



## АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ (САНФАЯНСА)

**Демо-версия**

Сентябрь 2016 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](http://www.abarus.ru), [info@abarus.ru](mailto: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, Ондублин, Посольство Швейцарии, РОСНО, Росгосстрах, Свеза-лес, Северсталь, Сибур-Русские шины, Уралсиб, Чешская страховая компания.

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 2005-2015 гг. и в первой половине 2016 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 11**

**ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ (СТРОИТЕЛЬСТВО) В 2007 Г. – НАЧАЛЕ 2016 Г. 13**

§ 1.1. Динамика ВВП	13
§ 1.2. Инфляция	15
§ 1.3. Цены на нефть	16
§ 1.4. Валютные курсы	17
§ 1.5. Прогноз экономического развития РФ до 2018 (оптимистический, пессимистический, реалистический)	19
§ 1.6. Строительство	20
Строительство жилья	20
Строительство коммерческих и промышленных объектов	23
§ 1.7. Производство строительных материалов	25

**ГЛАВА II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО 28**

§ 2.1. Общая характеристика сантехники как товарной группы	28
Описание	28
Место санфаянса на рынке сантехники	29
§ 2.2. Российские производители санитарной керамики	30
Перечень отечественных производителей	30
Масштаб и объемы производства в 2007-2015 гг. и первой половине 2016 г.	31
Ассортимент производимых изделий	35
Товарная структура производства	36
§ 2.3. Отечественное производство санитарной керамики	37
Динамика общего производства в 2007-2016 гг., тыс. изделий	37
Географическое распределение	41
Концентрация производства	42
Потери отрасли, привлечение в отрасль новых игроков	46
Прогноз производства до 2022 года	47

**ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 49**

§ 3.1. Динамика импорта в количественном и ценовом выражении в 2007-2015 гг. и первой половине 2016 г.	49
§ 3.2. Импорт по брендам, производителям, странам происхождения	53
§ 3.3. Оценка востребованности импортной продукции на российском рынке	59

**ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 61**

§ 4.1. Динамика экспорта в 2007-2015 гг. и первой половине 2016 г.	61
§ 4.2. Ведущие экспортеры (российские компании-производители)	62
§ 4.3. Основные зарубежные рынки сбыта и перспективные направления	63

**ГЛАВА V. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 64**

§ 5.1. Количественная характеристика рынка санфаянса, динамика рынка в 2007-2016 гг.	64
§ 5.2. Марочная структура рынка: выделение лидеров и наиболее популярных марок	66

---

Общая структура	66
Марочная структура в сегменте «Эконом»	69
Марочная структура в сегменте «Средний»	70
Марочная структура в сегменте «Выше среднего»	71
Марочная структура в сегменте «Премиум»	72
<b>§ 5.3. Ценовая картина рынка</b>	<b>73</b>
<b>§ 5.4. Ценовое сегментирование рынка</b>	<b>75</b>
<b>§ 5.5. Прогноз развития рынка до 2022 гг.</b>	<b>77</b>

## **ГЛАВА VI. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ**

<b>§ 6.1. ООО «Керамика» (ЗАО «Сантек»)</b>	<b>80</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	80
Структура собственности / Акционеры	81
Оборот / Финансовые показатели	81
Продуктовая линейка / Ассортимент	81
Положение на рынке / Основные конкуренты	82
Планы и перспективы развития	83
<b>§ 6.2. АО «Кировская керамика» (ЗАО «Кировский стройфарфор»)</b>	<b>84</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	84
Структура собственности / Акционеры	85
Оборот / Финансовые показатели	85
Продуктовая линейка / Ассортимент	86
Положение на рынке / Основные конкуренты	86
Планы и перспективы развития	87
<b>§ 6.3. ООО «Самарский Стройфарфор»</b>	<b>88</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	88
Структура собственности / Акционеры	89
Оборот / Финансовые показатели	89
Продуктовая линейка / Ассортимент	89
Положение на рынке / Основные конкуренты	90
Планы и перспективы развития	91
<b>§ 6.4. ЗАО «Угракерам»</b>	<b>91</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	91
Структура собственности / Акционеры	92
Оборот / Финансовые показатели	92
Продуктовая линейка / Ассортимент	93
Положение на рынке / Основные конкуренты	93
Планы и перспективы развития	94
<b>§ 6.5. ЗАО «Сызранская керамика»</b>	<b>95</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	95
Структура собственности / Акционеры	95
Оборот / Финансовые показатели	95
Продуктовая линейка / Ассортимент	96
Положение на рынке / Основные конкуренты	96
Планы и перспективы развития	96
<b>§ 6.6. ООО «Завод керамических изделий Универсал»</b>	<b>97</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	97
Структура собственности / Акционеры	97

Оборот / Финансовые показатели	97
Продуктовая линейка / Ассортимент	98
Положение на рынке / Основные конкуренты	98
Планы и перспективы развития	99
<b>§ 6.7. ЗАО «Лобненский завод строительного фарфора» (ЛЗСФ)</b>	<b>99</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	99
Структура собственности / Акционеры	100
Оборот / Финансовые показатели	100
Продуктовая линейка / Ассортимент	100
Положение на рынке / Основные конкуренты	101
Планы и перспективы развития	101
<b>§ 6.8. ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники»</b>	<b>102</b>
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	104
<b>§ 6.9. ООО «Рока рус»</b>	<b>105</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	105
Структура собственности / Акционеры	106
Оборот / Финансовые показатели	106
Продуктовая линейка / Ассортимент	106
Положение на рынке / Основные конкуренты	107
Планы и перспективы развития	108
<b>§ 6.10. ООО «Ногинский стройфарфор» («Делла керамика» Группы «Кератон»)</b>	<b>108</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	108
Структура собственности / Акционеры	109
Оборот / Финансовые показатели	109
Продуктовая линейка / Ассортимент	110
Положение на рынке / Основные конкуренты	110
Планы и перспективы развития	111

---

## ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ

### Таблицы

Таблица 1. Данные официальной статистики строительства нового жилья в РФ по месяцам в 2013-2015 гг. и более поздняя корректировка.

Таблица 2. Ввод в действие зданий жилого и нежилого назначения в РФ в 2005-2015 гг.

Таблица 3. Производство основных строительных материалов в 2010-2015 гг.

Таблица 4. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2005-2015 гг. и первой половине 2016 г., тыс. шт.

Таблица 5. Торговые марки и товарный ассортимент российских производителей санфаянса.

Таблица 6. Динамика производства санитарной керамики по предприятиям (месячная динамика), в 2014-2016 гг., тыс. шт.

Таблица 7. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2015 гг.

Таблица 8. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2015 гг. и первом полугодии 2016 г. по географическому принципу, тыс. шт.

Таблица 9. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг., крупнейшие производители западноевропейских стран.

Таблица 10. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг., крупнейшие производители восточноевропейских стран.

Таблица 11. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг., крупнейшие итальянские производители.

Таблица 12. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг., крупнейшие азиатские и африканские производители.

Таблица 13. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг., крупнейшие китайские производители.

Таблица 14. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2015 гг.

Таблица 15. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий российскими компаниями-производителями, в 2011-2015 гг., тыс. шт.

Таблица 16. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.

Таблица 17. Марочная структура рынка (по ведущим брендам) в 2011-2015 гг., тыс. шт.

Таблица 18. Марочная структура рынка в сегменте «Эконом», тыс. шт.

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

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

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

Таблица 22. Средние цены на санитарную керамику отечественных и импортных брендов, сентябрь 2016 г., руб.

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. Данные компании «Сантек».

Таблица 27. Основные финансовые показатели ООО «Керамика» в 2007-2014 гг., тыс. руб.



Таблица 28. Средние цены на продукцию компании ООО «Керамика» (бренд SanteK) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 29. Данные компании АО «Кировская керамика».

Таблица 30. Основные финансовые показатели АО «Кировская керамика» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 31. Средние цены на продукцию компании АО «Кировская керамика» (бренд Rosa) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 32. Данные компании ООО «Самарский стройфарфор».

Таблица 33. Основные финансовые показатели ООО «Самарский стройфарфор» в 2008-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 34. Средние цены на продукцию компании ООО «Самарский стройфарфор» (бренды Sanita и Sanita Luxe) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 35. Данные компании ЗАО «Угракерам».

Таблица 36. Основные финансовые показатели ЗАО «Угракерам» в 2009-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 37. Средние цены на продукцию компании ЗАО «Угракерам» (бренд Santeri) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 38. Данные компании ЗАО «Сызранская керамика».

Таблица 39. Основные финансовые показатели ЗАО «Сызранская керамика» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 40. Данные компании ООО «Завод керамических изделий Универсал».

Таблица 41. Основные финансовые показатели ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 42. Средние цены на продукцию компании ООО «Завод керамических изделий Универсал» (марка Универсал) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 43. Данные компании ЗАО «ЛЗСФ».

Таблица 44. Основные финансовые показатели ЗАО «ЛЗСФ» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 45. Средние цены на продукцию компании ЗАО «ЛЗСФ» (марка Лобня) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 46. Данные компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники».

Таблица 47. Основные финансовые показатели ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 48. Средние цены на продукцию компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» (бренд Оскольская керамика) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 49. Данные компании ООО «Рока рус».

Таблица 50. Основные финансовые показатели ООО «Рока рус» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 51. Средние цены на продукцию компании ООО «Рока рус» (бренды Jika, Rosa и Laufen) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Таблица 52. Данные компании ООО «Ногинский Стройфарфор».

Таблица 53. Основные финансовые показатели ООО «Ногинский Стройфарфор» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

Таблица 54. Средние цены на продукцию компании ООО «Ногинский Стройфарф» (бренд Della) в сентябре 2016 г., руб./шт.

## Рисунки

Рисунок 1. Темпы роста ВВП в Китае, Казахстане, России и Украине в 2007-2015 гг., %.

Рисунок 2. Формирование ВВП РФ по годам в 2003-2015 гг. и прогноз на 2016 г. в текущих ценах, трлн. руб., и прирост, %.

Рисунок 3. Ежегодный прирост инфляции в России в 2001-2015 гг. и прогноз на 2016 г., %.

Рисунок 4. Динамика среднегодовых цен на нефть марки Urals в период 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., долл. США за баррель.

Рисунок 5. Сравнительная динамика курсов доллара США и евро в 2004-2015 гг. и прогноз на 2016 г., руб. (среднегодовой показатель).

Рисунок 6. Прогноз темпов роста ВВП в России до 2018 г., %.

Рисунок 7. Динамика ввода жилья в РФ в 2001-2015 гг. и прогноз на 2016-2017 гг., млн. кв. м и ежегодные приросты, %.

Рисунок 8. Динамика ввода жилья в РФ по месяцам в 2012-2015 гг. и I полугодии 2016 г., тыс. м<sup>2</sup>.

Рисунок 9. Динамика ввода жилья в РФ в 2008-2015 гг. и I-II кварталах 2016 г., млн. кв. м.

Рисунок 10. Динамика объема жилого и нежилого строительства в РФ в 2003-2015 гг., млн. м<sup>3</sup>.

Рисунок 11. Динамика объема жилого и нежилого строительства в России в куб. м., процентное соотношение.

Рисунок 12. Структура российского рынка сантехники по основным товарным группам, % в натуральном выражении.

Рисунок 13. Структура российского рынка санитарных керамических изделий в 2005-2015 гг., % в натуральном выражении.

Рисунок 14. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.

Рисунок 15. Динамика выпуска санитарной керамики в РФ в 2011-2016 гг. по месяцам, тыс. шт.

Рисунок 16. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., %.

Рисунок 17. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2014 г., %.

Рисунок 18. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2015 г., %.

Рисунок 19. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2005-2015 г., %.

Рисунок 20. Прогноз производства санитарных керамических изделий в РФ до 2022 г., тыс. шт.

Рисунок 21. Динамика импортных поставок сантехнических изделий из керамики в РФ в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г.

Рисунок 22. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2015 гг. по географическому принципу, %.

Рисунок 23. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2013 году по географическому принципу, %.

Рисунок 24. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2015 году по географическому принципу, %.

Рисунок 25. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2013 г.

Рисунок 26. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2015 г.

Рисунок 27. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.

Рисунок 28. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики по странам в 2007-2015 гг., %.

Рисунок 29. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.

Рисунок 30. Доля импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., %.

Рисунок 31. Марочная структура рынка в 2011 году.

Рисунок 32. Марочная структура рынка в 2013 году.

Рисунок 33. Марочная структура рынка в 2015 году.

Рисунок 34. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2011 году.

Рисунок 35. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2013 году.

Рисунок 36. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2015 году.

Рисунок 37. Прогноз динамики российского рынка санитарно-керамических изделий до 2022 года, тыс. шт.

Рисунок 38. Прогноз доли импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий до 2022 г., %.

