



Испытание на прочность

Доля премиальной продукции на российском рынке масел и смазочных материалов продолжает увеличиваться

АЛЕКСАНДР ФРОЛОВ
Журналист

Российский рынок масел один из самых привлекательных в мире. Сегодня его емкость составляет 1,6–1,7 млн тонн. Расширение автопарка, рост деловой активности и восстановление промышленного производства заставляет прогнозировать дельнейшее увеличение спроса. За последние годы возросла роль премиального сегмента, в котором за время кризиса стали доминировать российские производители. Восстановление этого сегмента шло ускоренными темпами, и к настоящему моменту объемы начали превышать докризисные показатели.

МЕЖДУ КРИЗИСАМИ

В 2017 году мировой рынок смазочных материалов достиг порядка 42–43 млн тонн. Это примерно на 7 млн тонн больше, чем в начале 2010-х. За десять лет он пережил два крупных падения, связанных с мировыми кризисами, – 2007–2009 и 2014–2016 годов.

Кризисные явления последних десяти лет совпали с трансформацией рынка. Серьезными темпами возрос уровень автомобилизации. Во всех отраслях промышленности на смену старой технике шла новая, более экономичная. Но во многом именно кризис конца 2000-х годов подстегнул развитие рынка. Потребители (особенно крупные) стали рачительней относиться к имеющимся в их распоряжении денежным средствам. Они начали чаще выбирать дорогие масла, которые были способны обеспечить более продолжительный срок эксплуатации техники. Таким образом, доля традиционных смазочных материалов снизилась, а доля премиальных – выросла.

С ростом требований к продуктам их жизненный цикл начал сокращаться. Долгожителей, присутствующих на рынке по 15–30 лет, теснят масла, жизненный цикл которых составляет всего 3–5 лет.

Перерабатывающие мощности Европы переживают не лучшие времена. За прошедшее десятилетие, по разным оценкам, высвободилось 17–25 % перерабатывающих мощностей

Среди связанных с российским рынком регионов можно особо выделить Европу. Кризис на рынке углеводородов 2014–2016 годов оказал негативное влияние на европейский рынок, усилив влияние предыдущего кризиса. Потребление снизилось, ряду игроков пришлось сократить производство. Это происходило на фоне роста экономичности техники. По данным The Union of European Lubricants Industry, потребление смазочных материалов в Европе уменьшилось с 12 кг в 2000 году до 8 кг в 2016-м.

Восстановление спроса на смазочные материалы в Евросоюзе началось в 2016 году. Не в последнюю очередь на нем сказывается расширение автопарка. Крупнейшим потребителем и главным драйвером развития отрасли в регионе является Германия. Сейчас общий объем потребления смазочных материалов в ЕС достиг порядка 3,8 млн тонн.

Перерабатывающие мощности Европы переживают не лучшие времена. За прошедшее десятилетие, по разным оценкам, высвободилось 17–25% перерабатывающих мощностей. С другой стороны, местные производства в среднем достаточно современные, они способны выпускать высококачественную продукцию. Таким обра-

зом, их простой открывает широкое окно возможностей как в плане покупки заводов, так и в плане обеспечения их заказами по привлекательным ценам для экспансии на европейском и прилегающем к нему рынках. То есть открываются возможности для компаний извне. В частности, компаний из России, продукция которых к настоящему моменту уже достаточно широко представлена в отдельных странах Евросоюза.

Несколько в стороне стоит также важный для нашей страны Азиатско-Тихоокеанский регион. Даже во время кризисов здесь наблюдался рост. В особенности это касается Китая. Промышленность этой страны, несмотря на многочисленные алармистские прогнозы, продолжает бурно развиваться, а также расширяется местный автопарк. Притом его расширение происходит недоступными другим странам темпами. Так, по данным Международной организации производителей автотранспортных средств, продажи автомобилей всех типов в КНР в 2017 году превысили 29 млн единиц. Это более чем на 10 млн больше, чем в США или в Евросоюзе.

Китай потребляет более 7 млн тонн масел и смазок в год. При этом доля импорта здесь крайне мала – всего 5%. Но за счет объема рынка эти 5% представляют собой весьма существенную величину. Местный рынок крайне привлекателен для всех значимых производителей смазочных материалов. В том числе российских, стремящихся к более активному распространению своей продукции в КНР. Сейчас объем поставок исчисляется тысячами тонн.

САМОУБИЙСТВО ИМПОРТА

Российский рынок – пятый в мире по объему. Его не миновали те же сложности, с которыми столкнулся рынок Евросоюза. Первое падение пришлось на 2008 год, когда российский рынок просел на 16%. В 2011 году, по данным ЕУ, в России потреблялось уже 1,6 млн тонн смазочных материалов, в 2012–2013 годах спрос вырос до 1,7 млн тонн. С началом кризиса снова началось падение. Но в 2014–2016 годах российский рынок продемонстрировал большую устойчивость и адаптивность. Падение спроса было не столь шокирующим, как в 2008 году. В 2014-м потребление снизилось менее чем на 7%, до 1,5 млн тонн. Восстановление началось достаточно быстро, и в настоящий момент спрос колеблется в пределах 1,6–1,7 млн тонн.

