволяет нам относить продукцию к данной категории.

Таблица 9. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2018 гг., крупнейшие производители западноевропейских стран.

| Компании | Страны | Бренды | 2011 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|---|------------------------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|
| Ideal Standard, Ece Banyoi Gercecleri san.ve tic. A.S. и другие | Франция, Германия, Италия, Чехия, Болгария, Великобритания, Польша, Турция | Ideal Standard, Vidima | 202,0 | 183,0 | 199,8 | 117,5 | *** | *** | *** |
| Roca Sanitario s.a, z.w.s. Silesia sp.z.o.o. и др. | Болгария, Испания, Польша, Чехия, Китай, Малайзия | Roca, Armani | 89,6 | 127,5 | 102,2 | 87,1 | *** | *** | *** |
| Jacob Delafon, Kohler GMBH, Kohler India ltd., Shanghai Kohler, Oliveira & Irmao | Германия, Италия, Франция, Португалия, США, Испания, Марокко, Индия, Таиланд, Китай | Kohler, Jacob Delafon | 47,5 | 135,4 | 101,5 | 77,5 | *** | *** | *** |
| Keramik Laufen ag, Laufen Austria A.G., Laufen Bathrooms A.G., Laufen cz s.p.o. | Швейцария, Австрия, Чехия, Германия, Польша, Малайзия, Португалия | Laufen, Jika | 48,8 | 76,8 | 86,7 | 66,7 | *** | *** | *** |
| Villeroy&Boch AG и другие компании | Германия, Франция, Италия, Румыния, Венгрия, Мексика, Таиланд | Villeroy&Boch | 11,6 | 37,7 | 45,8 | 62,4 | *** | *** | *** |
| Gustavsberg, Production mondial, Lecico Egypt s.a.e | Швеция, Германия, Польша, Румыния, Египет | Gustavsberg | 24,5 | 44,5 | 52,6 | 52,5 | *** | *** | *** |
| Am.Pm. AG | Турция, Германия, Великобритания, Китай, Египет | AM.PM. | 10,5 | 100,7 | 76,7 | 45,7 | *** | *** | *** |
| ИКЕА | Турция, Швеция, Португалия, Болгария | ИКЕА | 30,6 | 36,4 | 12,4 | 13,8 | *** | *** | *** |
| Duravit AG | Германия, Египет | Duravit | 17,8 | 26,7 | 16,5 | 10,7 | *** | *** | *** |
| Kerasan s.r.l. | Польша, Италия, Германия | Kerasan | 7,8 | 6,4 | 5,7 | 6,4 | *** | *** | *** |
| Keramag keramisch werke AG | Германия, Италия, Франция, Польша | Keramag | 1,6 | 5,8 | 6,2 | 6,3 | *** | *** | *** |
| Ceramicas Gala s.a. | Испания | Gala | 5,2 | 16,3 | 13,2 | 6,0 | *** | *** | *** |
| Ido Bathroom ltd. | Финляндия, Франция, Швеция, Германия, Польша, Италия | IDO | 10,5 | 9,2 | 6,9 | 4,2 | *** | *** | *** |

| | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|---------------|------|-------|-------|------|-----|-----|-----|
| Noken Design | Испания | Noken | 2,0 | 3,3 | 3,7 | 3,3 | *** | *** | *** |
| Ifo sanitär AB | Швеция, Польша | IFO | 26,4 | 122,7 | 107,8 | 20,4 | *** | *** | *** |
| Sanitec Kolo SP Zoo | Польша, Германия, Португалия, Италия, Турция | Kolo | 24,1 | 21,9 | 13,4 | 1,9 | *** | *** | *** |
| Wisa b.v. | Нидерланды | Wisa | 1,8 | 2,2 | 2,3 | 1,3 | *** | *** | *** |
| Blanco GMBH+co KG | Германия | Blanco | 1,0 | 1,3 | 1,3 | 0,9 | *** | *** | *** |
| The Imperial Bathroom Company ltd. | Великобритания | Imperial | 0,0 | 1,1 | 0,3 | 0,3 | *** | *** | *** |
| Sanindusa | Португалия | Sanindusa | 1,6 | 1,2 | 0,6 | 0,1 | *** | *** | *** |
| Twyford Bathrooms | Великобритания | Twyford | 20,5 | 1,1 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| Bellavista | Испания | Bellavista | 7,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| Canela spring s.l. | Испания | Canela Spring | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| Grohe | Германия, Вьетнам, Китай, Египет, Турция | Grohe | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| Toto | Япония, Германия, Китай | Toto | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| Ravak A.S. | Чехия | Ravak | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| Остальные | Разные страны | Разные марки | 43,8 | 45,4 | 32,2 | 61,9 | *** | *** | *** |

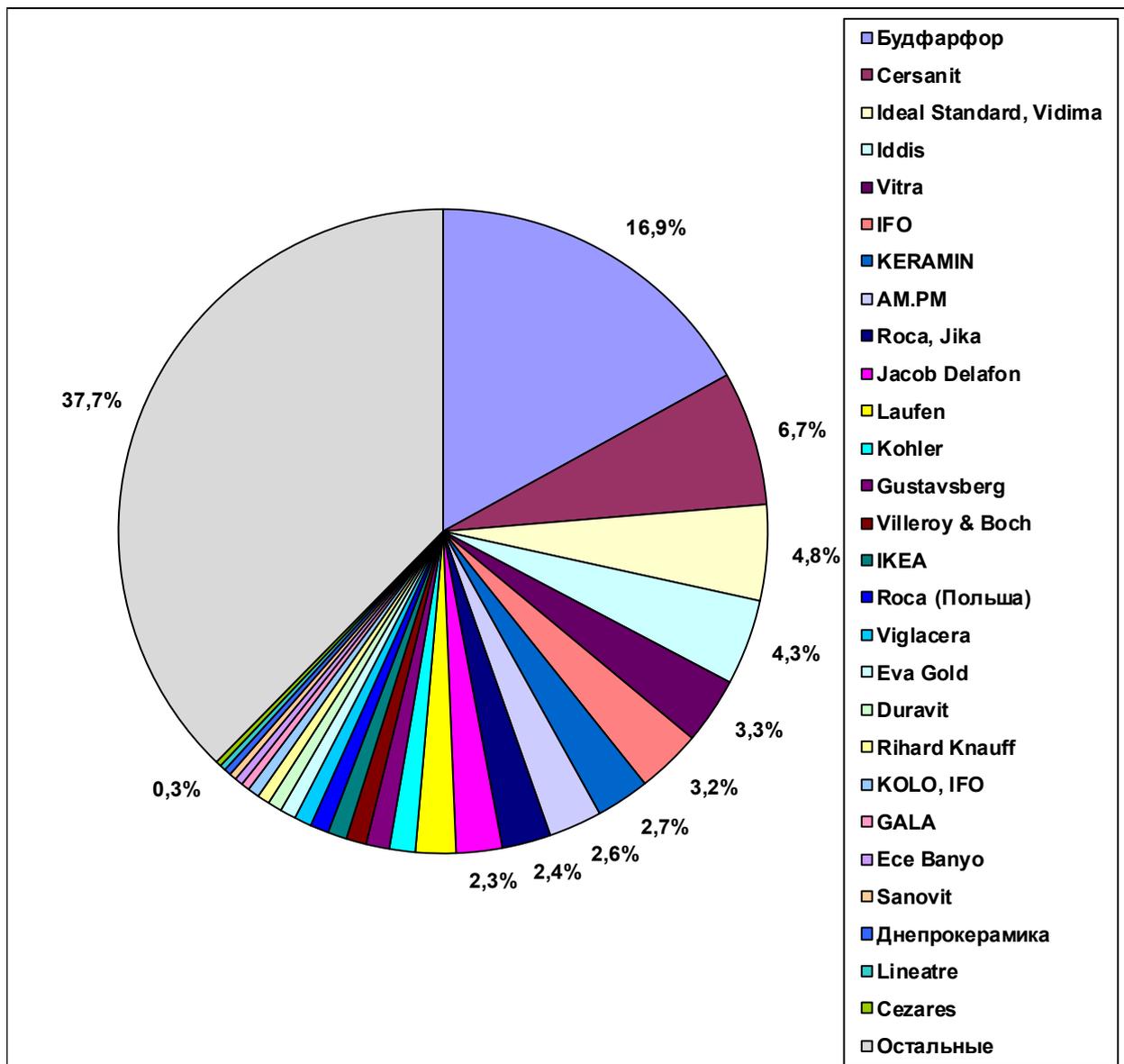
Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Среди итальянских марок наиболее хорошо представлены CEZARES, NATRIA, SIMAS, NOVELLO, AZZURRA, DEVON&DEVON, GSI, DISEGNO CERAMICA, OLYMPIA, PASSENI, GALASSIA и ряд других. В 2015-2018 годах в больших объемах стала поступать марка BELBAGNO, хотя большой ее объем производится в Китае, а не в Италии.

...
...
...
...
...

Если смотреть по месту каждого бренда в общем объеме импорта, то таких марок, которые занимали хотя бы один-полтора процента, в 2013 году можно было насчитать около 20-25. В дальнейшие годы, из-за общего снижения импорта, подобных марок осталось всего 15 с небольшим.

Рисунок 29. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2013 г.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

...
...
...
...
...

ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 4.1. Динамика экспорта в 2007-2018 гг.

Объем экспорта российских санитарно-керамических изделий до 2014 года был не слишком высок, в среднем он составлял 500-700 тыс. единиц при уровне производства 10 млн и больше. Но в последние два-три года объем экспорта увеличивается, в 2015 году он преодолел отметку в 1,5 млн изделий, а в 2017 году превысил 2 миллиона.