Рисунок 39. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Керамика» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 40. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Кировская керамика» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 41. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Самарский стройфарфор» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 42. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «Угракерам» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 43. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «Сызранская керамика» в 2008-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 44. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2006-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 45. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «ЛЗСФ» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 46. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 47. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Рока рус» в 2008-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

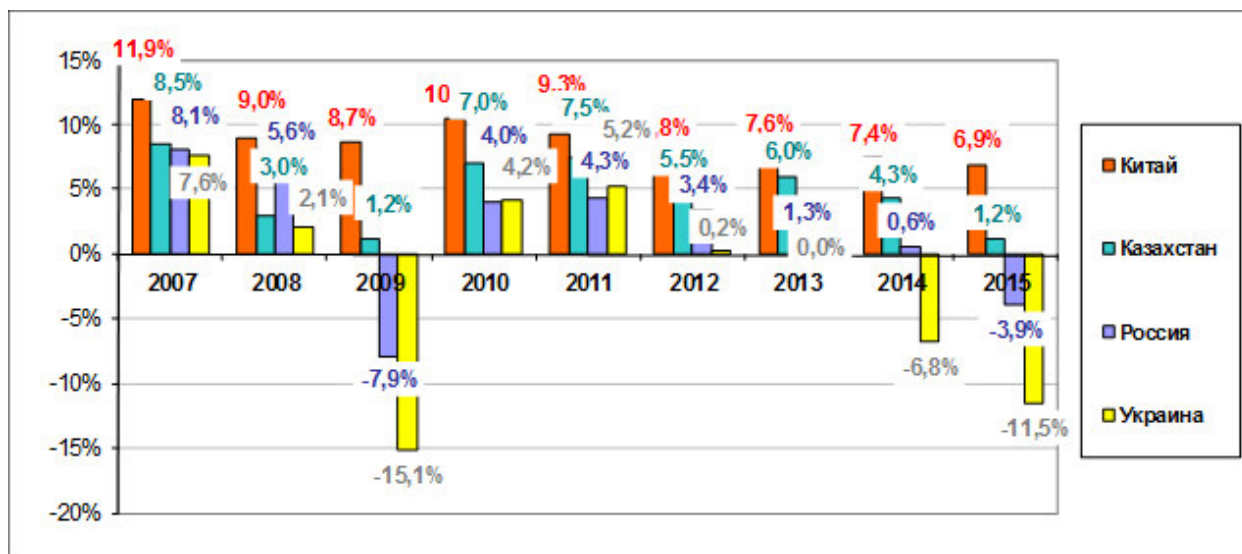
Рисунок 48. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Ногинский стройфарфор» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

## ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ (СТРОИТЕЛЬСТВО) В 2007 Г. – НАЧАЛЕ 2016 Г.

### § 1.1. Динамика ВВП

Российская экономика в последнее время испытывает значительные трудности. В недавнем прошлом по темпам роста ВВП Россия отставала только от Китая и Казахстана и занимала третье место в мире. Однако в 2011-2014 гг., несмотря на высокую цену на нефть, российская экономика росла все медленнее. В Китае за 2012 год рост ВВП составил 7,8%, в Казахстане 5,0%, а в России 3,4%. Многие другие страны СНГ в 2011-2014 гг. также обгоняли Россию по приростам валового внутреннего продукта (к примеру, Туркменистан показал рост 14,7% в 2011 году и 11,1% в 2012 г., в 2015 году ожидается плюс 8,5%). Согласно Росстату, ВВП РФ в первом полугодии 2015 года снизился на 3,5%. При этом во втором квартале в годовом выражении снижение ВВП составило 4,6%. По прогнозу МЭР, общее падение ВВП в 2015 году может составить до 3,9%, а некоторые эксперты ожидают минус 4,2-4,5%. Хуже дела идут только в Украине.

Рисунок 1. Темпы роста ВВП в Китае, Казахстане, России и Украине в 2007-2015 гг., %



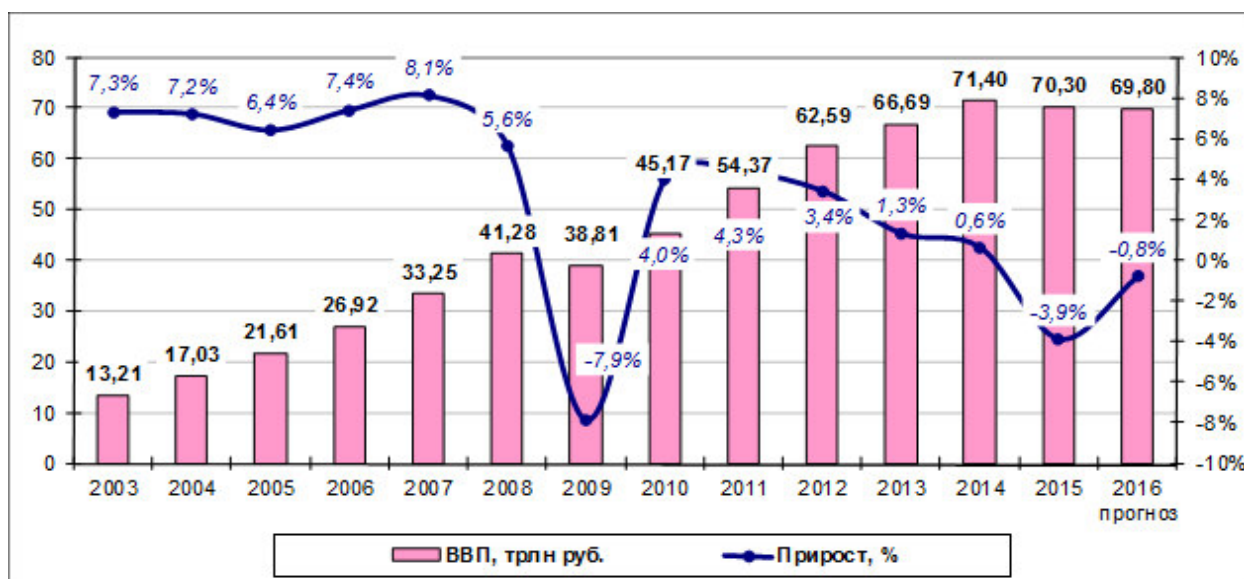
Источник: ABARUS Market Research по данным открытых источников.

В тоже время многие ведущие страны мира также испытывают трудности, а активные темпы прироста демонстрируют лишь страны Азиатского региона. В отношении прироста ВВП некоторых из них в ноябре-декабре международными финансовыми и аналитическими организациями были сделаны следующие прогнозы на 2015 год:

- Китай – 6,9%
- Индия – 7,4%
- Великобритания – 2,8%
- США – 2,6%

- Швеция – 2,4%
- Германия – 1,9%
- Франция – 1,1%
- Италия – 0,7%
- Еврозона в целом – 1,5%
- Япония – 0,6%

Рисунок 2. Формирование ВВП по годам в 2003-2015 гг. и прогноз на 2016 г. в текущих ценах, трлн. руб., и прирост, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

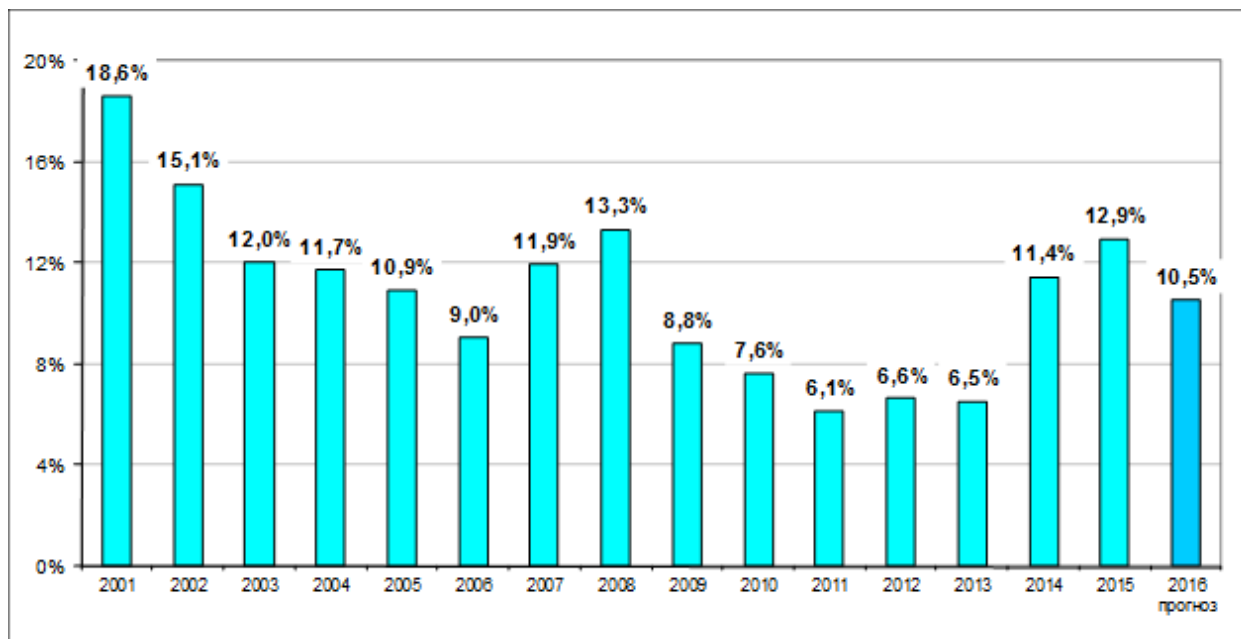
О том, что экономика находится в сложном положении, сходятся во мнениях все, однако никто не говорит о глубоком экономическом кризисе с падением ВВП и скачком безработицы, который Россия переживала в 2008-2009 гг. При этом министр экономики РФ в начале декабря в очередной раз заявил, что рецессия в экономике России закончилась. А международное рейтинговое агентство Moody's первым из крупных рейтинговых агентств улучшило прогноз по экономике России до «стабильного».

...  
...  
...

## § 1.2. Инфляция

Российская экономика всегда отличалась высокими темпами инфляции. Одним из самых благоприятных периодов в этом отношении стал 2011 год, когда индекс потребительских цен в России поднялся лишь на 6,1%. Это самый низкий показатель за всю новую историю российской экономики. Еще совсем недавно инфляция в России привычно исчислялась двузначными цифрами.

Рисунок 3. Ежегодный прирост инфляции в России в 2001-2015 гг. и прогноз на 2016 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

### § 1.3. Цены на нефть

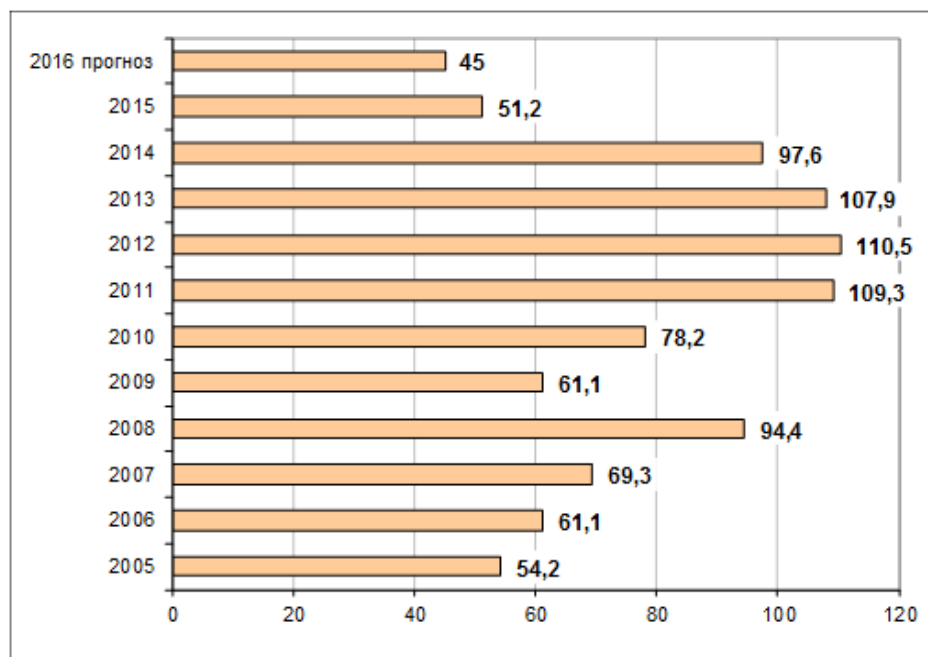
Цены на нефть марки Urals в последние три года складывались на более выгодном для России уровне по сравнению с теми прогнозами, которые озвучивались. Так, специалисты Всемирного банка ожидали, что цена барреля нефти составит \$96,8 в 2011 г., а она достигла рекордного показателя \$109,3/барр. В 2012 г. ситуация была почти аналогичная – ожидалась цена в \$105/барр., а вышло \$110,5/барр. (рост на 1%). Именно высокая цена нефти являлась одним из главных факторов роста российской экономики (по сравнению с другими развитыми странами) в позапрошлом и прошлом году – существенно выросли нефтегазовые доходы в федеральном бюджете, увеличилась доля налогов в ВВП.

...

...

В 2015 году мировые цены на нефть снизились до \$40, и продолжают падать на фоне отсутствия решения ОПЕК по уровню добычи на 2016 год. В частности, в декабре на лондонской бирже ICE Futures фьючерсы на нефть марки Brent с поставкой в январе рухнули на 3,06%, до \$41,84 за баррель. Январские фьючерсы на легкую нефть марки WTI на Нью-Йоркской товарной бирже (NYMEX) снизились в цене на 3,23%, до \$38,71 за баррель. Нефть упала до минимумов с марта 2009 года, когда Brent падала до уровня \$41,48.

Рисунок 4. Динамика среднегодовых цен на нефть марки Urals в период 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., долл. США за баррель.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Для российской экономики низкие цены на нефть в сочетании с оттоком капитала, дефицитом инвестиций и европейскими санкциями привели к довольно плачевным последствиям. Примерно половину федерального бюджета составляют нефтегазовые доходы, и в качестве баланса Центральному банку пришлось сильно девальвировать национальную валюту. Это привело к разгону инфляции, снижению реальных доходов населения, падению потребительского спроса, и, как следствие, к рецессии.

Как долго цены на нефть еще будут низкими? Министр экономики Алексей Улюкаев предсказывает рост цен на сырую нефть во второй половине 2016 года. По мнению чиновника, волатильность стоимости углеводородов должна существенно снизиться, и, начиная с июля будущего года, цены на нефть могут вернуться к позитивной динамике.