Российский рынок в силу объема является одним из самых привлекательных в мире. Кроме того, у нас увеличивается доля премиальной продукции. Это также сказывается на привлекательности России для поставщиков. Цена премиальной продукции зачастую в 5–6 раз выше, чем у традиционной ГОСТовской.

Рынок смазочных материалов России высококонкурентный, так как на нем широко представлена продукция не только российских, но и крупнейших зарубежных производителей. По данным участников рынка, в 2014 году в России было представлено 120 торговых марок масел и смазок примерно 100 компаний. Но с началом кризиса во второй половине 2014 года ситуация изменилась.

По мере падения цен на нефть происходило ослабление рубля. Согласно данным ЕУ, к августу 2015 года цены на моторные масла зарубежных брендов выросли в среднем на 31%, а на масла российских брендов – на 8%. За следующие полгода рубль подешевел еще на 20 рублей. Импортная продукция подорожала более чем на треть, а продукция российского производства даже не вышла за пределы инфляционного коридора, подорожав на 7%.

Рынок смазочных материалов России высококонкурентный, так как на нем широко представлена продукция не только российских, но и крупнейших зарубежных производителей

В таких условиях зарубежным компаниям было тяжело сохранить конкурентоспособность. Особенно это касалось предприятий, которые не озаботились локализацией производств и работали при этом с минимальной прибылью. В итоге российский рынок во время кризиса покинула четверть всех импортеров. Также тяжело пришлось локализованным производствам, в продукции которых присутствовало много импортных компонентов.

Здесь стоит особо выделить растущий объем премиального сегмента. В 2007-м он составлял примерно 500 тыс. тонн, из которых большую часть обеспечивал импорт. В 2012 году премиальный сегмент достиг порядка 600 тыс. тонн, из них импортная продукция составляла 500 тыс. тонн. В 2014 году было импортировано 485 тыс. тонн премиальной продукции (для сравнения: суммарный объем импорта в первом кризисном году достиг 547 тыс. тонн). В 2015-м объем импорта премиальной продукции упал до 365 тыс. тонн. А в 2017 году на его долю пришлось всего 240 тыс. тонн. И это уже учитывая небольшое (около 6%) восстановление поставок из-за границы.

КРИЗИС РОСТУ НЕ ПОМЕХА

Кризис на рынке углеводородов был испытанием на прочность для российской промышленности. Именно в этот период в боевых условиях удалось оценить результат модернизации производств и их возможности в области импортозамещения.

Хотя рост премиального сегмента с приходом кризиса замедлился, но в целом потребности российского рынка в премиальной продукции увеличивались даже на фоне снижения суммарного спроса на смазочные материалы. На руку этому процессу играло обновление промышленных производств и расширение автопарка, темпы которого замедлились вдвое, но никак не остановились.

За короткий период между кризисами большая тройка – ЛУКОЙЛ, «Роснефть» и «Газпром нефть» – в достаточ-

ной мере обновили производства, чтобы потягаться с продуктами признанных мировых лидеров. Кроме прочего, российские компании вложили существенные средства в получение необходимых допусков для своей продукции от производителей оборудования и автотранспорта. Благодаря этому уход значительной доли зарубежных поставщиков в 2015–2016 годах практически не сказался на объемах потребления премиальной продукции на внутреннем рынке.

Если бы модернизация не была проведена вовремя, кризис на рынке углеводородов и ослабление рубля скорее всего привели бы к тому, что премиальный сегмент начал бы сокращаться, его на 100% заняли бы иностранные компании, при этом расходы на смазочные материалы внутри страны выросли бы в пределах 35–50%.

Кризис оказался своего рода агрессивной рекламной кампанией для продукции российских предприятий. Потребитель стал чаще смотреть не на бренд, а на характеристики товара и цену.

К настоящему моменту объем премиального сегмента приближается к 750 тыс. тонн. Из них две трети – это смазочные материалы, выпущенные на территории России.

РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

Основной объем смазочных материалов в России производится тремя крупнейшими вертикально интегрированными нефтяными компаниями: ЛУКОЙЛ, «Роснефть» и «Газпром нефть». В 2014 году ЛУКОЙЛ производил около 45% российских масел и смазок, «Роснефть» обеспечивала 20% рынка, а «Газпром нефть» – 14%.

В 2017 году ЛУКОЙЛ сохранил свою долю в производстве смазочных материалов – 45%. Компания увеличила производство масел на 8,8%, до 1,13 млн тонн. А объем продаж фирменных масел вырос на 13,6%, до 585 тыс. тонн.