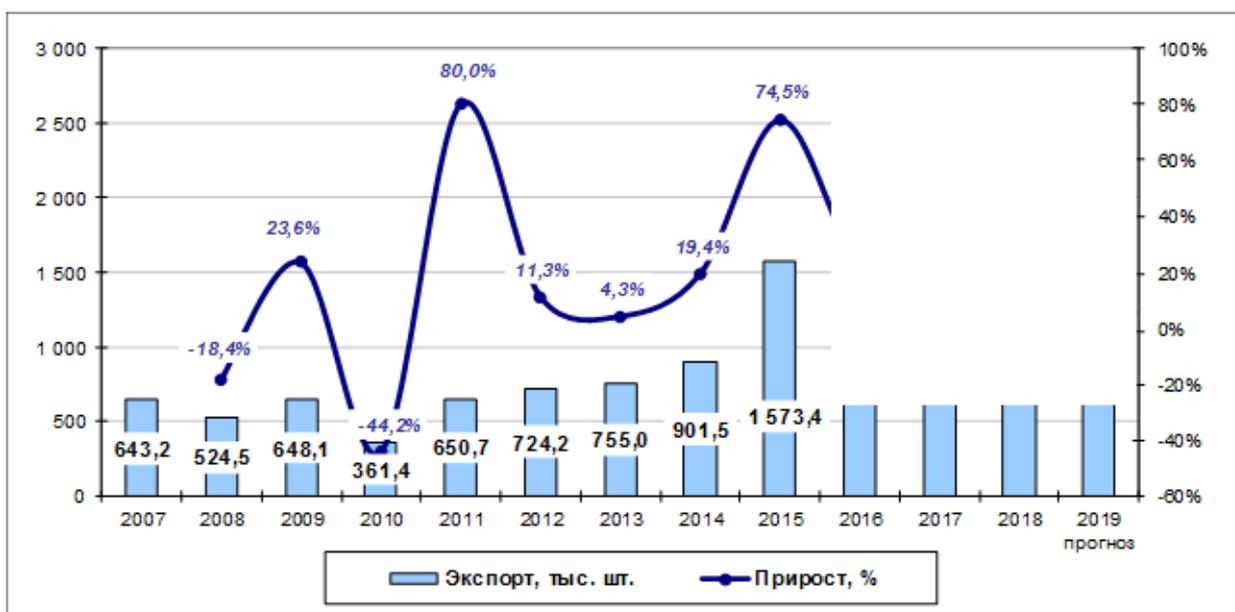
Таблица 14. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2018 гг.

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|----------------------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|------|------|------|
| Экспорт, тыс. шт. | 525 | 648 | 361 | 651 | 724 | 755 | 901 | 1 573 | *** | *** | *** |
| Экспорт, тыс. долл. | 13 262 | 13 887 | 8 348 | 19 655 | 20 689 | 23 047 | 24 980 | 24 834 | *** | *** | *** |
| Средняя цена, \$/шт. | 25,3 | 21,4 | 23,1 | 30,2 | 28,6 | 30,5 | 27,7 | 15,8 | *** | *** | *** |

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

После резкого роста экспорта, которое произошло в 2015 году, в 2016-2018 гг. ожидалось дальнейшее увеличение экспортных поставок. В целом, российские производители нацелены на активную экспортную деятельность. Поскольку в 2017 году, как и ожидалось, барьер в 2 миллиона был «взят», в 2018 году количественный уровень вырос до *** тыс., а в 2019 году вполне может вырасти до *** тыс. единиц.

Рисунок 34. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2007-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

§ 4.2. Ведущие экспортеры (российские компании-производители)

Основными экспортерами санитарной керамики на зарубежные рынки выступают компании «Самарский стройфарфор» (200-300 тыс. шт., близко к *** в последние годы), ООО «Керамика» (SANTEK), в 2014 году экспортировавшая около 200 тыс. шт., а в 2016-2017 гг. около *** тыс., а в 2018 г. – *** тыс. АО «Кировская керамика» отправила за рубеж более *** тыс. единиц в 2017 году и почти *** в 2018 г., «Угракерам» – уже порядка *** тысяч.

В мае 2014 года предприятию «Кировская керамика» присвоено звание «Экспортер года 2014». «Угракерам» не только активно занимается импортозамещением, но и развивается в экспортно-ориентированном направлении. По итогам 2014 года на экспорт в Казахстан, Узбекистан, Молдавию, Беларусь и Эстонию было отгружено продукции на сумму более 70 миллионов рублей.

ЗАО «Сызранская керамика» экспортирует около *** тыс. ед., ООО «Объединение стройматериалов и быттехники» (около *** тыс.), «Рока сантехника» (около *** тыс. шт. в 2015, но в 2016 году снизилось до *** тысяч). Остальные компании вывозят за рубеж продукцию в меньших количествах. До 2011 года активно экспортировала свою продукцию компания «Уралкерамика» (*** тыс. шт.), но затем ее экспортный потенциал снизился, а в 2014 году она и вовсе прекратила производство.

Таблица 15. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий российскими компаниями-производителями, в 2011-2018 гг., тыс. шт.

| Компания-экспортер | 2011 | 2013 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---|-------|-------|-------|------|------|------|
| ООО «Самарский стройфарфор» (Sanita) | 129,1 | 143,4 | 288,0 | *** | *** | *** |
| ООО «Керамика» (Santek) | 132,3 | 139,9 | 274,1 | *** | *** | *** |
| АО «Кировская керамика» (Kirovit, Rosa) | 114,3 | 140,4 | 273,6 | *** | *** | *** |
| ЗАО «Угракерам» (Santeri) | 90,1 | 100,2 | 131,8 | *** | *** | *** |
| ЗАО «Сызранская керамика» (Cersanit, Erica) | 20,0 | 51,1 | 142,3 | *** | *** | *** |
| ООО «Объединение стройматериалов и быттехники» | 38,1 | 50,5 | 88,6 | *** | *** | *** |
| ООО «Рока Рус» | 39,1 | 29,5 | 85,3 | *** | *** | *** |
| ООО «Витра Сантехника» | 0 | 0 | 79,4 | *** | *** | *** |
| ООО «Завод керамических изделий «Универсал» | 20,1 | 30,2 | 70,0 | *** | *** | *** |
| ОАО «Волгоградский керамический завод» | 30,0 | 25,0 | 68,6 | *** | *** | *** |
| ООО «Ногинский стройфарфор» (Della) | 10,6 | 20,3 | 40,4 | *** | *** | *** |
| ЗАО «ЛЗСФ» | 10,1 | 15,0 | 19,0 | *** | *** | *** |
| ООО «Гнездово» | 1,6 | 3,0 | 4,9 | *** | *** | *** |
| ЗАО «Фаянс» | 5,0 | 5,4 | 7,4 | *** | *** | *** |
| ОАО «Завод керамических изделий» (Уралкерамика) | 0 | 1,1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ООО «Завод «Стройфарфор» | 10,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

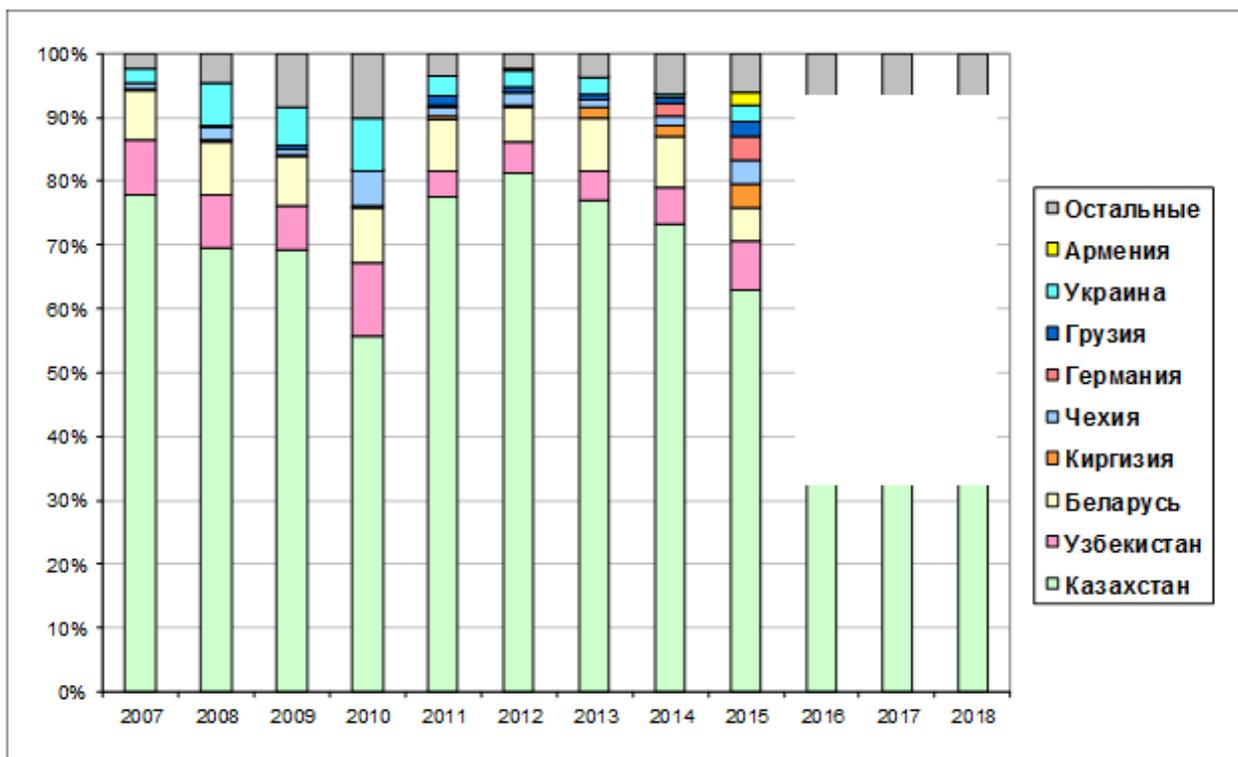
Но особенно стоит отметить компанию «Витра сантехника», которая сразу после запуска производства стала набирать экспортные обороты – в 2014 году она экспортировала около 50 тыс. штук сантехнических изделий, а в течение 2015 года вышла на уровень около 80 тыс., в 2016 году – до *** тыс., а в 2018 г. – до *** тысяч. Этот объем кажется небольшим на фоне крупных экспортеров, но для самой компании довольно велик, так как составляет более ***% от ее производства.