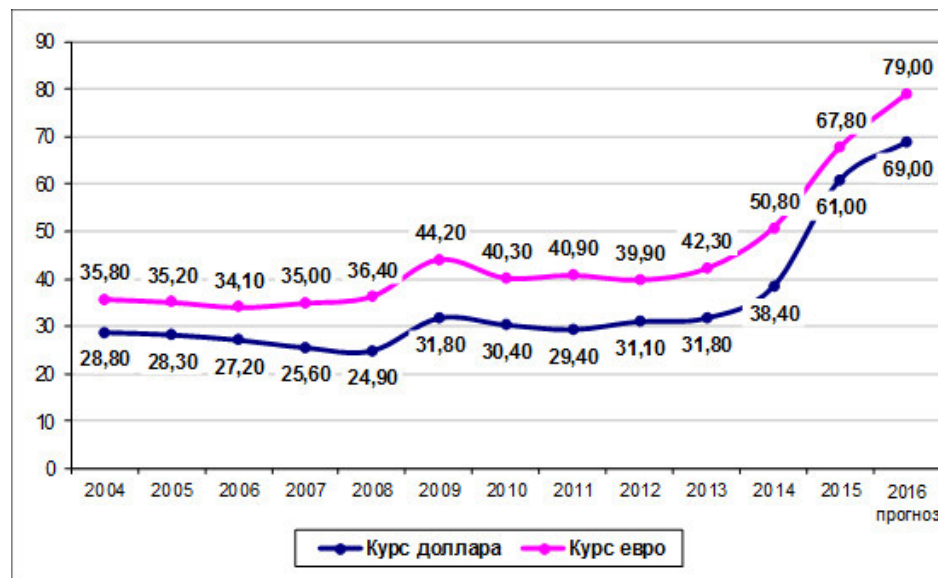
## § 1.4. Валютные курсы

...

...

В 2014 году эти опасения отошли на задний план. Ситуация в Украине, вхождение Крыма в состав России повлекли за собой ужесточение международных отношений. Взаимный обмен внешнеторговых и других экономических санкций усилил отток иностранных инвестиций из страны, и стоимость основных валют стала расти стремительными темпами. К концу декабря курс доллара достиг уровня 56,3 руб., а евро – 68,3 руб. соответственно.

Рисунок 5. Сравнительная динамика курсов доллара США и евро в 2004-2015 гг. и прогноз на 2016 гг., руб. (среднегодовой показатель).



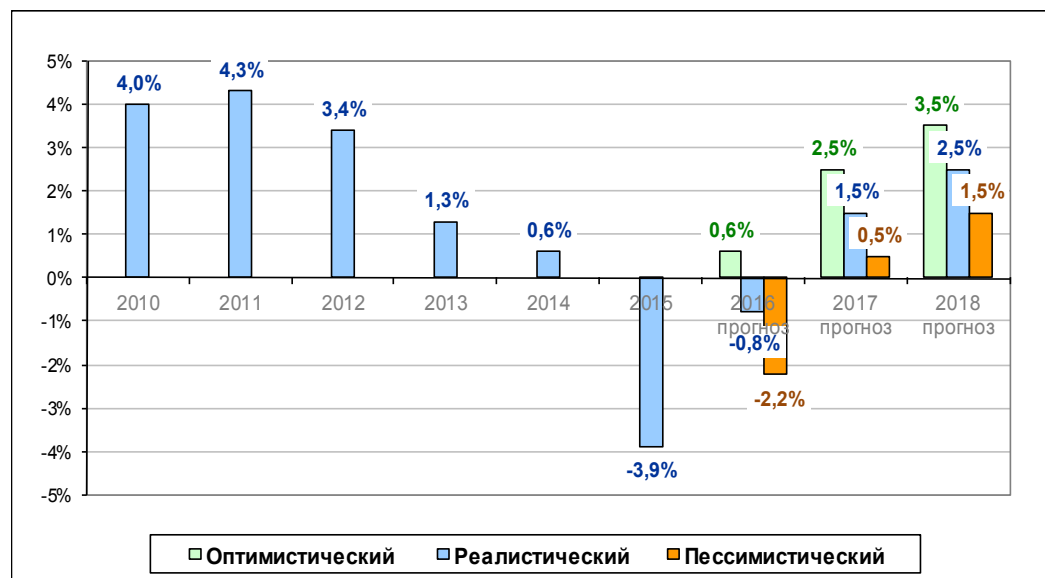
Источник: ABARUS Market Research по данным Росстата РФ.

Резкое падение рубля, случившееся в конце 2014 года, продолжилось и в 2015 году.

### § 1.5. Прогноз экономического развития РФ до 2017 (оптимистический, пессимистический, реалистический)

...  
...

Рисунок 6. Прогноз темпов роста ВВП в России до 2018 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным открытых источников.

...  
...

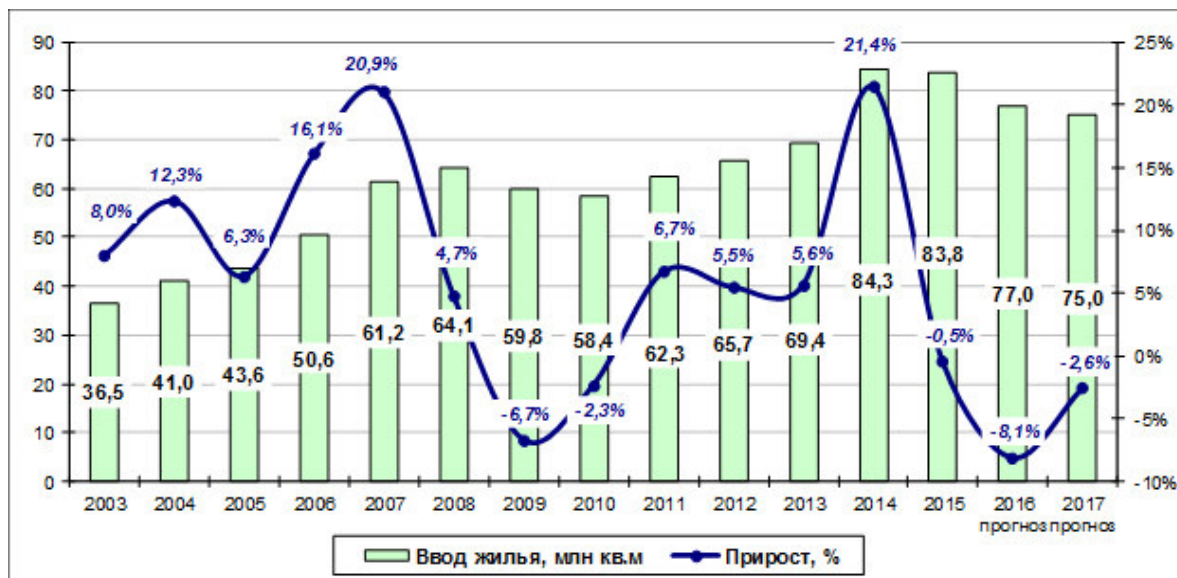


## § 1.6. Строительство

### Строительство жилья

В период мирового кризиса объем российского жилищного строительства потерял 9%, сократившись с 64,1 млн. кв. м (2008) до 58,4 млн. (2010). В 2011 г. строительство жилья в России после двух лет спада снова стало расти. По данным Росстата, в 2011 году в России было введено в эксплуатацию 788,2 тыс. квартир общей площадью 62,3 млн. кв. метров, что составило 106,7% к соответствующему периоду предыдущего года. В 2012 году рост продолжился – теперь на 5,5% до 65,7 млн. кв. м.

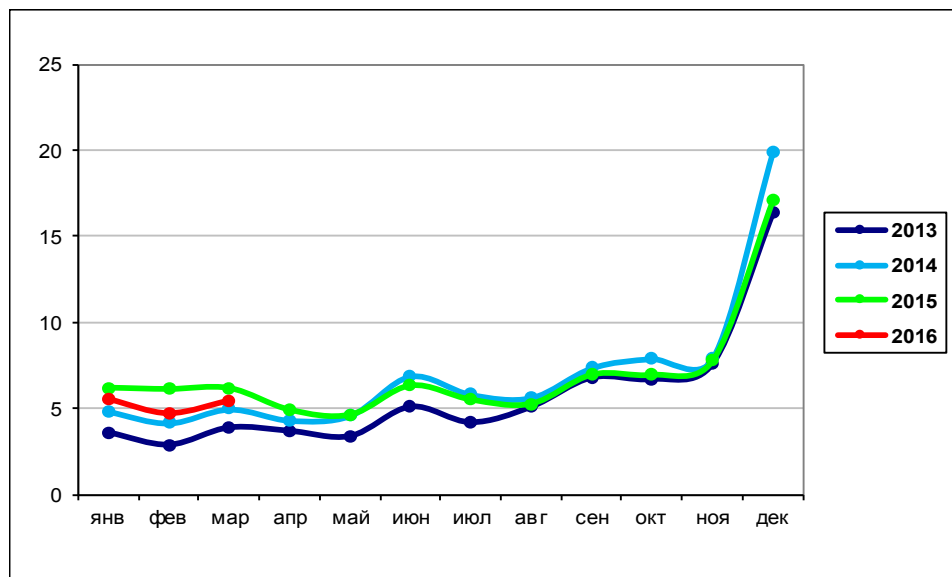
Рисунок 7. Динамика ввода жилья в РФ в 2001-2015 гг. и прогноз на 2016 г., млн. кв. м и ежегодные приросты, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Таким образом, в первом квартале 2015 прирост составил 32%, во втором квартале – 0%, в третьем – минус 6%, а в четвертом – минус 11% к аналогичному периоду прошлого года. Такая динамика отражает наблюдающееся положение вещей, ведь в начале года еще были надежды на улучшение ситуации в экономике, а затем энтузиазм упал, в том числе и в строительстве. В 2016 г. пессимистическая картина с самого начала года.

Рисунок 8. Динамика ввода жилья в РФ по месяцам 2012-2015 гг. и I квартале 2016 г., тыс. кв. м.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

...

...

...

## ГЛАВА II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

### § 2.1. Общая характеристика сантехники как товарной группы

#### Описание

Условно всю сантехнику специалисты подразделяют на «белую» (внешнюю), создающую интерьер помещения, и «черную» (внутреннюю), скрытую от глаз, обеспечивающую функционирование всей системы в целом.

В специализированном варианте под сантехникой следует понимать сантехнические приборы, устройства и изделия, устанавливаемые в санитарно-бытовых помещениях для осуществления гигиенических и хозяйственно-бытовых процедур. Этот список довольно широк:

- мойки кухонные
- ванны
- душевые поддоны и кабины
- умывальники
- унитазы
- биде
- писсуары
- а также все необходимые внешние и внутренние подводы.

В более широком смысле санитарно-технические приборы, устройства и изделия представляют собой весь комплекс инженерного оборудования современных зданий, обеспечивающих холодное и горячее водоснабжение, канализацию, водоотвод, мусороудаление и газоснабжение.

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

#### Место санфаянса на рынке сантехники

Санфаянс (санитарный фаянс) – объединенное название нескольких материалов, из которых производят некоторую сантехнику, а именно раковины, унитазы, биде, писсуары и прочее. Санфаянс изготавливают из фарфора (полуфарфора, фаянса) и керамической краски. По сути, санфаянс – это глазурованная керамика. В группу «глазурованной керамики» входят: фарфор, полуфарфор и фаянс.

Важнейшей технической характеристикой керамики является водопоглощение и в зависимости от его величины происходит деление на виды керамики:

- фарфор – водопоглощение менее 0,5% (по европейскому стандарту к фарфору относят керамику с водопоглощением не более 0,8%);
- полуфарфор – от 0,5 до 5 % (градация по ГОСТ СССР);
- фаянс – от 5 до 13 %.

Чем ниже водопоглощение материала, тем выше качество сантехнических изделий из санфаянса. Разница между различными типами санфаянса состоит в комбинации сырья. Они обжигаются при различных температурах (от 1100 до 1300°C) с использованием различных процессов, разработанных для каждого материала. Все фабрики используют одинаковую технологическую цепочку производства глазурованной керамики санфаянса.

...

...

...

...

## § 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 2007-2015 гг. и первой половине 2016 г.**

Самым крупным самостоятельным предприятием по производству санитарной керамики в России на сегодняшний день является компания SANTEK, эту продукцию выпускают два предприятия, оба расположенные в Чувашии: ООО «Керамика» и Филиал ООО «Керамика» в г.Новочебоксарске. Данное предприятие в 2015 году стало единственным, выпустившим более 2 млн изделий, усилиями двух своих заводов, хотя в стране есть еще несколько предприятий, способных производить такой объем. Это «Кировская керамика» и «Угракерам» (оба расположены в Калужской области), а также «Самарский Стройфарфор» и «Сызранская керамика» (оба в Самарской области).

Так, ЗАО «Угракерам» (марка Santeri), в 2007-2013 гг. выпускало более 2 млн штук изделий ежегодно, но в 2014-2015 гг. вынуждено было снизить обороты из-за кризиса. «Кировская керамика» была близка к уровню 2 млн. единиц сантехники в 2012 году, но потом производство также стало уменьшаться. До этого времени завод ежегодно увеличивал объемы выпуска на 5-8%. Завод является одним из лидеров отрасли, в июле 2015 г. компания запустила новую торговую марку — Kirovit. Под этой маркой начался выпуск мебельных умывальников средних и больших размеров от 700 до 1200 мм.

Но 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 4,5 млн единиц санфаянсовых изделий. Это и есть лидер отрасли на сегодняшний день.