За короткий период между кризисами большая тройка – ЛУКОЙЛ, «Роснефть» и «Газпром нефть» – в достаточной мере обновила производства, чтобы потягаться с продуктами признанных мировых лидеров

«Роснефть» в 2017 году реализовала 1 млн тонн смазочных материалов. Рост объемов на 36% во многом обусловлен приобретением другого крупного игрока – «Башнефти». На внутреннем рынке компания реализовала 679 тыс. тонн. Несмотря на агрессивную рекламную кампанию прошлых лет в премиальном сегменте, «Роснефть» смогла нарастить продажи до 70 тыс. тонн (на 17%).

«Газпром нефть» в прошлом году реализовала 400 тыс. тонн масел и смазок. Объем премиальных продаж вырос

на 7,5%, до 290 тыс. тонн. Рост премиальной реализации, по данным компании, в основном был обеспечен увеличением продаж в России на 10% – оценочно, до 190 тыс. тонн. В целом же к настоящему моменту «Газпром нефть» нарастила долю в России до 21,3%.

По оценкам участников рынка, объем реализации премиальной продукции «Газпром нефти» и ЛУКОЙЛа примерно равны. Обе компании, среди прочего, входят в европейскую ассоциацию производителей масел – Association Technique de l'Industrie Europeenne des Lubrifiants. Однако позиции ЛУКОЙЛа в сегменте легкомоторных масел гораздо сильнее, чем других российских компаний. По существующим оценкам, ЛУКОЙЛ занимает около четверти этого сегмента.

Доля премиальных продуктов в общем объеме потребления растет на 3–5% в год. При этом российские компании продолжают развивать производства. В частности, уже начал выпуск базовых масел третьей группы. Кроме того, осваивается производство специфических продуктов для нефтегазовой отрасли. Также российские компании осваивают экспортное направление и развивают производственные площадки в других странах (Австрия, Италия, Сербия, Финляндия и т.д.).

Кризис оказался своего рода агрессивной рекламной кампанией для продукции российских предприятий. Потребитель стал чаще смотреть не на бренд, а на характеристики товара и цену

Некоторые иностранные компании открывают свои производства на территории России. Принципиальным фактором для успешного прохождения такими предприятиями кризиса стала доля импортных составляющих в конечном продукте.

Одним из наиболее заметных, не относящихся к российским ВИНК, производителей на внутреннем рынке является Delfin Group (бренды Spectrol, Highway, LUXE и др.).

Также заметным игроком на российском рынке является Shell, открывшая в 2012 году завод в Торжке. Мощность предприятия – около 180 тыс. тонн в год. В 2013 году в Ка-

луге был открыт завод компании Fuchs. Производительность предприятия 40 тыс. тонн в год. По имеющимся данным, загрузка этих предприятий во время кризиса составляла 25–40%.

В текущем году в Калужской области будет запущен новый завод по производству масел и сопутствующих смазочных материалов компании Total. Мощность предприятия составит 40 тыс. тонн в год. При благоприятном росте продаж его мощность может быть увеличена до 75 тыс. тонн.

Кроме того, компания открыла представительство знаменитой уже лаборатории ANAC. Ее диагностика помогает определить техническое состояние механизмов и оборудования. В прошлом году компания начала использовать технологию под названием ANAC web-link. Это очень полезная услуга, так как она помогает автовладельцам уменьшить затраты на эксплуатацию при использовании смазочных материалов Total. Стоит отметить, что доля рынка, которую занимает Total, составляет около 3,5%, что вдвое больше, чем доля, которую они занимали четыре года назад, а уже сегодня они планируют занять приблизительно 5% доли российского рынка.

С окончанием кризиса на рынке углеводородов и началом восстановления российской экономики на наш рынок стали возвращаться многие иностранные игроки. Но отвоевать себе прежнюю долю рынка они не смогут. В то же время доверие ко многим зарубежным маркам достаточно высоко, чтобы они смогли вернуть часть утраченных позиций.

В целом же транспорт, техника, оборудование требуют все более качественных масел и смазок. По всей видимости, в ближайшие годы российский рынок будет расти. Потребление премиальной продукции продолжит расширяться. За время кризиса зарубежные игроки смогли убедиться в перспективности российского рынка и в важности локализации производств внутри нашей страны. Очевидно, в ближайшие годы они будут стремиться к максимальному снижению доли импортных компонентов в своей продукции на уже существующих предприятиях.

Большая тройка российских ВИНК демонстрирует амбициозные планы по освоению внутреннего рынка. Прошедший кризис доказал их конкурентоспособность и устойчивость в непростой экономической ситуации. Он доказал оправданность вложений в получение допусков и одобрений, а также в модернизацию производств. Благодаря чему удалось в кратчайшие сроки осуществить импортозамещение в премиальном сегменте рынка. 📌



**Оценки, прогнозы
и рекомендации
топ-менеджеров
нефтегазовых компаний**

www.ngv.ru