§ 4.3. Основные зарубежные рынки сбыта и перспективные направления

В основном российская продукция идет в Казахстан. От 50% до 80% отправляется именно в эту страну. Именно Казахстан является самым перспективным рынком сбыта для отечественных экспортеров из всех государств бывшего СНГ, так как в Украине и Белоруссии есть свои весьма крупные производители санфаянса, а в Казахстане, несмотря на активное развитие этой страны, таких предприятий нет, и вряд ли появятся в ближайшее время.

Также активными потребителями российской санитарной керамики выступают Узбекистан, Киргизия, Грузия. Но и страны дальнего зарубежья также предъявляют спрос на отечественную продукцию: она идет в Германию, Чехию и некоторые другие европейские и азиатские страны.

Рисунок 35. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики по странам в 2007-2018 гг., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

ГЛАВА V. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 5.1. Количественная характеристика рынка санфаянса, динамика рынка в 2007-2018 гг.

До мирового финансового кризиса 2008-2009 гг. рынок керамической сантехники в России демонстрировал активный рост, что подпитывалось, прежде всего, наращиванием объемов жилищного строительства практически во всех регионах России. При этом объем рынка в стоимостном выражении увеличивался быстрее, чем в натуральном. Это объясняется ростом денежных доходов населения, а также смещением спроса в сторону премиального и верхнего сегментов рынка.

В 2005 году объем рынка составлял порядка 11 млн изделий. Он рос в дальнейшем вплоть до 2008 года (15,2 млн), после чего случилось кризисное падение, и рынок сократился до 12,3 млн шт. Падение рынка в кризис составило 19%, в основном из-за резкого снижения импорта, так как производство, насколько мы помним, сократилось не так значительно. Сразу в 2010-2011 гг. последовал рост, по 9-12% в год, в результате чего в 2011 году рынок достиг 15,1 млн изделий.

Таблица 16. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2009-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.

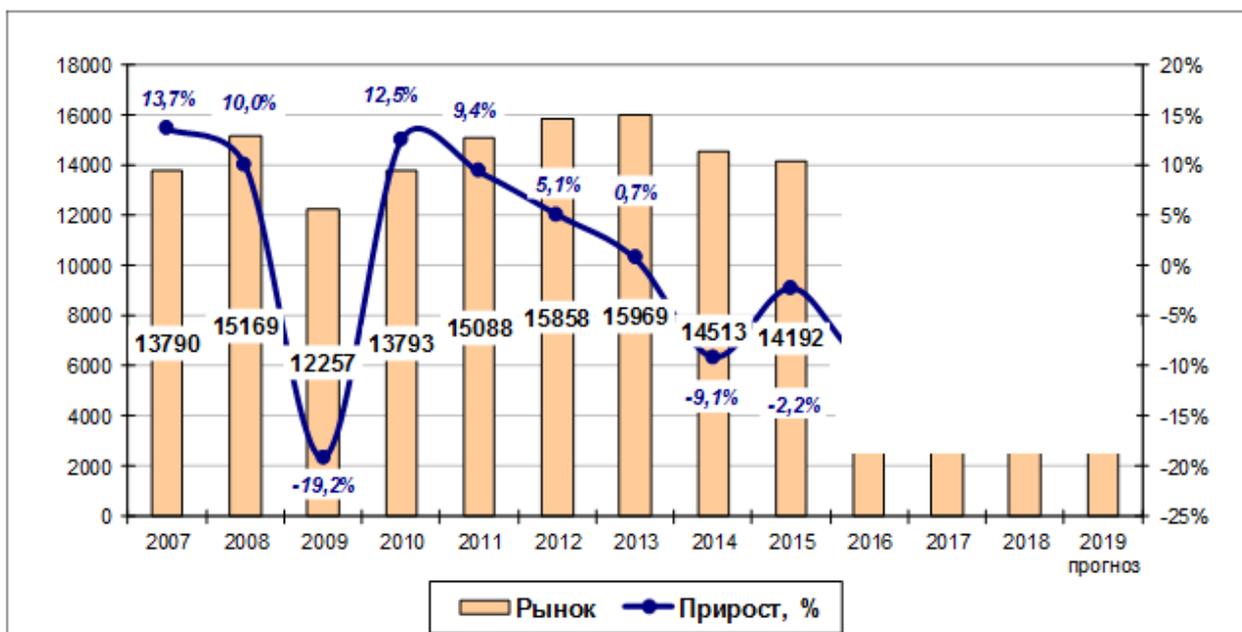
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 прогноз |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------|------|------|-----------------|
| Выпуск | 11 453 | 12 296 | 12 645 | 12 921 | 12 389 | 13 535 | *** | *** | *** | *** |
| Импорт | 2 702 | 3 444 | 3 937 | 3 803 | 3 025 | 2 231 | *** | *** | *** | *** |
| Экспорт | 361 | 651 | 724 | 755 | 901 | 1 573 | *** | *** | *** | *** |
| Рынок | 13 793 | 15 089 | 15 858 | 15 969 | 14 512 | 14 192 | *** | *** | *** | *** |
| Прирост, % | 12,5% | 9,4% | 5,1% | 0,7% | -9,1% | -2,2% | *** | *** | *** | *** |
| Доля импорта, % | 20% | 23% | 25% | 24% | 21% | 16% | *** | *** | *** | *** |
| Доля на экспорт, % | 3% | 5% | 6% | 6% | 7% | 12% | *** | *** | *** | *** |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

В 2012-2013 гг. приросты стали значительно ниже, но все равно рынок потихоньку продолжал расти. Максимального объема объем рынка санитарных изделий достиг в 2013 году, когда вырос практически до 16,0 млн штук. Но в 2014 году из-за снижения как производства, так и импорта, рынок претерпел сокращение на 9,1%. В 2015 году падение продаж продолжилось, на этот раз на 2,2%. В 2016 году импорт продолжал падать, выпуск поднялся незначительно, а еще усилилась экспортная деятельность предприятий, поэтому объем рынка снова снизился на 9,1%.

В 2017 году у производства сохранялись шансы вырасти на фоне непрекращающегося сокращения импорта,

Рисунок 36. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2007-2018 гг. и прогноз на 2019 г., тыс. шт.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

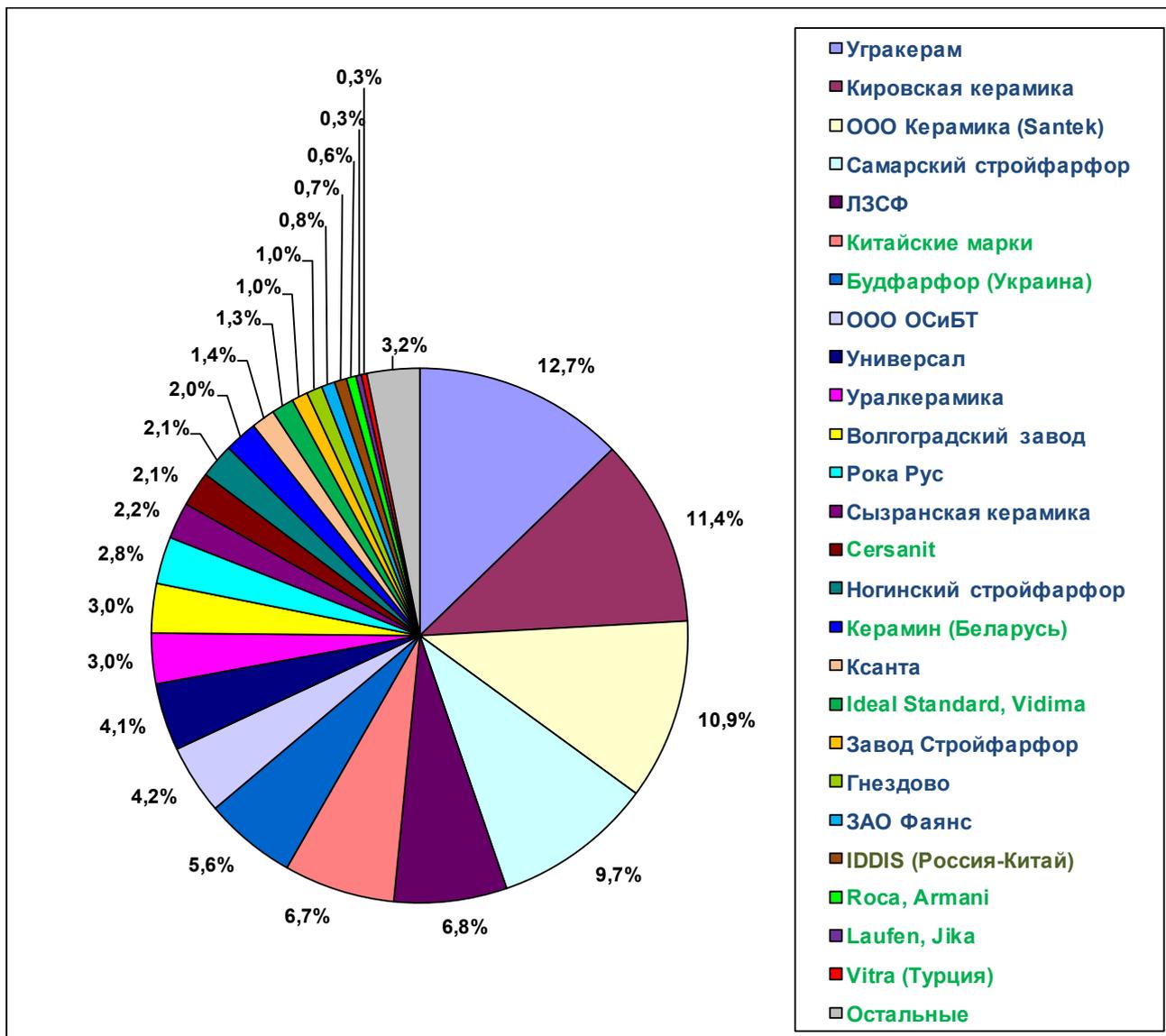
Доля импорта за тринадцать лет сократилась в 3 с лишним раза: если в 2005 году импортная продукция занимала 32% рынка, то в 2016-2017 гг. она составила всего ***%. Ожидалось, что в 2018 г. доля импорта может снова вырасти, примерно до ***%. Примерно так и произошло, только чуть в меньших объемах. Это неудивительно – еще ранее обращал на себя внимание тот факт, что в промежутке между сложными периодами роль импорта склонна возрастать.