Отрасль при этом достаточно консервативна — притом что кризисные потрясения ее задевают не слишком сильно, новые игроки появляются довольно редко. Последним таким новичком стала компания «Витра». 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, работает с 2011 года, производя 3,2 млн. кв. м плитки в год. По российским меркам мощности предприятия пока невелики. Предприятие способно выпускать 250 тысяч единиц сантехнических изделий в год, но к 2020 году руководство компании планирует увеличить эту цифру до миллиона.

В целом картина роста производства керамической сантехники в России, начиная с 2005 г. выглядит следующим образом (см. Таблицу 4).

Таблица 4. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2005-2015 гг. и первой половине 2016 г., тыс. шт.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 I п/г
<b>Калужская область</b>	<b>2 845,0</b>	<b>3 344,2</b>	<b>3 690,3</b>	<b>3 626,1</b>	<b>3 538,7</b>	<b>3 751,4</b>	<b>3 844,5</b>	***	***	***	***	***
АО «КИРОВСКАЯ КЕРАМИКА»	1 371,1	1 533,2	1 622,1	1 656,1	1 498,7	1 711,7	1 832,5	***	***	***	***	***
ЗАО «УГРАКЕРАМ» (РОСА GROUP)	1 473,9	1 811,0	2 068,2	1 970,0	2 040,0	2 039,7	2 012,0	***	***	***	***	***
<b>Самарская область</b>	<b>728,0</b>	<b>775,6</b>	<b>952,7</b>	<b>1 440,5</b>	<b>1 256,5</b>	<b>1 416,2</b>	<b>1 943,0</b>	***	***	***	***	***
ООО «САМАРСКИЙ СТРОЙ-ФАРФОР»	728,0	775,6	952,7	1 130,0	943,0	1 167,0	1 590,0	***	***	***	***	***
ЗАО «СЫЗРАНСКАЯ КЕРАМИКА» (CERSANT)	0,0	0,0	0,0	310,5	313,5	249,2	353,0	***	***	***	***	***
<b>Чувашская Республика</b>	<b>496,8</b>	<b>889,0</b>	<b>1 098,4</b>	<b>1 531,8</b>	<b>1 491,0</b>	<b>1 687,5</b>	<b>1 782,7</b>	***	***	***	***	***
ООО «КЕРАМИКА» (РОСА GROUP)	290,0	529,0	656,7	980,0	936,0	1 100,0	1 200,0	***	***	***	***	***
ФЛ ООО «КЕРАМИКА» (РОСА GROUP)	206,8	360,0	441,7	551,8	555,0	587,5	582,7	***	***	***	***	***
<b>Московская область</b>	<b>938,6</b>	<b>1 133,4</b>	<b>1 127,8</b>	<b>1 384,1</b>	<b>1 100,5</b>	<b>1 227,8</b>	<b>1 361,8</b>	***	***	***	***	***
ЗАО «ЛОБНЕНСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНОГО ФАРФОРА» (ЛЗСФ)	849,0	871,1	964,8	990,0	870,0	960,0	1 036,3	***	***	***	***	***
ООО «НОГИНСКИЙ СТРОЙ-ФАРФОР»	89,6	262,3	163,0	394,1	230,5	267,8	325,5	***	***	***	***	***
ООО «ВИТРА САНТЕХНИКА»	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***	***	***	***
<b>Новосибирская область</b>	<b>0</b>	<b>306,0</b>	<b>431,0</b>	<b>445,0</b>	<b>467,0</b>	<b>481,0</b>	<b>636,0</b>	***	***	***	***	***
ООО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ «УНИВЕРСАЛ»	0	306,0	431,0	445,0	467,0	481,0	636,0	***	***	***	***	***

Белгородская область	419,4	401,6	506,7	489,1	510,8	636,5	673,9	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И БЫТ-ТЕХНИКИ»	419,4	401,6	506,7	489,1	510,8	636,5	673,9	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Волгоградская область	355,9	375,0	354,7	344,4	344,0	408,0	480,6	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ОАО «ВОЛГОГРАДСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»	355,9	375,0	354,7	344,4	344,0	408,0	480,6	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Ленинградская область	0	0	0	325,7	368,4	415,8	468,6	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ООО «РОКА РУС»	0	0	0	325,7	368,4	415,8	468,6	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Свердловская область	640,6	620,9	620,2	520,8	418,9	467,9	460,1	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ОАО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ» (УРАЛКЕРАМИКА)	640,6	620,9	620,2	520,8	418,9	467,9	460,1	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Смоленская область	131,9	134,6	139,4	145,5	199,0	223,2	272,1	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ООО «ГНЕЗДОВО»	131,9	134,6	139,4	145,5	120,0	120,0	145,1	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ЗАО «ФАЯНС»	0,0	0,0	0,0	0,0	79,0	103,2	125,0	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Челябинская область	302,4	305,3	316,8	222,6	219,1	256,7	216,5	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ООО «КСАНТА»	302,4	305,3	316,8	222,6	219,1	256,7	216,5	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Санкт-Петербург	415,4	445,6	455,1	517,5	367,4	409,8	156,4	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ООО «ЗАВОД «СТРОЙФАРФОР»	415,4	445,6	455,1	517,5	367,4	409,8	156,4	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Иркутская область	339,0	257,0	236,5	283,8	308,0	71,0	0,0	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
ЗАО «АНГАРСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»	339,0	257,0	236,5	283,8	308,0	71,0	0,0	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
<b>ИТОГО, выпуск в РФ</b>	<b>7 613,0</b>	<b>8 988,2</b>	<b>9 929,6</b>	<b>11 276,9</b>	<b>10 589,3</b>	<b>11 452,8</b>	<b>12 296,2</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>

Источник: AVARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

### Ассортимент производимых изделий

Ассортимент выпускаемых изделий различается от компании к компании. Все предприятия без исключения производят унитазы, бачки и раковины (умывальники). Более «продвинутые» производители имеют в своей ассортиментной линейке навесные и встраиваемые унитазы, биде, писсуары, рукомойники и другую специализированную продукцию.

Таблица 5. Торговые марки и товарный ассортимент российских производителей санфаянса.

Производитель	Торговые марки	Ассортимент
«КИРОВСКАЯ КЕРАМИКА»	ROSA, KIROVIT, DREJA (для компании «Дрея»)	Умывальники, мебельные умывальники, унитазы-компакты, писсуары, биде, хирургические умывальники, напольные унитазы
ЗАО «УГРАКЕРАМ» (ROCA GROUP)	Santeri	Раковины, в т.ч. мебельные умывальники, рукомойники, унитазы-компакты
ООО «САМАРСКИЙ СТРОЙФАРФОР»	Sanita, Sanita Lux	Унитазы, раковины, мебель для ванной, писсуары, биде, смесители и комплектующие
ЗАО «СЫЗРАНСКАЯ КЕРАМИКА»	Albau, Dorff, Vidima, Erica, Cersanit	Унитазы, бачки и раковины
ООО «КЕРАМИКА»	Santek	Унитазы с бачками, умывальники с постаментами, писсуары, подвесные унитазы и биде, а также широкий ассортимент умывальников для комплектации мебели для ванных комнат
ЗАО «ЛОБНЕНСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНОГО ФАРФОРА» (ЛЗСФ)	«Лобненский стройфарфор»	Унитазы, смывные бачки, умывальники с пьедесталами и без них, биде, писсуары, лабораторные раковины
ООО «НОГИНСКИЙ СТРОЙФАРФОР»	Della	унитазов, умывальников, бачков, пьедесталов
ООО «ВИТРА САНТЕХНИКА»	Vitra	***
ООО «Объединение стройматериалов и быттехники»	«Оскольская керамика»	***
ООО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ «УНИВЕРСАЛ»	«Универсал»	***
ОАО «Волгоградский керамический завод»	Gesso	***
ООО «Рока Рус»	Roca, Jika	***
ООО «ГНЕЗДОВО»	«Гнездово»	***
ЗАО «ФАЯНС»	Без торговой марки	***

Источник: ABARUS Market Research по данным компаний.



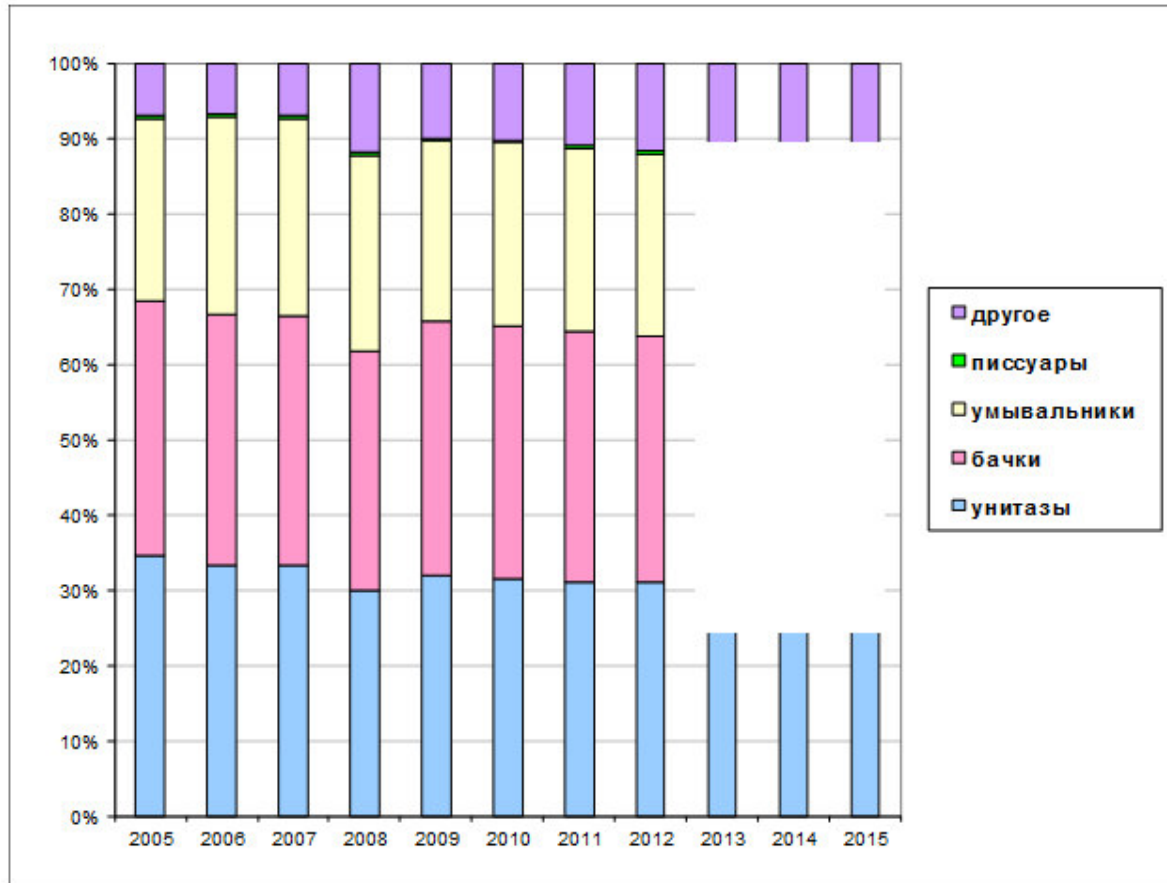
### Товарная структура производства

Как видно из Рисунка 13, в штучном выражении преобладают унитазы и бачки (вместе порядка 62-63% в последние несколько лет), умывальники производятся в меньшем количестве – около 25%, а такие изделия, как писсуары, в российской номенклатуре занимают весьма скромное, почти незаметное место – около 1%, так как далеко не каждый российский производитель занимается производством писсуаров. Поэтому данная товарная ниша практически на 80% занята импортом.

Примечательным является то, что товарная структура с течением времени является практически неизменной, разве что доля писсуаров и других изделий медленно увеличивается. Биде еще несколько лет назад было довольно редким товаром отечественного производства, но теперь уже около половины производителей выпускают биде различных конструкций.

Биде и другие изделия входят в группу «другое». В эту же категорию включена иная сантехническая продукция из керамики, такая, как рукомойники, керамические трубы, фитинги, поддоны и т.д., не выделяемые статистикой в отдельные категории.

Рисунок 13. Структура российского рынка санитарных керамических изделий в 2005-2015 гг., % в натуральном выражении.



### § 2.3. Отечественное производство санитарной керамики

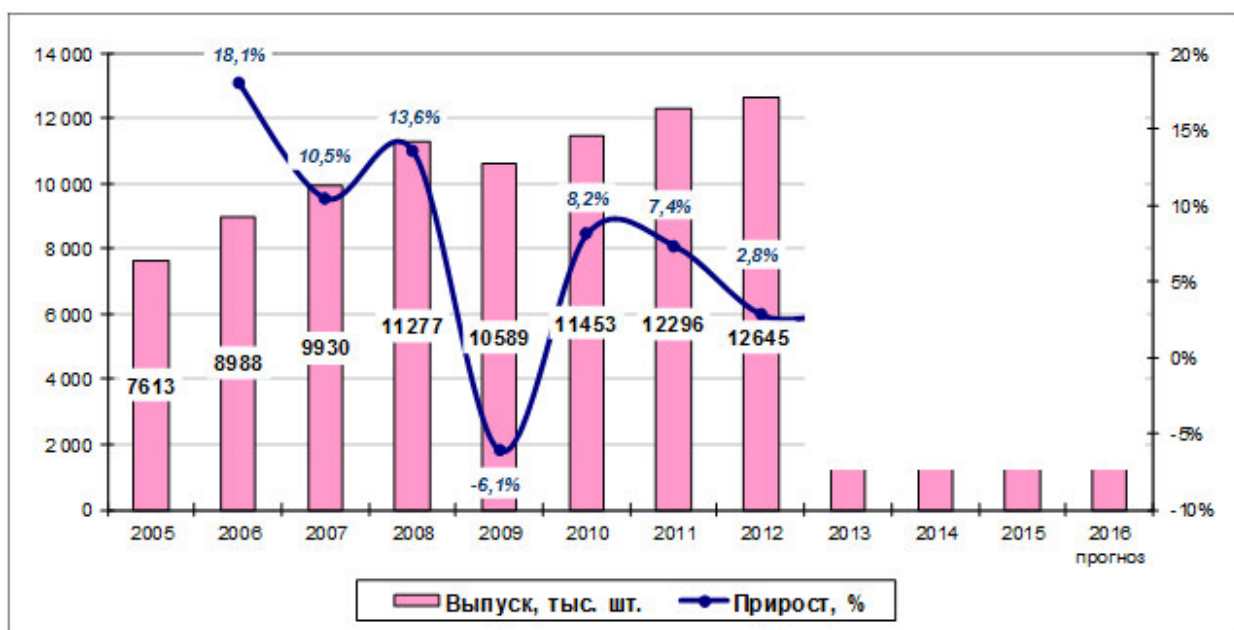
#### Динамика общего производства в 2007-2016 гг., тыс. изделий

В начале 90-х годов в России ежегодно производилось 6,5-7 млн. шт. санитарных керамических изделий в год. Максимальный объем производства того периода был отмечен в 1992 году, с этого времени объемы выпуска начали снижаться, и к 1996 году производство упало вдвое. Причины падения были общие для всей строительной индустрии того времени – сокращение объемов строительства и ремонта, а также падение объемов инвестиций в отрасль.

Мощным стимулом к возобновлению роста отечественного производства сантехники послужила девальвация рубля. В 1999 году выпуск санитарных керамических изделий увеличился на 24%, в 2000 году – еще на 10%. В середине 90-х годов с помощью иностранных инвесторов многим предприятиям отрасли удалось провести модернизацию производства, закупить современное оборудование и технологии и наладить выпуск конкурентоспособной продукции, которая после девальвации рубля стала значительно дешевле импортной.

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

Рисунок 14. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

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

Если посмотреть выпуск по месяцам, то можно увидеть, что динамика производства игнорирует кризисные явления до самого конца 2008 года. В январе-марте 2009 г. выпуск отечественной керамики, вопреки всему, выглядел оптимистично, затем в течение трех месяцев был спад, который сменился устойчивым ростом после июля. В 2011 году после мартовского всплеска идет снижение, которое сменяется ростом во второй половине года.

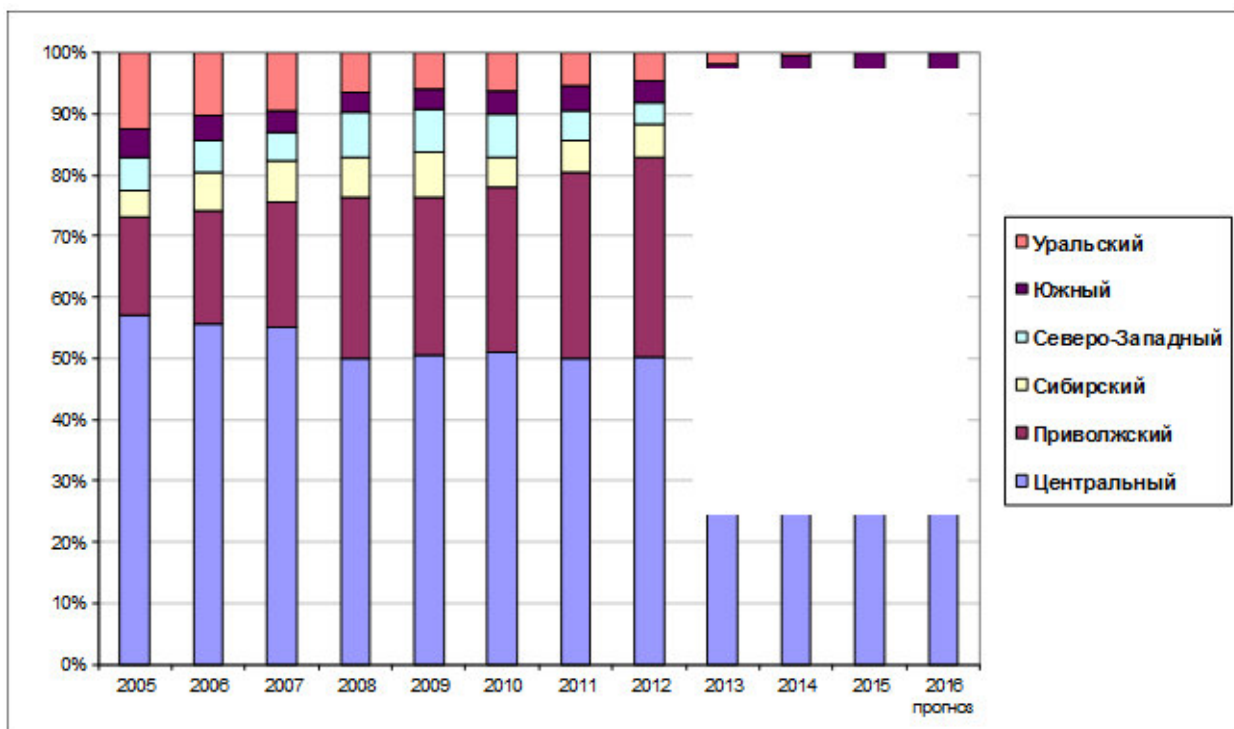
В дальнейшие периоды выпуск все менее становится ровным и предсказуемым. В первом квартале 2015 года, как обычно, наметился рост, но затем производство стало снижаться. Однако, начиная с июля, снова заметно постепенное увеличение выпуска. Похоже, что, заметив снижение импорта, отечественные производители увидели перспективы дополнительного сбыта, и стали наращивать производство. В первой половине 2016 года заметны сильные колебания, создается впечатление, что производители пытаются нащупать рыночную динамику, но все еще непонятно – будет ли год удачным, или во второй половине достигнут сложности со сбытом.

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

### **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.

Рисунок 16. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

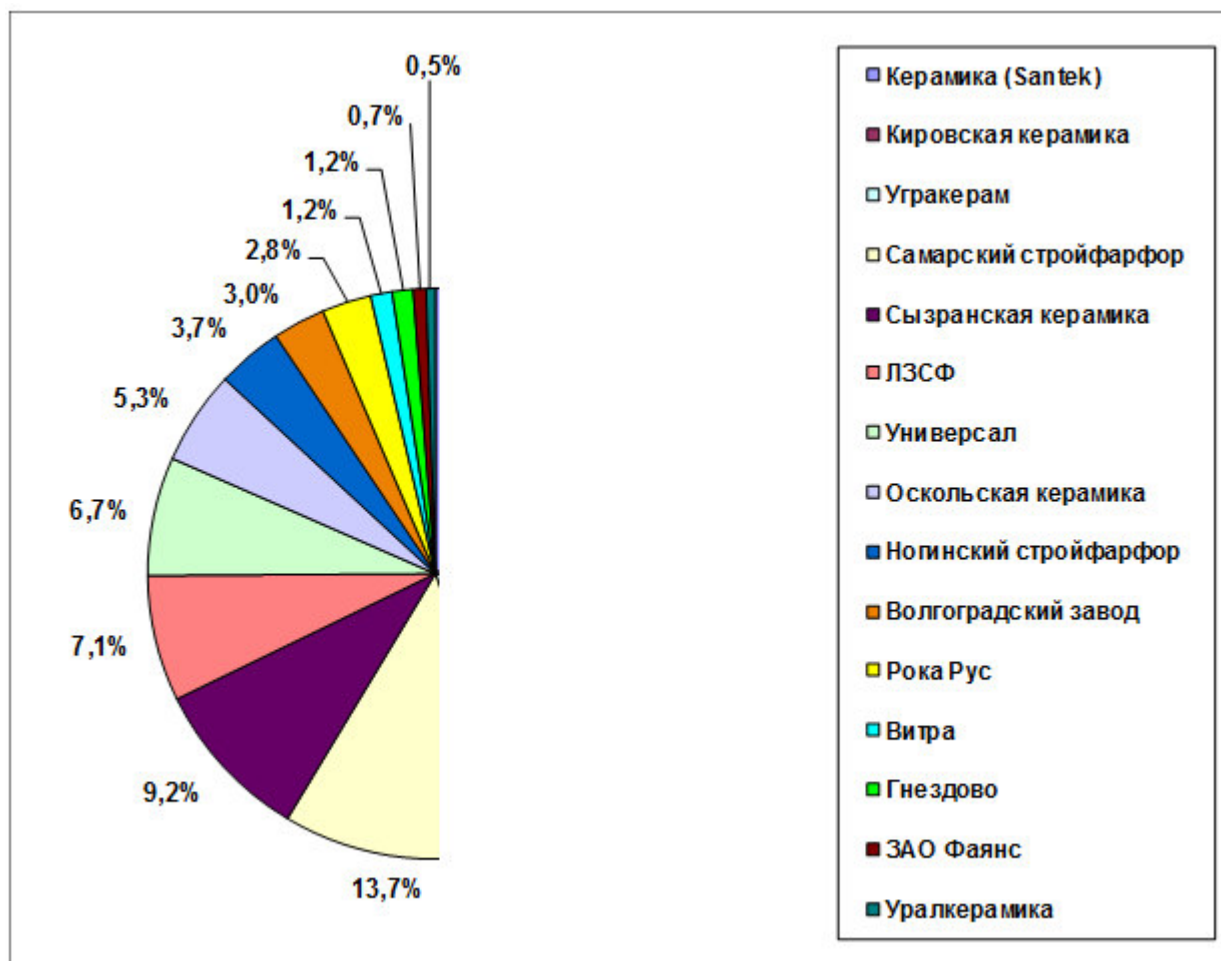
Но в последние несколько лет картина сильно изменилась: Уральский округ прекратил производство (закрылись два предприятия), а в Приволжском, наоборот, деятельность активизировалась. В результате сейчас на долю поволжских компаний приходится более 45% (десять лет назад было около 15%), а доля Центрального сократилась до 40%, несмотря на появление завода «Витра» в Подмоскowie. Доля Сибирского округа стабильна, примерно так же обстоят дела в Южном, а производство в Северо-Западном округе сокращается.

### Концентрация производства

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

На Рисунке 17 можно посмотреть, как выглядел рейтинг отечественных предприятий в 2014 г., а на Рисунке 18 отражена картина, полученная для 2015 года.

Рисунок 17. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2014 г., %.

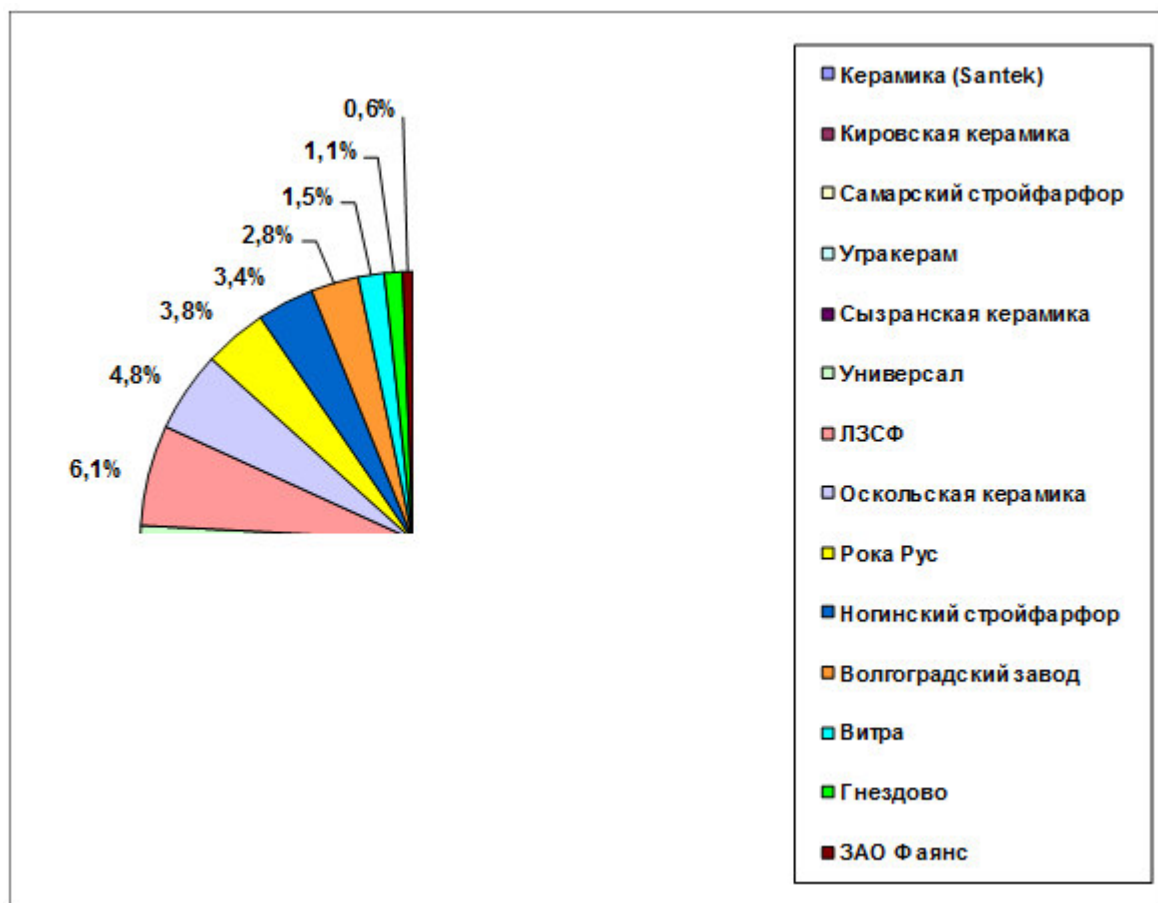


Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Положение этих компаний в рейтинге иногда меняется, но в целом пятерка лидеров довольно стабильна. Не похоже, что в ближайшее время кто-то может «вклиниться» в этот пул крепких и уверенных в себе производителей.