§ 5.2. Марочная структура рынка: выделение лидеров и наиболее популярных марок

Общая структура

Итоговая марочная структура рынка санкерамики выглядит следующим образом (доли российских компаний в этом разделе представлены уже с вычетом объемов, идущих на экспорт). Для удобства восприятия марки отечественного производства на рисунках 38-43, освещающих картину рынка с 2011 по 2018 год, выделены синим цветом, а импортные – зеленым. За весь рассматриваемый период, по меньшей мере, самые первые пять позиций по объемам продаж на внутреннем рынке из года в год занимают российские компании, за исключением разве что 2013 года, где пятую строчку оккупировали китайские производители.

Рисунок 38. Марочная структура рынка в 2011 году.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

В 2011 году 12,7% приходилось на компанию «Угракерам», она была первой в списке. В 2013 г. ее доля почти осталась прежней, а в 2015-2016 гг. хоть и увеличилась до 13% с лишним, а в 2017 году – почти до **%, но лидерство было утеряно – производитель «Угракерам» опустился на вторую строчку, где до сих пор и находится.

В те годы около 11% принадлежало компании «Сантек», долгое время она занимала третье место, а в 2015 году вышла на первую позицию, сохранив ее в последующие годы с рекордной долей — более 16% рынка. Правда, в 2017 году доля «Сантека» немного уменьшилась с **% до **%.

По результатам этого мониторинга стоит сказать, что с течением времени в первой двадцатке количество зарубежных марок не снижается, даже несмотря на серьезное падение импорта: за ними так и остается не менее 10-11 строчек в рейтинге.

Таблица 17. Марочная структура рынка (по ведущим брендам) в 2011-2018 гг., тыс. шт.

| Производитель, торговая марка | Объем в 2011, тыс. шт. | Объем в 2013, тыс. шт. | Объем в 2015, тыс. шт. | Объем в 2016, тыс. шт. | Объем в 2017, тыс. шт. | Объем в 2018, тыс. шт. |
|-------------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| ООО Керамика (Santek) | 1650,4 | 1720,1 | 2082,6 | *** | *** | *** |
| Утракерам (Santeri) | 1921,9 | 1999,8 | 1961,2 | *** | *** | *** |
| Кировская керамика | 1718,2 | 1731,9 | 1516,4 | *** | *** | *** |
| Самарский стройфарфор | 1460,9 | 1539,6 | 1535,0 | *** | *** | *** |
| Сызранская керамика | 333,0 | 1064,5 | 1211,4 | *** | *** | *** |
| Универсал | 615,9 | 687,8 | 808,0 | *** | *** | *** |
| ЛЗСФ | 1026,2 | 1025,0 | 823,0 | *** | *** | *** |
| ООО ОСиБТ | 635,8 | 624,5 | 601,4 | *** | 539,0 | *** |
| Рока Рус | 429,5 | 429,9 | 393,7 | *** | *** | *** |
| Волгоградский завод | 450,6 | 451,1 | 301,1 | *** | *** | *** |
| Ногинский стройфарфор | 314,9 | 429,7 | 399,6 | *** | *** | *** |
| Китайские марки | 1010,0 | 1269,0 | 339,2 | *** | *** | *** |
| Kohler, Jacob Delafon | 47,5 | 135,4 | 77,5 | *** | *** | 71,3 |
| Rosa, Armani | 89,6 | 127,5 | 87,1 | *** | *** | *** |
| ЗАО Фаянс | 120,0 | 109,9 | 109,3 | *** | *** | *** |
| Laufen, Jika | 48,8 | 76,8 | 66,7 | *** | *** | *** |
| Ideal Standard, Vidima | 202,0 | 183,0 | 117,5 | 87,0 | *** | *** |
| Vitra (Россия) | 0 | 0 | 110,6 | *** | *** | *** |
| АМ.РМ. | 10,5 | 100,7 | 45,7 | *** | *** | *** |
| ИФО | 26,4 | 122,7 | 20,4 | *** | *** | *** |
| Керамин (Беларусь) | 299,6 | 101,5 | 234,0 | *** | *** | *** |
| Villeroy&Boch | 11,6 | 37,7 | 62,4 | *** | *** | *** |
| Гнездово | 143,5 | 127,0 | 108,1 | *** | 47,9 | *** |
| Cersanit | 316,9 | 257,5 | 194,7 | *** | *** | *** |
| Vitra (Турция) | 48,3 | 126,4 | 70,4 | *** | *** | *** |
| Будфарфор (Украина) | 838,5 | 644,2 | 567,1 | *** | *** | *** |
| IDDIS (Россия-Китай) | 112,0 | 163,7 | 51,0 | *** | *** | *** |
| Gustavsberg | 24,5 | 44,5 | 52,5 | *** | *** | 9,1 |
| Уралкерамика | 460,1 | 225,3 | 0 | *** | *** | 0 |
| Ксанта | 216,5 | 0 | 0 | *** | *** | 0 |
| Завод Стройфарфор | 146,1 | 0 | 0 | *** | *** | 0 |
| Остальные марки | 358,1 | 412,7 | 244,8 | *** | *** | *** |
| Всего, объем рынка, тыс. шт. | 15087,8 | 15969,4 | 14192,4 | *** | *** | *** |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

§ 5.3. Ценовая картина рынка

Ценовой разброс на изделия санитарной керамики очень широкий. К примеру, в 2018 году стоимость подвесного умывальника стандартной ширины (без пьедестала) начиналась от 700 рублей (например, производства ЛЗСФ) и доходит до 70 000 рублей с лишним у марок премиум-класса.

Рукомойники, как правило, стоят дешевле из-за более компактных размеров. В категорию «рукомойники» попадают раковины шириной до 45 см, в том числе угловые, в отдельных случаях – шириной до 50 см, если производитель указывает данную раковину именно как рукомойник.

Стоимость унитаза-компакта варьируется от 1 500 до 90 000 рублей, встречаются и более дорогие варианты. Приставные и подвесные унитазы (без стоимости инсталляций) могут стоить как дороже, так и дешевле более привычных компактов, в зависимости от модели, конструкции и декора. Биде могут быть как в доступной ценовой категории – до 3000 рублей – так и доходить до 50 000 с лишним.

Цена на писсуары также варьируется довольно сильно – от 1500 рублей до 100 000 рублей (напольные и другие массивные варианты).

Ниже в Таблице 18 приведены средние цены на наиболее популярные товары как отечественного, так и зарубежного производства. Марки выстраивались по принципу возрастания стоимости на ведущий товар – унитазы-компакты. Самые доступные изделия относятся к российскому, белорусскому и украинскому производству. Самые дорогие – немецкие и итальянские марки. Мониторинг осуществлялся в осенне-зимний период 2016 и 2018 года. За два года отечественные марки, как правило, подорожали ненамного: на 5-10%. Зарубежные же либо увеличились в цене довольно заметно – на 15-20%, либо, наоборот, вынуждены были в некоторых товарных категориях «уступить», чтобы на фоне снижения потребительского спроса не выглядеть недоступными.

Расчет ценовых сегментов, представленных ниже, опирается именно на данный ценовой мониторинг.