На эти пять предприятий приходится уже более 70% всего производства, причем эта доля хоть и медленно, но стабильно растет. Похоже, в российском производстве санитарной керамики происходит усиление концентрации, даже несмотря на появление новичков.

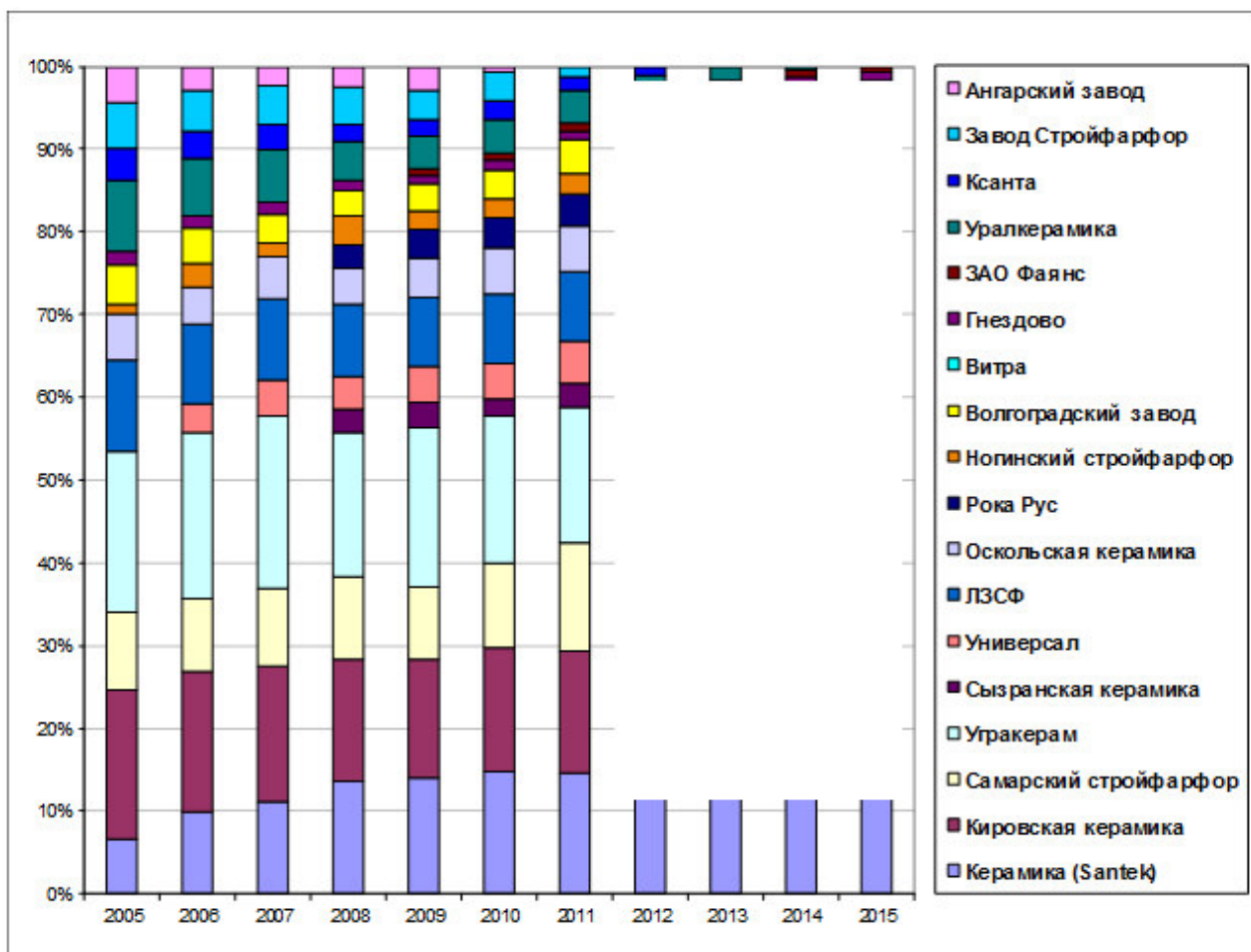
Рисунок 18. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2015 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Динамика производства керамических изделий по ведущим производителям за последние 10 лет выглядит следующим образом (см. Рисунок 19).

Рисунок 19. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2005-2015 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

Отечественные производственные предприятия преимущественно ориентированы на выпуск сантехнических изделий эконом-класса, тогда как за европейскими производителями остается верхний и значительная часть среднего ценовых сегментов российского рынка.

Гарантированную стабильность на рынке российским производителям обеспечивают строители – подавляющая доля строящегося жилищного фонда укомплектовывается именно отечественной сантехникой. Это касается не только муниципального строительства, что естественно и привычно, но и коммерческого.

Конкурентами российских производителей на отечественном рынке выступают производители сантехники из Китая, Белоруссии, Украины, а также Чехии и Польши, поскольку их продукция также ориентирована преимущественно на сегмент «эконом».

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

### **Потери отрасли, привлечение в отрасль новых игроков**

Кризис 2008-2009 гг. потребовал нескольких жертв – выпуск прекратили три предприятия. Первым в 2010 году сошел с дистанции Ангарский керамический завод (Иркутская область), затем, в 2011 году, перестал выпускать продукцию Завод «Стройфарфор» (Санкт-Петербург). Отголоски кризиса, плавно перешедшие в новую рецессию, также не замедлили себя проявить: в середине 2014 года полностью прекратился выпуск санитарных изделий на предприятии «Уралкерамика». Хорошая новость в том, что компания не покинула рынок и не обанкротилась, просто отказалась от производства санфаянсовых изделий, не выдержав конкуренции, и сосредоточила усилия на специализации под выпуск керамической плитки и керамогранита.

За этот период в списке производителей произошли совсем незначительные изменения: появился новый производитель в Ленинградской области – ООО «Рока Рус» (2008) и «Витра сантехника» (2014) в Московской области. Эти две компании с иностранным капиталом хоть и выпускают продукцию международного уровня, но по масштабам эти предприятия пока небольшие.

...

...

...

...

...

### **Прогноз производства до 2022 года**

В 2016 году ожидать больших приростов не стоит, хотя они и могут произойти. Но по-прежнему остается риск пережить и очередное небольшое падение производства, так как предприятий в отрасли не слишком много, и любые положительные или отрицательные события даже у одного из них могут серьезно повлиять на итоговый объем годового производства. Пока же выпуск держится на уровне первого полугодия прошлого года и легко может сдвинуться как в сторону повышения, так и в сторону понижения. Многое зависит от состояния российской экономики во втором полугодии, а как известно, именно во втором полугодии чаще всего происходят всевозможные политические и экономические катаклизмы.

...

...

...

...

...



### ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

#### § 3.1. Динамика импорта в количественном и ценовом выражении в 2007-2015 гг. и первой половине 2016 г.

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

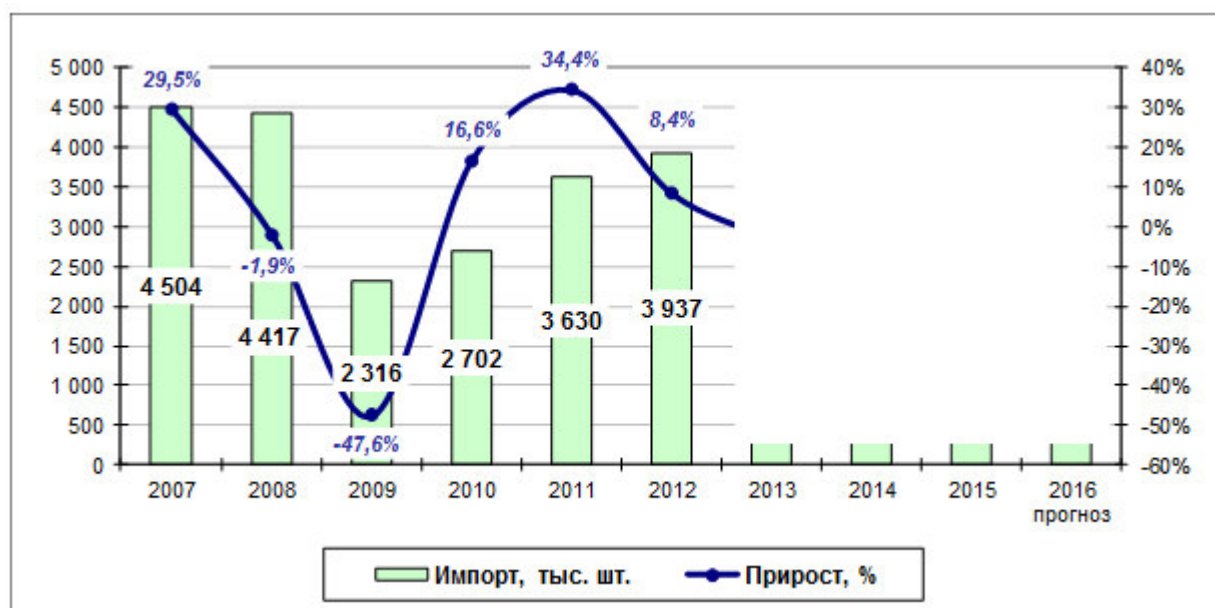
Таблица 7. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2015 гг.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Импорт, тыс. шт.	4 504	4 417	2 316	2 702	3 630	***	***	***	***
Импорт, тыс. долл.	134 450	141 912	81 182	98 882	134 830	***	***	***	***
Средняя цена, \$/кг	29,9	32,1	35,0	36,6	37,1	***	***	***	***

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 три-четыре года.

Рисунок 21. Динамика импортных поставок сантехнических изделий из керамики в РФ в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

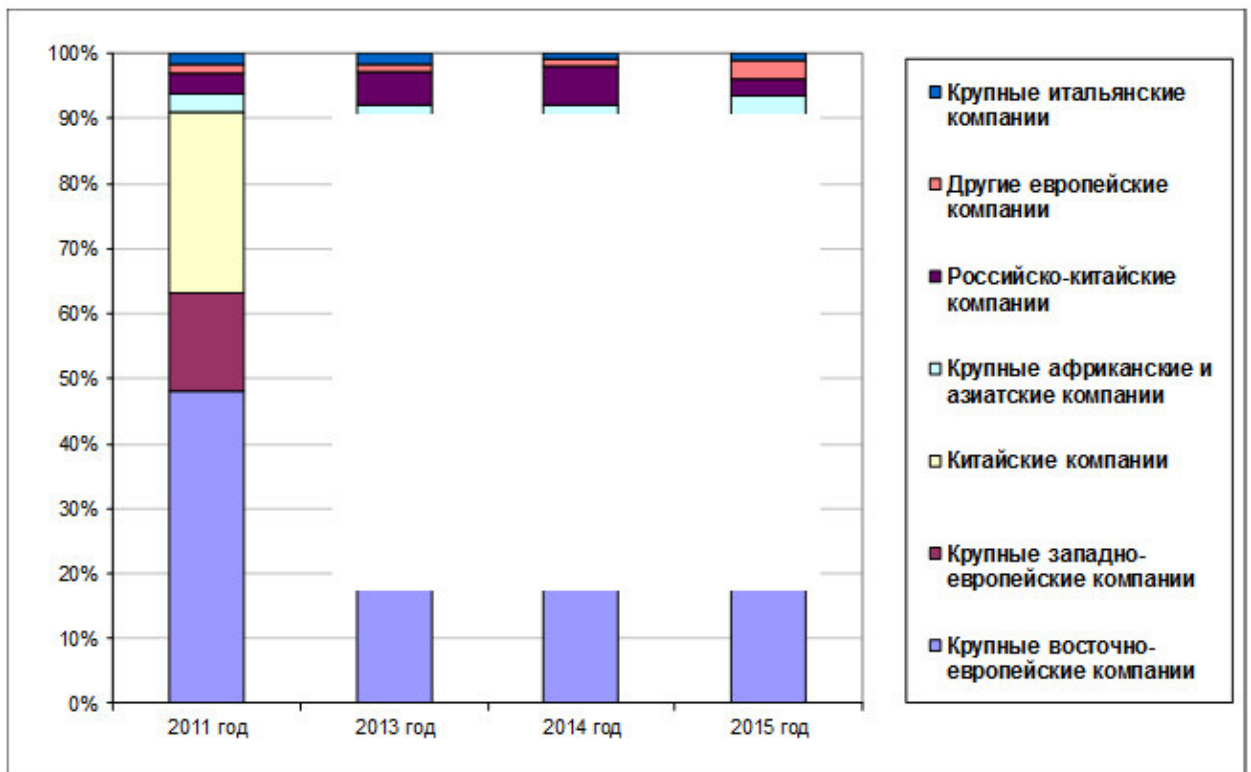
Если анализировать импортные поставки по географическому принципу, то в 2011 году лидерами выступали страны СНГ и другие страны Восточной Европы. На их долю приходилось почти \*\*\*% импорта. Около \*\*\*% импорта поставлялось из Китая (узнаваемых китайских брендов на российском рынке почти нет, но каждый крупный китайский производитель поставляет не менее 1 тысячи штук изделий).