Таблица 18. Средние цены на санитарную керамику отечественных и импортных брендов, осень-зима 2016 г. и 2018 г., руб.

| Марка/ производитель | Год | Раковина с пьедесталом | Умывальник | Рукомойник | Унитаз-компакт | Унитаз подвесной | Унитаз приставной | Биде | Писсуар | |
|--------------------------------|------|------------------------|------------|------------|----------------|------------------|-------------------|------|---------|--------|
| | | | | | | | | | | Эконом |
| Гнездово, Смоленск | 2016 | 1048 | 741 | - | 1661 | - | - | - | - | |
| | 2018 | *** | *** | - | *** | - | - | - | - | |
| ЛЗСФ (Лобня) | 2016 | 1333 | 847 | 701 | 2458 | - | - | - | 1560 | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | - | - | - | *** | |
| Универсал, Новокузнецк | 2016 | 1420 | 1158 | - | 2551 | - | - | - | - | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | - | - | - | - | |
| Фаянс, Смоленск | 2016 | 1524 | 696 | - | 2802 | - | - | - | - | |
| | 2018 | *** | *** | - | *** | - | - | - | - | |
| Будфарфор (Colombo) | 2016 | 1838 | 1344 | 867 | 3530 | 2195 | - | 1995 | 1149 | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** | |
| Утракерам (Santeri) | 2016 | 1552 | 1137 | 728 | 3445 | 1852 | - | - | - | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | - | - | |
| Волгоградский (Gesso) | 2016 | 1729 | 1044 | - | 2867 | - | - | - | - | |
| | 2018 | *** | *** | - | *** | - | - | - | - | |
| Кировская керамика (Rosa) | 2016 | 1973 | 1324 | 870 | 3853 | 3894 | - | 2449 | 3203 | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** | |
| Самарский стройфарфор (Sanita) | 2016 | 3108 | 2304 | 977 | 4217 | 3371 | - | 1949 | 1490 | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** | |
| Средний | | | | | | | | | | |
| Cersanit (Россия, Сызрань) | 2016 | 4120 | 2534 | 1285 | 4487 | 4566 | - | 4277 | - | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | - | |
| Santek | 2016 | 2293 | 1560 | 1008 | 4642 | 2640 | - | 2719 | 1848 | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** | |
| Оскольская керамика | 2016 | 2346 | 1441 | 1107 | 5793 | - | - | 2184 | 2619 | |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** | |

| | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Керамин, Беларусь | 2016 | 3135 | 1854 | 1016 | 5142 | 2682 | - | 2918 | 2856 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** |
| Jika (Россия) | 2016 | 5234 | 2627 | 876 | 5932 | 3456 | - | 3805 | 4766 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** |
| Самарский стройфарфор (Sanita Luxe) | 2016 | 5157 | 3900 | 1729 | 7314 | 4220 | - | 6520 | 7431 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | *** |
| Cersanit (Польша) | 2016 | 8750 | 3838 | 1489 | 6012 | 6757 | 5398 | 6578 | 3011 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Кировская керамика (Kirovit) | 2016 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 2018 | - | *** | *** | *** | - | - | *** | - |
| Vidima | 2016 | 6275 | 3316 | 2519 | 9130 | 13156 | 10680 | 7980 | 3182 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Jika (Чехия) | 2016 | 6750 | 4453 | 2552 | 8504 | 5597 | 7718 | 4744 | 11904 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Выше среднего | | | | | | | | | |
| Iddis | 2016 | 5488 | 3270 | 1957 | 9116 | 9590 | - | - | - |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | - | - |
| Roca (Россия) | 2016 | 11363 | 4665 | 1789 | 11507 | 6246 | 6238 | 5990 | 8676 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Della | 2016 | 4258 | 2653 | 920 | 8481 | 4656 | - | 5200 | - |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | - | *** | - |
| IFO | 2016 | 0 | 6188 | 2352 | 9754 | 8721 | - | 10156 | 49205 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Eva Gold | 2016 | 5707 | - | - | 12280 | - | - | 7611 | - |
| | 2018 | *** | *** | - | *** | *** | - | *** | - |
| Vitra (Россия) | 2016 | 10844 | 6341 | 3917 | 13808 | 14167 | 0 | 9959 | 20630 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | 0 | *** | *** |

| IDO | 2016 | 0 | 15007 | 7775 | 30138 | 14398 | 22078 | 13679 | 12121 |
|---------------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Azurra | 2016 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Simas | 2016 | 22424 | 24523 | 10495 | 32416 | 24696 | 29355 | 22148 | - |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Keramag | 2016 | - | 26245 | 7696 | 34390 | 25649 | 29898 | 26462 | 36947 |
| | 2018 | - | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Migliore | 2016 | - | 31171 | 25300 | 37163 | 31250 | 32250 | 28781 | - |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Duravit | 2016 | 61322 | 24359 | 12703 | 56013 | 43007 | 39354 | 23660 | 31547 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Laufen | 2016 | 44090 | 33634 | 5396 | 51153 | 33534 | 27733 | 22490 | 21874 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Catalano | 2016 | 58156 | 32664 | 17937 | 41178 | 36337 | 32418 | 33807 | 36979 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Cielo | 2016 | 58474 | 27134 | - | 49426 | 39657 | 25128 | 30696 | 53795 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Artceram | 2016 | 159972 | 27377 | 15761 | 54189 | 38154 | 37292 | 27905 | 15672 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Galassia | 2016 | 72357 | 30440 | 17737 | 56053 | 32810 | 32380 | 30735 | 25266 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Villeroy&Boch | 2016 | 33388 | 22282 | 11405 | 53210 | 35227 | 38837 | 29184 | 30910 |
| | 2018 | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** | *** |
| Devon&Devon | 2016 | 50922 | 36736 | - | 72878 | 39711 | 46210 | 38043 | - |
| | 2018 | *** | *** | - | *** | *** | *** | *** | *** |

Источник: Мониторинг ABARUS Market Research.

Марочная структура в сегменте «Эконом»

В низком ценовом сегменте лидируют большинство отечественных марок, белорусские, китайские и украинские производители. Несмотря на то, что перечень игроков в данном сегменте невелик, конкуренция в нем ощущается довольно серьезная, именно поэтому с рынка ушли некоторые российские производители из этого списка. Также сильно сократилась доля украинских марок, таких, как Colombo и Budfarfor, заметно меньше стало продукции производства «Днепрокерамики».

Ушли они еще в те годы, когда китайская продукция была представлена широко, не дождавшись новых времен импортозамещения. А вот те российские производители, которые остались, в последние годы могут наращивать объемы, хотя завоевать массового потребителя благодаря только одной низкой цене теперь довольно трудно. Поэтому некоторые производители (Кировская керамика, Самарский стройфарфор) стараются выйти в более высокий ценовой сегмент, так что ниже мы их тоже увидим.

Таблица 19. Марочная структура рынка в сегменте «Эконом», тыс. шт.

| Производитель, марка | Объем в 2011 | Объем в 2013 | Объем в 2015 | Объем в 2016 | Объем в 2017 | Объем в 2018 |
|---|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Угракерам (Santeri) | 1921,9 | 1999,8 | 1961,2 | *** | *** | *** |
| Rosa (Кировская керамика) | 1718,2 | 1731,9 | 1440,6 | *** | *** | *** |
| Универсал | 615,9 | 687,8 | 808 | *** | *** | *** |
| Sanita (Самарский стройфарфор) | 1241,8 | 1231,7 | 1151,3 | *** | *** | *** |
| ЛЗСФ | 1026,2 | 1025 | 823 | *** | *** | *** |
| Gesso (Волгоградский завод) | 450,6 | 451,1 | 301,1 | *** | *** | *** |
| Китайские марки экономического сегмента | 303,0 | 380,7 | 101,8 | *** | *** | *** |
| ЗАО Фаянс | 120 | 109,9 | 109,3 | *** | *** | *** |
| Гнездово | 143,5 | 127 | 108,1 | *** | *** | *** |
| Днепрокерамика (Украина) | 30,6 | 13,1 | 28,1 | *** | *** | *** |
| Colombo, Budfarfor (Украина) | 838,5 | 644,2 | 567,1 | *** | *** | *** |
| Уралкерамика | 460,1 | 225,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Ксанта | 216,5 | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Завод Стройфарфор | 146,1 | 0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| ВСЕГО, тыс. шт. | 9232,9 | 8627,5 | 7399,5 | *** | *** | *** |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Марочная структура в сегменте «Средний»

Средний ценовой сегмент в количественном выражении немного скромнее сегмента «Эконом», но более многочисленный и разнообразный. Китайская продукция здесь встречается даже чаще, чем среди самых дешевых изделий, но большая часть продаж приходится в этой категории на отечественные, украинские, турецкие, польские и некоторые другие марки европейского производства. Отечественных марок в этом сегменте можно насчитать не меньше шести.