Таблица 8. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2015 гг. и первом полугодии 2016 г. по географическому принципу, тыс. шт.

Категория стран	2011 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	I п/г 2016 г.
Крупные восточноевропейские компании	1747,6	***	***	***	***
Крупные западноевропейские компании	549,2	***	***	***	***
Китайские компании	1010,0	***	***	***	***
Крупные африканские и азиатские компании	102,4	***	***	***	***
Российско-китайские компании	112,0	***	***	***	***
Мелкие европейские компании	43,8	***	***	***	***
Крупные итальянские компании	65,2	***	***	***	***
<b>Всего импорт</b>	<b>3630,1</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Рисунок 22. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2015 гг. по географическому принципу, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2013 году китайского товара стало больше – около \*\*%. Доля восточно-европейских компаний снизилась до \*\*%, а вот западноевропейские усилили свои позиции, в том числе и за счет того, что все большая доля этих брендов производится в Китае, но они по-прежнему воспринимаются потребителем как «западные». На долю собственно итальянских, немецких, турецких производителей в 2013 г. приходилось по \*\*%, а в общем объеме западноевропейские бренды занимали на тот момент \*\*% (в 2011 году их было менее \*\*%).

В 2014 году картина стала меняться. Как ни странно, начал уменьшаться объем импорта китайской продукции (почти до \*\*%), а вот восточно-европейские страны увеличили свою долю. Западноевропейские марки при этом также не уступают занятые рыночные позиции.

...

...

...

В 2015 году наметившаяся тенденция заметно усилилась. Восточноевропейские производители практически оккупировали половину сегмента импорта. Теперь \*\*% импортных изделий, продающихся на российском рынке, это продукция из Беларуси, Украины и Польши.

А вот поставки из Китая продолжают стремительно падать, теперь доля китайских марок составляет всего \*\*%. При этом китайская продукция, завозимая под «российскими» лейблами, сократилась в два раза по сравнению с предыдущим годом. Западные марки занимают в 2015 году примерно столько же, сколько и в 2013 году — \*\*%, но при этом сегмент наиболее дорогих и качественных изделий, например, из Италии, заметно сократился.

### **§ 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.

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 2011-2016 гг., крупнейшие производители западноевропейских стран.

Компании	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	I п/г 2016
IDEAL STANDARD, ECE BANYOI GER-ECLERI SAN.VE TIC. A.S. и другие	Франция, Германия, Италия, Чехия, Болгария, Великобритания, Польша, Турция	IDEAL STANDARD, VIDIMA	202,0	***	***	***	***
ROCA SANITARIO S.A, Z.W.S. SILESIA SP.Z.O.O. и другие	Болгария, Испания, Польша, Чехия, Китай, Малайзия	ROCA, JIKA, LAUFEN, ARMANI	89,6	***	***	***	***
JACOB DELAFON, KOHLER GMBH, KOHLER INDIA LTD., SHANGHAI KOHLER, OLIVEIRA & IRMAO	Германия, Италия, Франция, Португалия, США, Китай, Испания, Марокко, Индия, Таиланд	KOHLER, JACOB DELAFON	47,5	***	***	***	***
KERAMIK LAUFEN AG, LAUFEN AUSTRIA AG, LAUFEN BATHROOMS AG, LAUFEN CZ S.P.O.	Швейцария, Австрия, Чехия, Германия, Польша, Малайзия	LAUFEN, JIKA	48,8	***	***	***	***
VILLEROY & BOCH AG и другие компании	Германия, Франция, Италия, Румыния, Венгрия, Мексика, Таиланд	VILLEROY & BOCH	11,6	***	***	***	***
GUSTAVSBERG, PRODUCTION MONDIAL, LECICO EGYPT S.A.E.	Швеция, Германия, Польша, Румыния, Египет	GUSTAVSBERG	24,5	***	***	***	***
AM.PM AG	Турция, Германия, Великобритания, Китай, Египет	AM.PM	10,5	***	***	***	***
IKEA	Турция, Швеция, Португалия, Болгария	IKEA	30,6	***	***	***	***
DURAVIT AG	Германия, Египет	DURAVIT	17,8	***	***	***	***
KERASAN S.R.L.	Польша, Италия, Германия	KERASAN	7,8	***	***	***	***
KERAMAG KERAMISCH WERKE AG	Германия, Италия, Франция, Польша	KERAMAG	1,6	***	***	***	***
CERAMICAS GALA S.A.	Испания	GALA	5,2	***	***	***	***
IDO BATHROOM LTD	Финляндия, Франция, Швеция, Италия, Польша, Германия	IDO	10,5	***	***	***	***
NOKEN DESIGN	Испания	NOKEN	2,0	***	***	***	***

IFO SANITAR AB	Швеция, Польша	IFO	6,0	***	***	***	***
WISA B.V.	Нидерланды	WISA	1,8	***	***	***	***
BLANCO GMBH+ CO KG	Германия	BLANCO	1,0	***	***	***	***
THE IMPERIAL BATHROOM COM- PANY LTD	Великобритания	IMPERIAL	0,0	***	***	***	***
SANINDUSA	Португалия	SANINDUSA	1,6	***	***	***	***
TWYFORD BATHROOMS	Великобритания	TWYFORD	20,5	***	***	***	***
BELLAVISTA	Испания	BELLAVISTA	7,3	***	***	***	***
CANELA SPRING S.L.	Испания	CANELA SPRING	1,1	***	***	***	***
Остальные	Разные страны	Разные марки	43,8	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

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

Что же касается российско-китайских брендов IDDIS и EVA GOLD, то, как уже было сказано выше, в последние годы их поставки сильно снизились, впрочем, как и других китайских производителей.

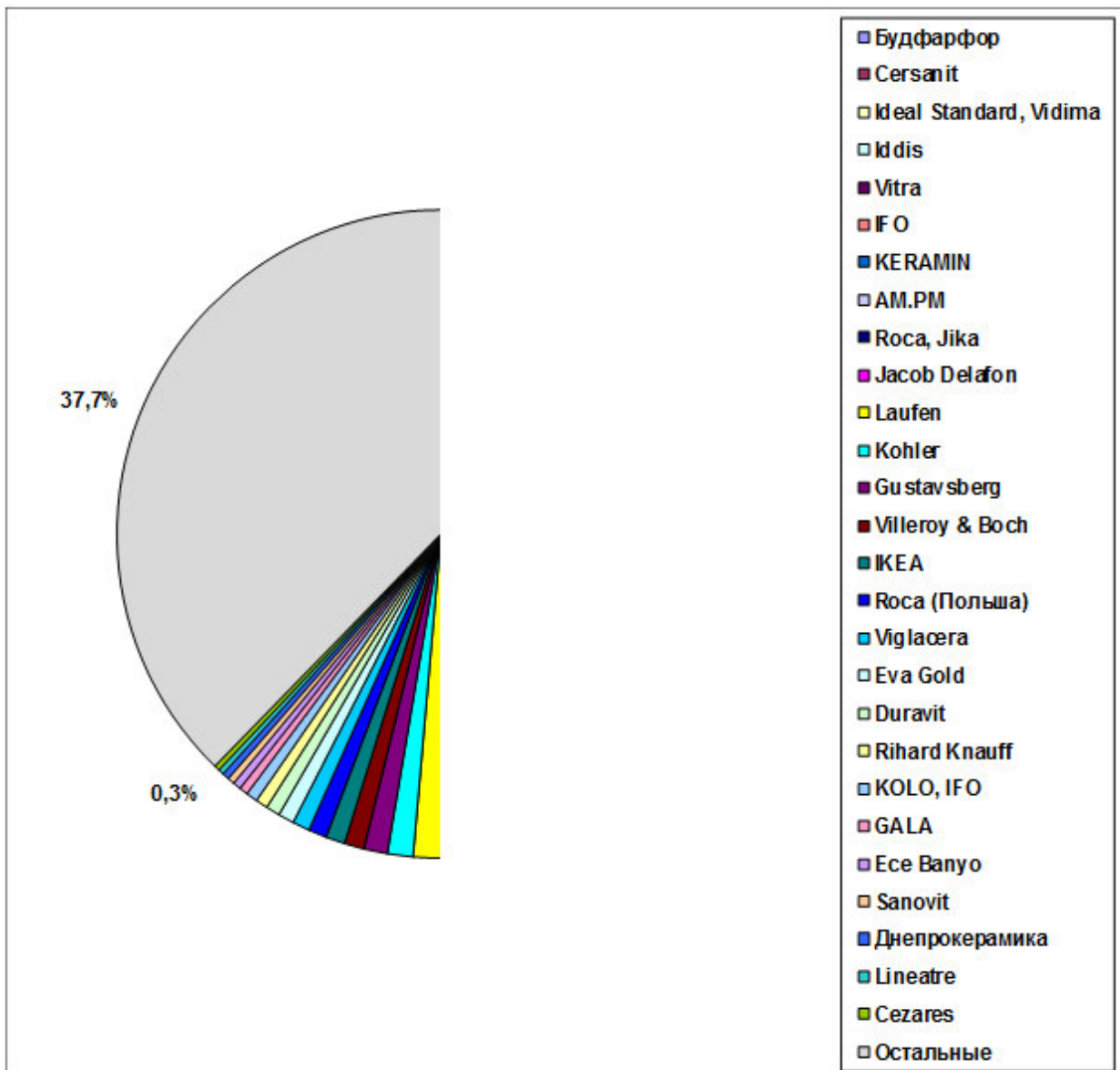
Таблица 13. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг., крупнейшие китайские производители.

Компания	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	I п/г 2016
TANGSHAN IMEX INDUSTRIAL CO., TANGSHAN ZHENG DAN TRADE CO., CHONG QING SWELL SANITARY WARE (GROUP) CO. и другие	Китай-Россия	IDDIS	112,0	***	***	***	***
CHAOZHOU VILANDOR SANITARY WARE FACTORY, CHAOZHOU YATAO CERAMICS CO. и другие	Китай-Россия	EVA GOLD	0,0	***	***	***	***
<b>ОСТАЛЬНЫЕ КИТАЙСКИЕ МАРКИ</b>	<b>Китай</b>	<b>Разные марки</b>	<b>1010,0</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Если смотреть по месту каждого бренда в общем объеме импорта, то таких марок, которые занимали хотя бы 1%, в 2013 году можно было насчитать около 20-25. В 2015 году, из-за общего снижения импорта, подобных марок осталось всего 15.

Рисунок 25. 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 2007-2015 гг. и первой половине 2016 г.

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, и в 2015 году он преодолел отметку в \*\*\* млн изделий.

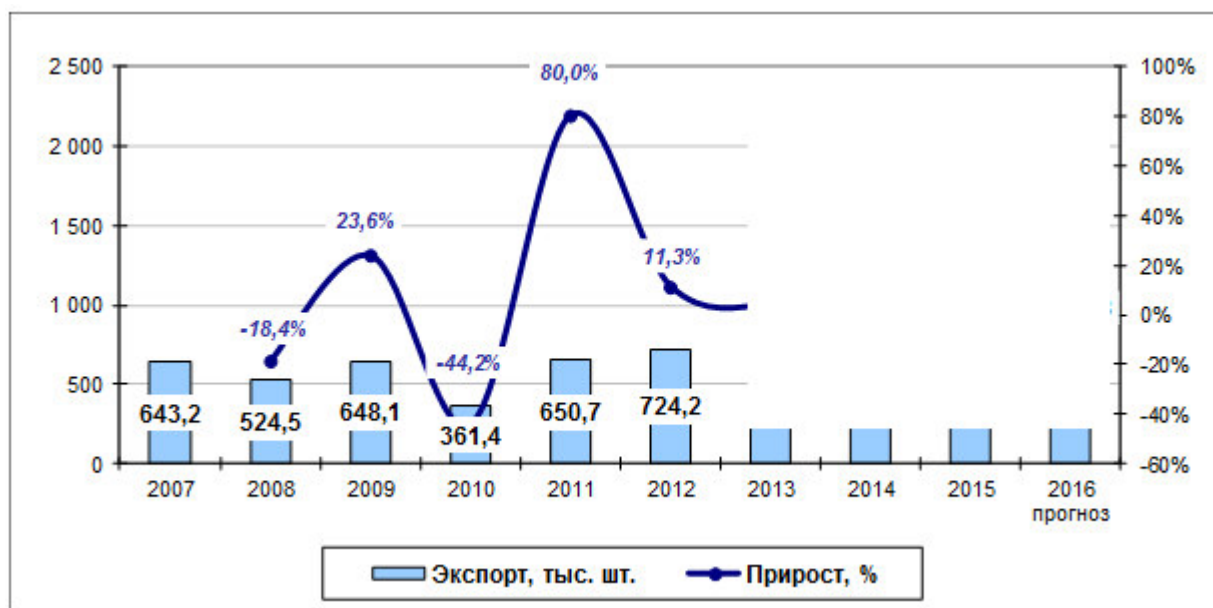
Таблица 14. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2015 гг.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Экспорт, тыс. шт.	643	525	648	361	651	***	***	***	***
Экспорт, тыс. долл.	14 341	13 262	13 887	8 348	19 655	***	***	***	***
Средняя цена, \$/шт.	22,3	25,3	21,4	23,1	30,2	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2016 году ожидается дальнейшее увеличение экспортных поставок. Возможно, экспорт достигнет 2 млн изделий. В целом, российские производители нацелены на активную экспортную деятельность.

Рисунок 27. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 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. в последние годы), ООО «Керамика» (SANTEK), в 2014 году экспортировавшая около 200 тыс. шт., а в 2015 г. около 270 тыс., АО «Кировская керамика» (также более 250 тыс. ед. в 2015 году), «Угракерам» (100-130 тыс.).