Таблица 20. Марочная структура рынка в сегменте «Средний», тыс. шт.

| Производитель, марка | Объем в 2011 | Объем в 2013 | Объем в 2015 | Объем в 2016 | Объем в 2017 | Объем в 2018 |
|---|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Santek (ООО Керамика) | 1650,4 | 1720,1 | 2082,6 | *** | *** | *** |
| Cersanit (Россия, Сызрань) | 333,0 | 1064,5 | 1211,4 | *** | *** | *** |
| Оскольская керамика | 635,8 | 624,5 | 601,4 | *** | *** | *** |
| Sanita Luxe (Самарский) | 219,1 | 307,9 | 383,8 | *** | *** | *** |
| Kirovit (Кировская керамика) | 0,0 | 0,0 | 75,8 | *** | *** | *** |
| Китайские марки среднего сегмента | 454,5 | 698,0 | 152,6 | *** | *** | *** |
| Керамин (Беларусь) | 299,6 | 101,5 | 234,0 | *** | *** | *** |
| ЛКА (Рока Рус) | 85,9 | 86,0 | 78,7 | *** | *** | *** |
| VIDIMA, IDEAL STANDARD | 202,0 | 183,0 | 117,5 | *** | *** | *** |
| LAUFEN, ЛКА (Швейцария, Австрия, Чехия) | 48,8 | 76,8 | 66,7 | *** | *** | *** |
| ESE BANYO, COOKE&LEWIS (Турция, Китай) | 8,4 | 15,2 | 3,4 | *** | *** | *** |
| VIGLACERA (Вьетнам) | 33,4 | 32,7 | 15,9 | *** | *** | *** |
| CERSANIT (Польша) | 316,9 | 257,5 | 194,7 | *** | *** | *** |
| SANITEC KOLO (Польша) | 24,1 | 21,9 | 1,9 | *** | *** | *** |
| ИКЕА (Турция, Швеция, Португалия) | 30,6 | 36,4 | 13,8 | *** | *** | *** |
| CERASTYLE (Турция) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| SEREL (Турция) | 6,7 | 7,4 | 2,2 | *** | *** | *** |
| WISA B.V. (Нидерланды) | 1,8 | 2,2 | 1,3 | *** | 0,0 | 0,0 |
| HYBNER (Польша) | 15,4 | 8,3 | 1,0 | *** | 0,0 | 0,0 |
| MARMORIN SP Z O.O. (Польша) | 3,5 | 3,0 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| ВСЕГО, тыс. шт. | 4369,9 | 5246,9 | 5239,0 | *** | *** | *** |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Марочная структура в сегменте «Выше среднего»

В ценовом сегменте «Выше среднего» присутствуют три отечественных бренда (Della, Roca, Vitra) и две российско-китайских марки (Iddis и Eva Gold). Но в основном данный сегмент представлен западными компаниями.

Таблица 21. Марочная структура рынка в сегменте «Выше среднего», тыс. шт.

| Производитель, марка | Объем в 2011 | Объем в 2013 | Объем в 2015 | Объем в 2016 | Объем в 2017 | Объем в 2018 |
|---|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|
| Della (Ногинский стройфарфор) | 314,9 | 429,7 | 399,6 | *** | *** | *** |
| ROCA (Рока Рус) | 343,6 | 343,9 | 315,0 | *** | *** | *** |
| Китайские марки выше среднего | 252,5 | 190,4 | 84,8 | *** | *** | *** |
| VITRA (Россия) | 0 | 0 | 110,6 | *** | *** | *** |
| AM.PM AG (Турция, Германия, Великобритания, Египет) | 10,5 | 100,7 | 45,7 | *** | *** | *** |
| BELBAGNO (Италия, Китай) | 0,0 | 0,0 | 23,2 | *** | *** | *** |
| GROHE (Германия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** | *** |
| IFO (Швеция, Польша) | 26,4 | 122,7 | 20,4 | *** | *** | *** |
| IDDIS (Россия-Китай) | 112,0 | 163,7 | 51,0 | *** | *** | *** |
| VITRA (Турция) | 48,3 | 126,4 | 70,4 | *** | *** | *** |
| EVA GOLD (Россия-Китай) | 0,0 | 30,0 | 12,7 | *** | *** | *** |
| GUSTAVSBERG (Швеция) | 24,5 | 44,5 | 52,5 | *** | *** | *** |
| KALESERAMIK (Турция) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** |
| ORIENT (Индия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** |
| CREAVIT (Турция) | 5,6 | 5,4 | 6,3 | *** | *** | *** |
| SWADES EXIMPS (Индия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** |
| HERIS SERAMIK (Турция) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** |
| RIHARD KNAUFF (Сербия) | 0,0 | 23,0 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | *** |
| BLANCO (Германия) | 1,0 | 1,3 | 0,9 | *** | *** | *** |
| CESAN, SONATA (Польша) | 0,0 | 2,8 | 1,9 | *** | *** | *** |
| RIVAKA (Литва) | 0,0 | 1,4 | 0,9 | *** | *** | *** |
| ALTHEA CERAMICA (Италия) | 1,9 | 0,9 | 0,3 | *** | 0,0 | *** |
| SANOVIT (Турция) | 0,0 | 13,5 | 3,3 | *** | *** | 0,0 |
| PANDA (Польша) | 0,0 | 3,4 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| GORENJE (Словения) | 2,3 | 0,6 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| VANKOR (Украина) | 0,0 | 2,5 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| CANELA SPRING (Испания) | 1,1 | 1,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| TIMSER (Турция) | 0,0 | 5,6 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| CHINI ROSE (Иран) | 0,0 | 1,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Другие европейские компании | 43,8 | 45,4 | 61,9 | *** | *** | *** |
| ВСЕГО, тыс. шт. | 1188,2 | 1660,2 | 1262,2 | *** | *** | *** |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Марочная структура в сегменте «Премиум»

В люксовом ценовом сегменте доминируют немецкие и итальянские бренды. Некоторые из этих брендов производятся в Китае, и таких становится все больше и больше. Данный сегмент, несмотря на узость своей ниши (к нему можно отнести не более 500 тыс. штук даже в самые удачные годы), также очень разнообразен, в нем можно насчитать десятки торговых марок.

Таблица 22. Марочная структура рынка в сегменте «Премиум», тыс. шт.

| Производитель, марка | Объем в 2011 | Объем в 2013 | Объем в 2015 | Объем в 2016 | Объем в 2017 | Объем в 2018 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ROCA, ARMANI (Болгария, Испания, Польша, Китай) | 89,6 | 127,5 | 87,1 | *** | *** | *** |
| KOHLER, JACOB DELAFON (Испания, Марокко, Франция, Германия, Италия, США, Китай) | 47,5 | 135,4 | 77,5 | *** | *** | *** |
| VILLEROY & BOCH AG (Германия) | 11,6 | 37,7 | 62,4 | *** | *** | *** |
| DURAVIT AG (Германия) | 17,8 | 26,7 | 10,7 | *** | *** | *** |
| KERAMAG (Германия, Италия, Франция, Польша) | 1,6 | 5,8 | 6,3 | *** | *** | *** |
| SIMAS S.P.A (Италия) | 5,2 | 3,2 | 2,8 | *** | *** | *** |
| CEZARES S.P.A (Италия) | 6,4 | 10,4 | 10,8 | *** | *** | *** |
| TOTO (Япония, Германия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** |
| ARTCERAM (Италия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** |
| KERASAN (Польша, Италия, Германия) | 7,8 | 6,4 | 6,4 | *** | *** | *** |
| GALA (Испания) | 5,2 | 16,3 | 6,0 | *** | *** | *** |
| HATRIA (Италия) | 6,2 | 4,9 | 6,5 | *** | *** | *** |
| MIGLIORE (Италия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** |
| NOKEN DESIGN (Испания) | 2,0 | 3,3 | 3,3 | *** | *** | *** |
| CERAMICA GLOBO (Италия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** |
| CATALINE (Италия) | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | *** | *** |
| GSI S.P.A (Италия) | 1,5 | 0,6 | 0,7 | *** | *** | *** |
| GALASSIA (Италия) | 0,0 | 1,1 | 0,4 | *** | *** | *** |
| CIELO S.P.A., CERAKAN SRL. (Италия) | 1,6 | 0,7 | 0,3 | *** | *** | *** |
| DEVON&DEVON (Италия) | 2,6 | 2,2 | 0,7 | *** | *** | *** |
| AZZURRA ARREDOBAGNO S.R.L. (Италия) | 15,2 | 2,1 | 1,3 | *** | *** | *** |
| OLYMPIA CERAMICA S.R.L. (Италия) | 0,0 | 3,3 | 0,6 | *** | *** | *** |
| SANINDUSA (Португалия) | 1,6 | 1,2 | 0,1 | *** | *** | *** |
| IDO (Финляндия, Франция, Швеция, Италия, Польша, Германия) | 10,5 | 9,2 | 4,2 | *** | *** | *** |
| GESSE SPA (Италия) | 0,0 | 1,4 | 0,1 | *** | *** | *** |
| DISEGNO CERAMICA (Италия) | 2,7 | 0,7 | 0,6 | *** | *** | *** |
| IMPERIAL (Великобритания) | 0,0 | 1,1 | 0,3 | *** | 0,0 | 0,0 |

| | | | | | | |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|
| LINEA TRE S.R.L. (Италия) | 1,1 | 10,5 | 0,1 | *** | *** | 0,0 |
| NOVELLO S.R.L. (Италия) | 0,0 | 7,6 | 1,9 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| RADIMP (Польша) | 10,5 | 4,4 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| PASSENI (Италия) | 3,5 | 0,0 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| TWYFORD (Великобритания) | 20,5 | 1,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| BELLAVISTA (Испания) | 7,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| MARAZZI (Италия) | 6,8 | 7,6 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| CATALIO S.R.L (Италия) | 3,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| UNOCERAMICA (Италия) | 3,7 | 2,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| GRAVENA (Италия) | 3,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| ВСЕГО, тыс. шт. | 296,8 | 434,9 | 291,9 | *** | *** | *** |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Некоторые из знаменитых дорогих брендов (TWYFORD, BELLAVISTA, MARAZZI, CATALIO, UNOCERAMICA, GRAVENA) в 2015-2016 гг. не пришли на российский рынок. В 2017 году к ним присоединились марки NOVELLO S.R.L. (Италия), RADIMP (Польша), PASSENI (Италия). В 2018 году ушла марка LINEA TRE S.R.L. (Италия). Видимо, сказались политические и экономические проблемы, а также внезапный рост валютных курсов, из-за которых и без того недешевая премиальная продукция стала совсем невыгодной для импортеров. Будем надеяться, что этот «бойкот» носит временный характер, и в будущем мы еще увидим эти известные марки в российских магазинах и салонах.

§ 5.4. Ценовое сегментирование рынка

По цене весь объем рынка санитарной керамики можно сегментировать следующим образом. Наибольшую долю в структуре спроса занимает продукция «эконом-сегмента» (в 2011 году это товары ценой до 25 евро, в 2013-2015 гг. – до 40 евро, в 2016 году – до 45 евро, а в 2017-2018 гг. – до 60 евро).

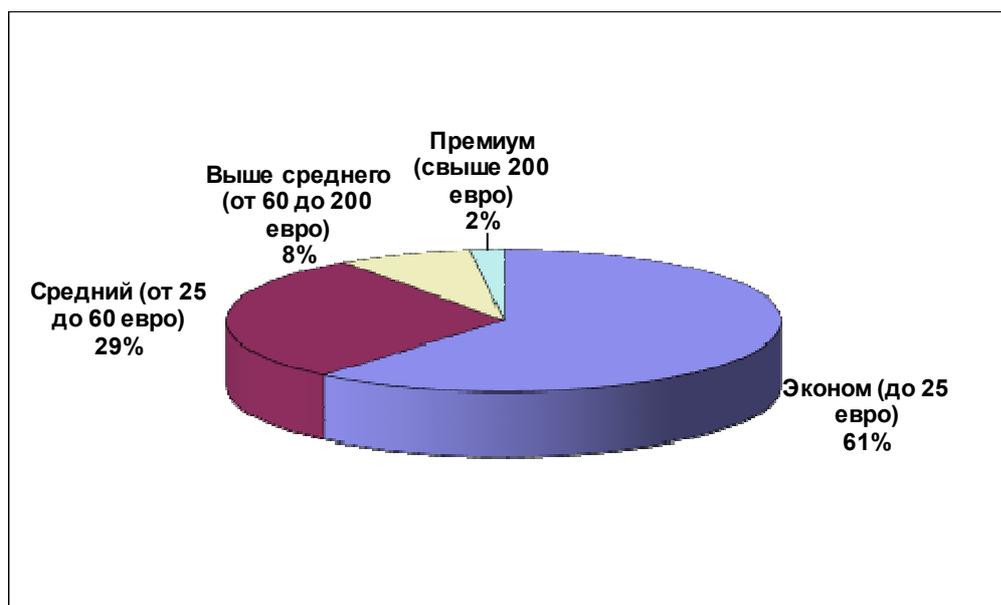
Таблица 23. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2011 году.

| Сегмент | Объем сегмента, тыс. шт. | Средняя цена в сегменте, руб. | Средняя цена в сегменте, евро | Объем рынка в млн руб. | Объем рынка в млн евро |
|-----------------------------------|--------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------------------|------------------------|
| Эконом (до 25 евро) | 9232,9 | 800 | 20 | 7386,3 | 184,7 |
| Средний (от 25 до 60 евро) | 4369,9 | 2000 | 50 | 8739,8 | 218,5 |
| Выше среднего (от 60 до 200 евро) | 1188,2 | 6400 | 160 | 7604,7 | 190,1 |
| Премиум (свыше 200 евро) | 296,8 | 16000 | 400 | 4748,9 | 118,7 |
| Всего рынок в 2011 г. | 15087,8 | – | – | 28479,7 | 712,0 |

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

На долю «эконом-сегмента» все это время приходится от ***% до ***% (со временем он сокращается). В 2011 году экономичный сегмент составлял наибольшую величину в относительном измерении, по сравнению с продажами в средней ценовой категории и остальных, а в 2016-2018 гг., в связи с его уменьшением, средний сегмент начинает выглядеть намного объемнее. Ниже представлен анализ для 2011, 2013, 2015, 2016, 2017 и 2018 гг.

Рисунок 44. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2011 году.

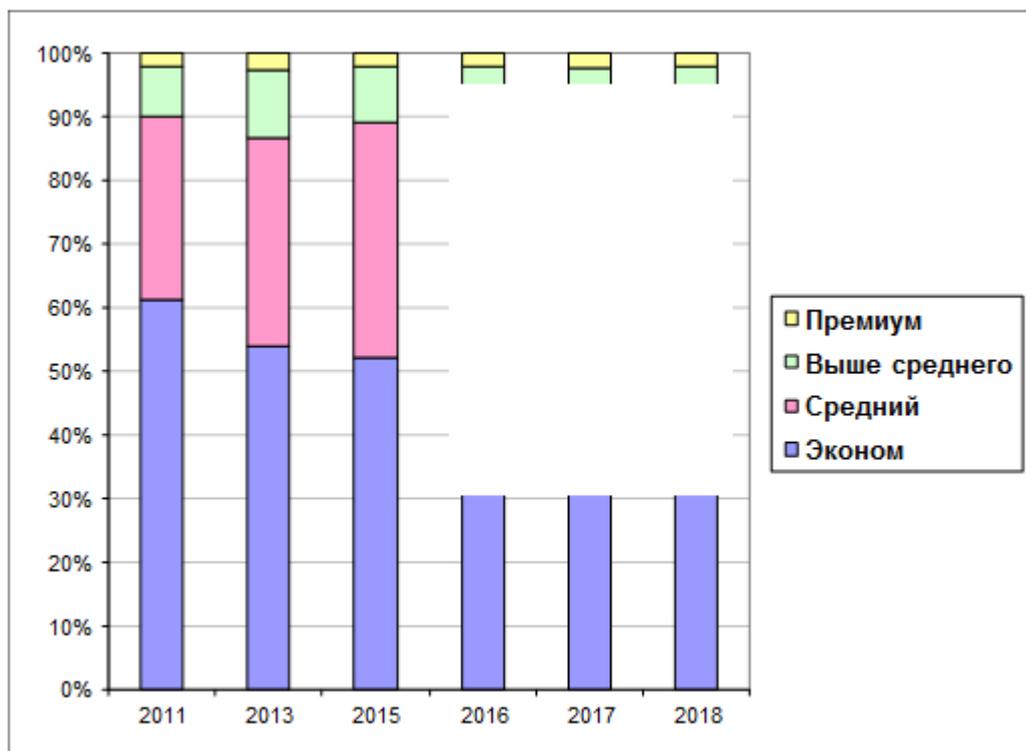


Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

В последние три года структура не показывает сильных изменений. Правда, в целом за рассматриваемый период растет доля средней по стоимости продукции, несмотря на ухудшение экономической ситуации, особенно это заметно по сравнению с 2011 годом. Основная борьба происходит между сегментами «средний» и «выше среднего», эконом-сегмент снизился до ***% и выглядит стабильным.

Рисунок 50. Динамика ценового сегментирования рынка санфаянса в 2011-2018 гг., %.

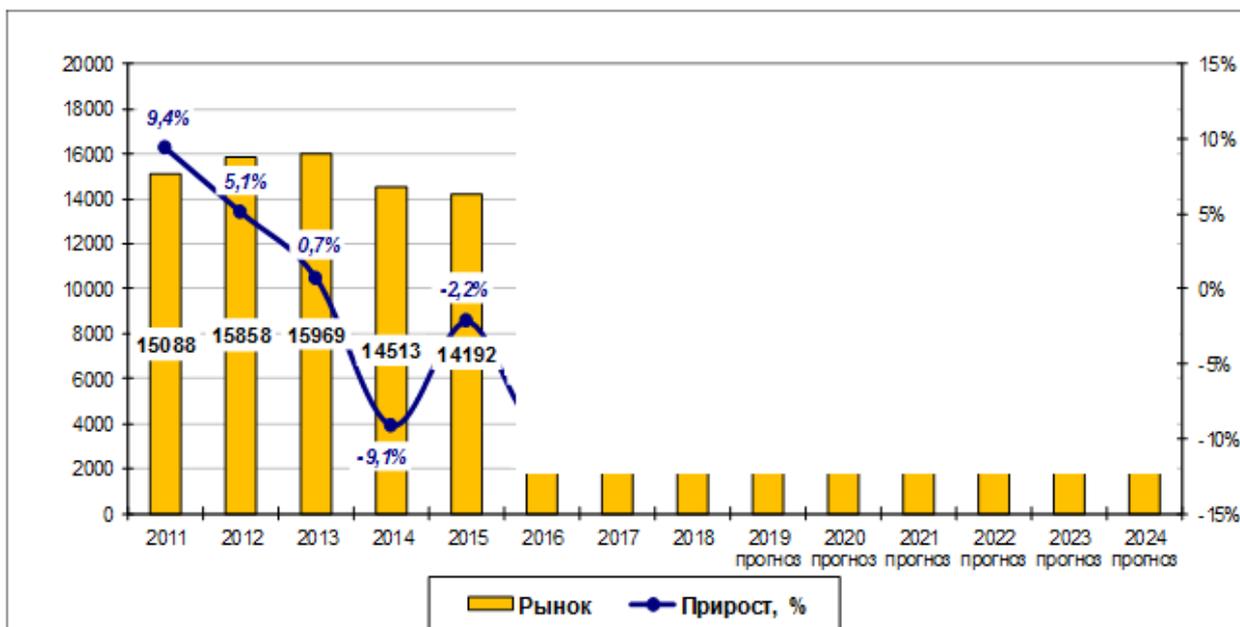


Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

§ 5.5. Прогноз развития рынка до 2024 г.

Рынок санитарной керамики традиционно демонстрирует очень осторожную стратегию развития. Здесь не наблюдается ни резких всплесков, ни катастрофических падений. Новые производители появляются редко, так как выпуск санфаянса – сложный технологический процесс, а конкуренция на рынке очень высока, поэтому далеко не всякий инвестор осмелится освоить такое производство. За последние десять лет на это решились всего два игрока, но оба они, во-первых, иностранные концерны, а во-вторых, хорошо ориентируются на мировом рынке санфаянса – это ROCA Group и «Эджзаджибаши» (тур. Eczacıbaşı, марка Vitrа). Их появление не сильно сказалось на общей картине производства, так как специализируются эти производители на более дорогой продукции.

Рисунок 51. Прогноз динамики российского рынка санитарно-керамических изделий до 2024 года, тыс. шт.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

ГЛАВА VI. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 6.1. ЗАО «Угракерам»

Сведения о компании / Общая характеристика

Предприятие возникло в 1946 г. на месте временного кирпичного завода, и в 1985 г. стало современным предприятием по производству облицовочного кирпича. В 1990 г. запущен завод по выпуску санитарной строительной керамики, оснащенный импортными печами и оборудованием, мощностью до 1 млн. изделий в год. Для оптимизации издержек и улучшения эффективности работы заводов ОАО «Строполимеркерамика» с 1 марта 2009 года было учреждено дочернее предприятие ЗАО «УграКерам», взявшее на себя функции по производству санитарно-керамических изделий.

Таблица 29. Данные компании ЗАО «Угракерам».

| Адрес | Год образования | Число работающих | Контакты | Руководитель предприятия | Сайт |
|--|-----------------|---------------------------|--|--|---|
| 249200 Калужская область, п. Воротынский, ул. Промышленная., д.3 | 1946 | 2000 (на трех заводах АО) | Секретарь ген. директора (4842) 504-700 Экономический отдел 58-14-03 | Мамбетшаев Саит Ваитович, Линарес Ногера Антонио | http://www.santari.su/ |

Источник: ABARUS Market Research по данным компании.

В настоящее время это стабильно работающее предприятие, из года в год увеличивающее объемы производства (по крайней мере, увеличивало до 2012 года) и расширяющее ассортимент выпускаемой продукции. «Угракерам» – градообразующее предприятие, на нем работает каждый шестой житель поселка Воротынка Бабынинского района Калужской области. В декабре 2006 в рамках программы «Всероссийская марка (III тысячелетие). Знак качества XXI века» награждены высшими наградами: комплект «Соната» – платиновым знаком качества, лицевой керамический кирпич, комплект аксессуаров «Лягушка» для ванной комнаты и компакт «Орион» – золотым знаком качества.

Структура собственности / Акционеры

Учредителем общества «Угракерам» выступает ОАО «Стройполимеркерамика», уставный капитал составляет 300 млн руб. С 2010 года компания входит в международный холдинг Rosa Group.

Оборот / Финансовые показатели

Финансовые показатели демонстрировали устойчивое развитие предприятия вплоть до 2013 года, в 2014 году выручка уменьшилась, чистая прибыль стала отрицательной, сильно сократились показатели рентабельности. Но в следующие три года ситуация поправилась: выручка продолжала расти, чистая прибыль вернулась на привычный уровень.

Таблица 30. Основные финансовые показатели ЗАО «Угракерам» в 2010-2017 гг., тыс. руб.

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|------|------|
| Выручка (нетто) от | 1283643 | 1246335 | 1344681 | 1404356 | 1194632 | 1492131 | *** | *** |
| Чистая прибыль | 239 226 | 219 558 | 200 748 | 169 850 | -801 | 113 638 | *** | *** |
| Рентабельность продаж, % | 24,1 | 21,4 | 18,6 | 16,4 | 1,6 | 12,2 | *** | *** |
| Рентабельность прибыли, % | 23,2 | 21,7 | 18,5 | 14,8 | 0,0 | 9,4 | *** | *** |

Источник: Данные компании, предоставленные ФСГС РФ.

Продуктовая линейка / Ассортимент

В ассортимент продукции входит: унитазы-компакты, умывальники с пьедесталами или на тумбе, рукомойники. Вся сантехника прекрасно подходит как для новостроек, так и для ремонта и переоборудования ванных комнат в жилых и административных зданиях. Выбор – от маленьких рукомойников или большого умывальника до унитазов с косым или горизонтальным выпуском воды, с боковой или нижней подводкой, а также биде. Все изделия отличаются современными конструкциями, повышенной комфортностью и гигиеничностью, разнообразием дизайнерских решений.

Таблица 31. Средние цены на продукцию компании ЗАО «Угракерам» (бренд Santeri) в 2016-2018 гг., руб./шт.

| Раковина с пьедесталом | Умывальник | Рукомойник | Унитаз-компакт | Унитаз подвесной | Унитаз приставной | Биде | Писсуар |
|------------------------|------------|------------|----------------|------------------|-------------------|------|---------|
| 2016 | | | | | | | |
| 1552 | 1137 | 728 | 3445 | 1852 | - | - | - |
| 2017 | | | | | | | |
| *** | *** | *** | *** | *** | - | - | - |
| 2018 | | | | | | | |
| *** | *** | *** | *** | *** | - | - | - |

Источник: Ценовой мониторинг ABARUS Market Research.

Освоено производство не только белых, но и цветных изделий. Номенклатура включает в себя более 25 наименований изделий и постоянно увеличивается. Кроме

производства санитарно-керамических изделий, «Угракерам» занимается производством строительного кирпича, товаров народного потребления из керамики, изделий из пластических масс, а также эксплуатацией горных производств и объектов¹.

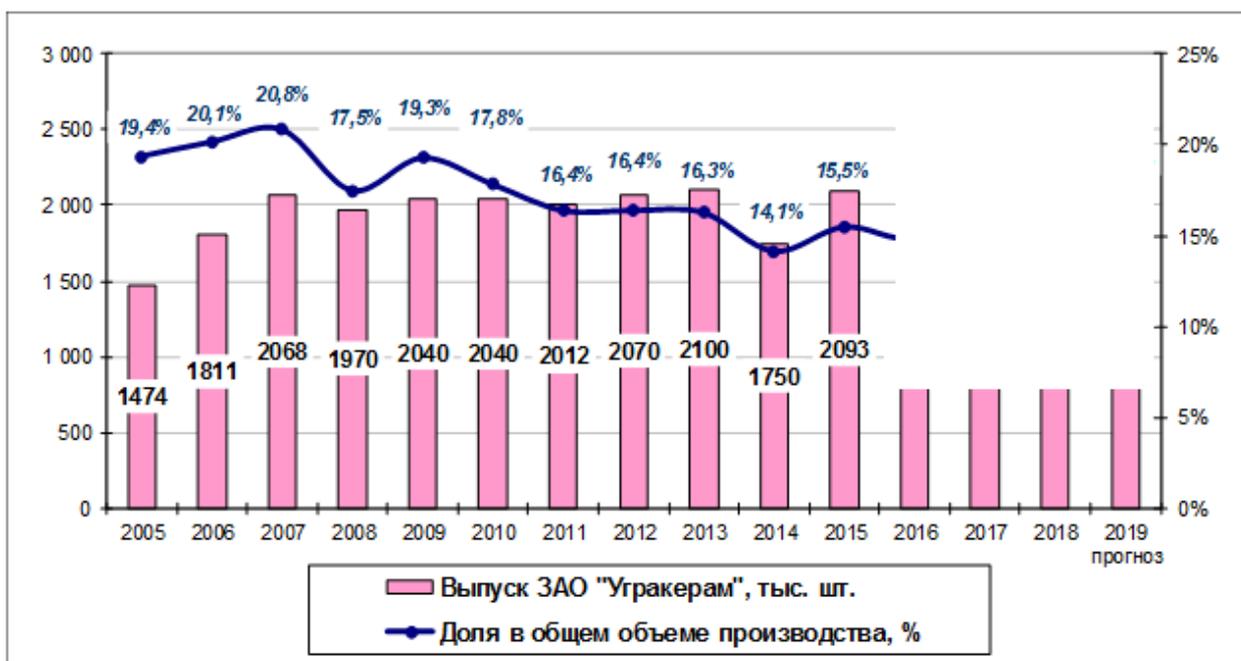
Положение на рынке / Основные конкуренты

Инвестиции в модернизацию производства позволили заводу обновить ассортимент, расширить цветовую гамму с применением высококачественных импортных красителей, а также усовершенствовать технологический процесс. В рамках предприятия функционирует научно-экспериментальная лаборатория. Обжиг изделий сегодня осуществляется в туннельных печах конструкции фирм Siti и Haimsot.

Мощность завода по производству санитарного фарфора под торговой маркой SANTERI, входящего в состав ОАО «Стройполимеркерамика», на сегодняшний день составляет более 2 миллионов изделий в год.²

Несмотря на кризисную ситуацию, предприятие уверенно работает и составляет серьезную конкуренцию остальным отечественным участникам рынка. Конкурентами марки Santeri выступают изделия как среднего, так и экономичного ценового сегмента: «Универсал» (Новокузнецк), ЗАО «Фаянс» (Смоленск), Волгоградский керамический завод, Colombo (Украина), «Кировская керамика» (Rosa), марка Sanita.

Рисунок 53. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «Угракерам» в 2005-2018 гг., прогноз на 2019 г. и изменение доли от общего российского производства, %.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

¹ <http://www.ma-journal.ru>

² <http://www.vspk.biz>