В мае 2014 года «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 150 тыс.ед., ООО «Объединение стройматериалов и быттехники» (около 90 тыс.), «Рока сантехника» (также около 90 тыс. шт.). Остальные компании вывозят за рубеж продукцию в меньших количествах.

До 2011 года активно экспортировала свою продукцию компания «Уралкерамика» (40-50 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 2011-2015 гг., тыс. шт.

Компания-экспортер	2011	2013	2015
ООО «Самарский стройфарфор» (Sanita)	129,1	***	***
ООО «Керамика» (Santek)	132,3	***	***
АО «Кировская керамика»	114,3	***	***
ЗАО «Угракерам» (Santeri)	90,1	***	***
ЗАО «Сызранская керамика» (Cersanit, Erica)	20	***	***
ООО «Объединение стройматериалов и быттехники»	38,1	***	***
ООО «Рока Рус»	39,1	***	***
ООО «Витра Сантехника»	0	***	***
ООО «Завод керамических изделий «Универсал»	20,1	***	***
ОАО «Волгоградский керамический завод»	30	***	***
ООО «Ногинский стройфарфор» (Della)	10,6	***	***
ЗАО «ЛЗСФ»	10,1	***	***
ООО «Гнездово»	1,6	***	***
ЗАО «Фаянс»	5	***	***
ОАО «Завод керамических изделий» (Уралкерамика)	0	***	***
ООО «Завод «Стройфарфор»	10,3	***	***

Источник: Расчеты ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

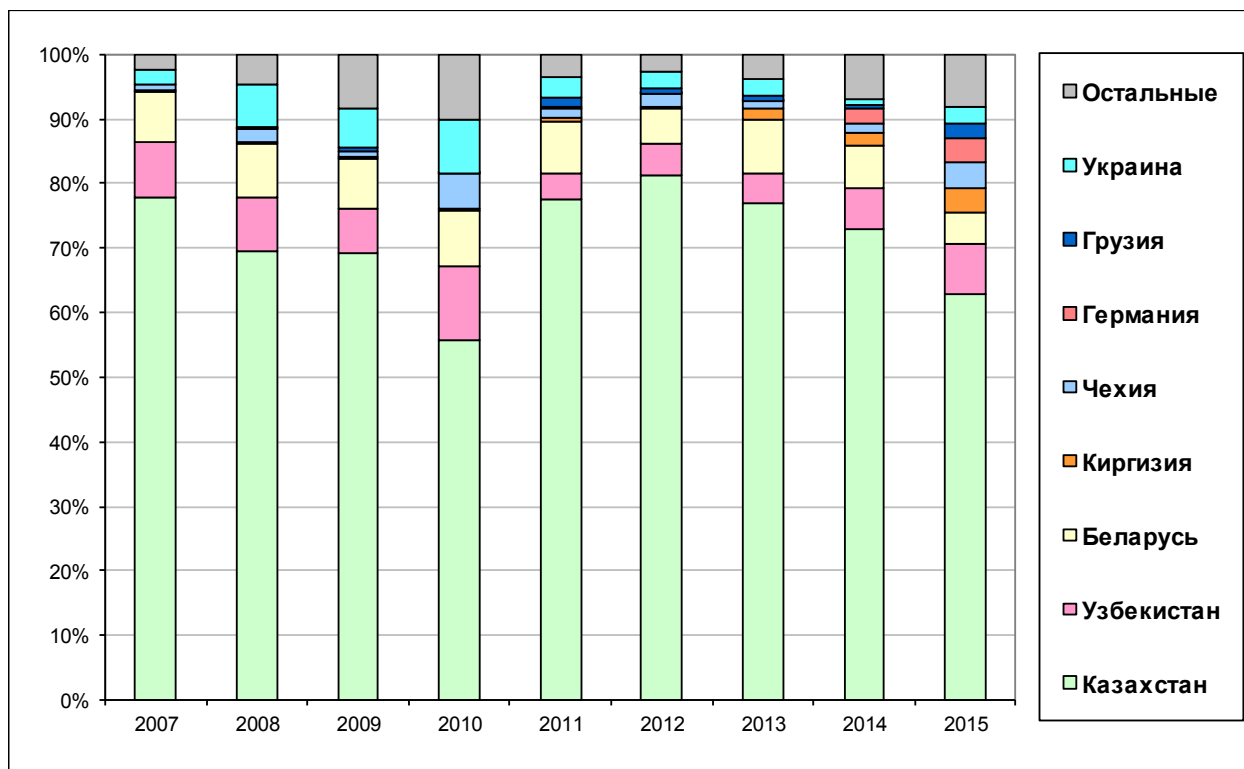
Но особенно стоит отметить компанию «Витра сантехника», которая сразу после запуска производства стала набирать экспортные обороты – в 2014 году она экспортировала около \*\*\* тыс. штук сантехнических изделий, а в течение 2015 года вышла на уровень около \*\*\* тыс. Этот объем кажется небольшим на фоне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

### § 4.3. Основные зарубежные рынки сбыта и перспективные направления

В основном российская продукция идет в Казахстан. От 60% 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 28. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики по странам в 2007-2015 гг., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

## ГЛАВА V. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

### § 5.1. Количественная характеристика рынка санфаянса, динамика рынка в 2007-2016 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 11-12% в год, в результате чего в 2011 году рынок достиг 15,3 млн изделий.

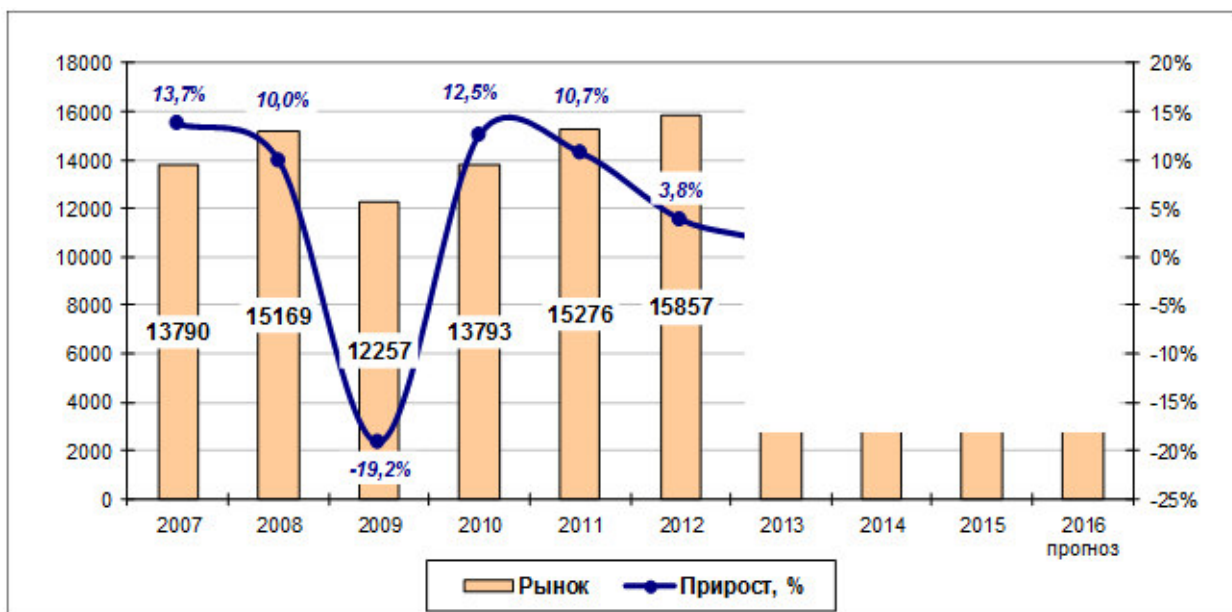
Таблица 16. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 прогноз
Выпуск	9930	11277	10589	11453	12296	***	***	***	***	***
Импорт	4504	4417	2316	2702	3630	***	***	***	***	***
Экспорт	643	525	648	361	651	***	***	***	***	***
<b>Рынок</b>	<b>13790</b>	<b>15169</b>	<b>12258</b>	<b>13793</b>	<b>15276</b>	***	***	***	***	***
Прирост, %	13,7%	10,0%	-19%	12,5%	10,7%	***	***	***	***	***
Доля импорта, %	33%	29%	19%	20%	24%	***	***	***	***	***
Доля на экспорт, %	6%	5%	6%	3%	5%	***	***	***	***	***

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

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

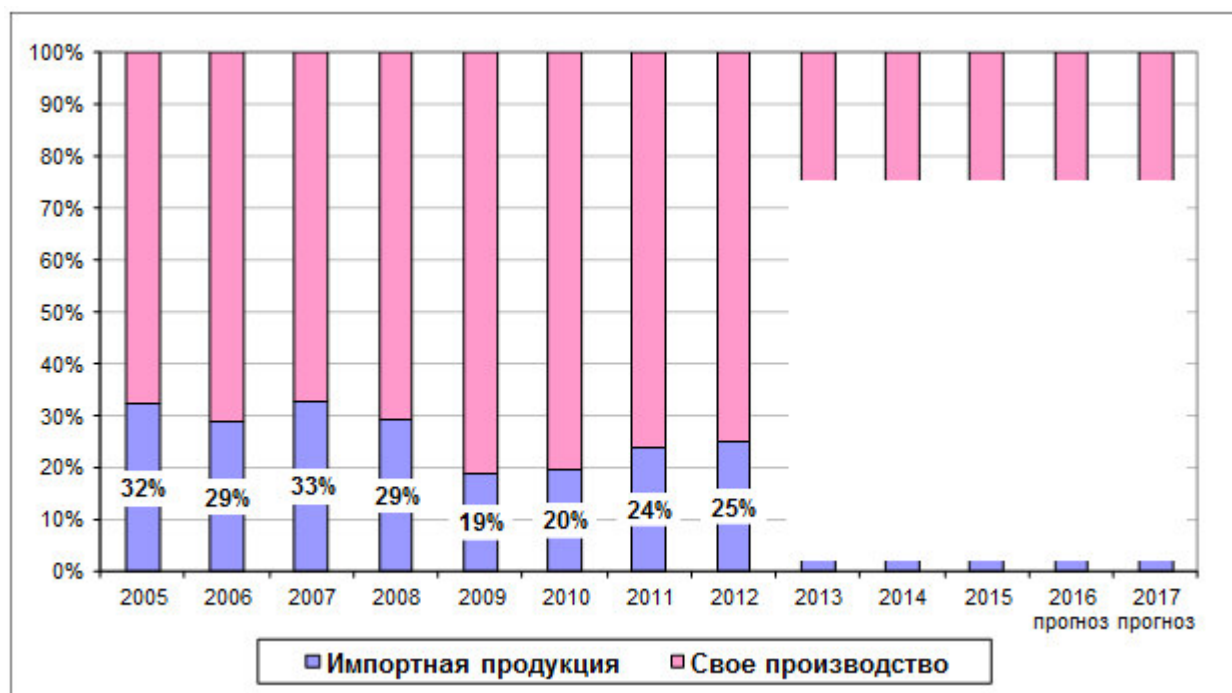
Рисунок 29. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2007-2015 гг. и прогноз на 2016 г., тыс. шт.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Доля импорта за десять лет сократилась в \*\*\* с лишним раза: если в 2005 году импортная продукция занимала 32% рынка, то в 2015 году она составила всего \*\*\*, а в 2016-2017 гг. может уменьшиться до \*\*\*%.

Рисунок 30. Доля импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий в 2005-2015 гг. и прогноз на 2016 г., %.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.



Sanita	***	***	***	***	***	0	***	***
SANTEK	***	***	***	***	***	0	***	***
Керамин	***	***	***	***	***	0	***	***
Оскольская	***	***	***	***	***	0	***	***
Cersanit	***	***	***	***	***	5398	***	***
Sanita Luxe	***	***	***	***	***	0	***	***
Della	***	***	***	***	***	0	***	***
ЖКА	***	***	***	***	***	7718	***	***
IDDIS	***	***	***	***	***	0	***	***
VIDIMA	***	***	***	***	***	10680	***	***
IFO	0	***	***	***	***	***	***	***
EVA GOLD	5707	***	***	***	***	***	***	***
GUSTAVSBERG	***	***	***	***	***	***	***	***
BELBAGNO	***	***	***	***	***	***	9868	0
Vitra	***	***	***	***	***	***	***	***
AM-PM	***	***	***	***	***	***	***	***
Ideal Standard	***	***	***	***	***	***	***	***
ROCA	***	***	***	***	***	***	***	***
Cezares	***	***	***	***	***	***	***	***
GALA	***	***	***	***	***	***	***	***
JACOB DELAFON	***	***	***	***	***	***	***	***
KERASAN	***	***	***	***	***	***	***	***
IDO	***	***	***	***	***	***	***	***
HATRIA	***	***	***	***	***	***	***	***
GSI	***	22479	0	***	***	***	***	***
Simas	***	***	***	***	***	***	***	***
KERAMAG	***	***	***	***	***	***	***	***
CATALANO	***	***	***	***	***	***	***	***
CIELO	***	***	***	***	***	***	***	***
Laufen	***	***	***	***	***	***	***	***
VILLEROY &BOCH	33388	***	***	***	***	***	***	***
ARTCERAM	189087	***	***	***	***	***	***	***
GALASSIA	101656	***	***	***	***	***	***	***
DURAVIT	61322	***	***	***	***	***	***	***
DEVON &DEVON	50922	***	***	***	***	***	***	***

---

## **§ 5.4. Ценовое сегментирование рынка**

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

## **§ 5.5. Прогноз развития рынка до 2022 гг.**

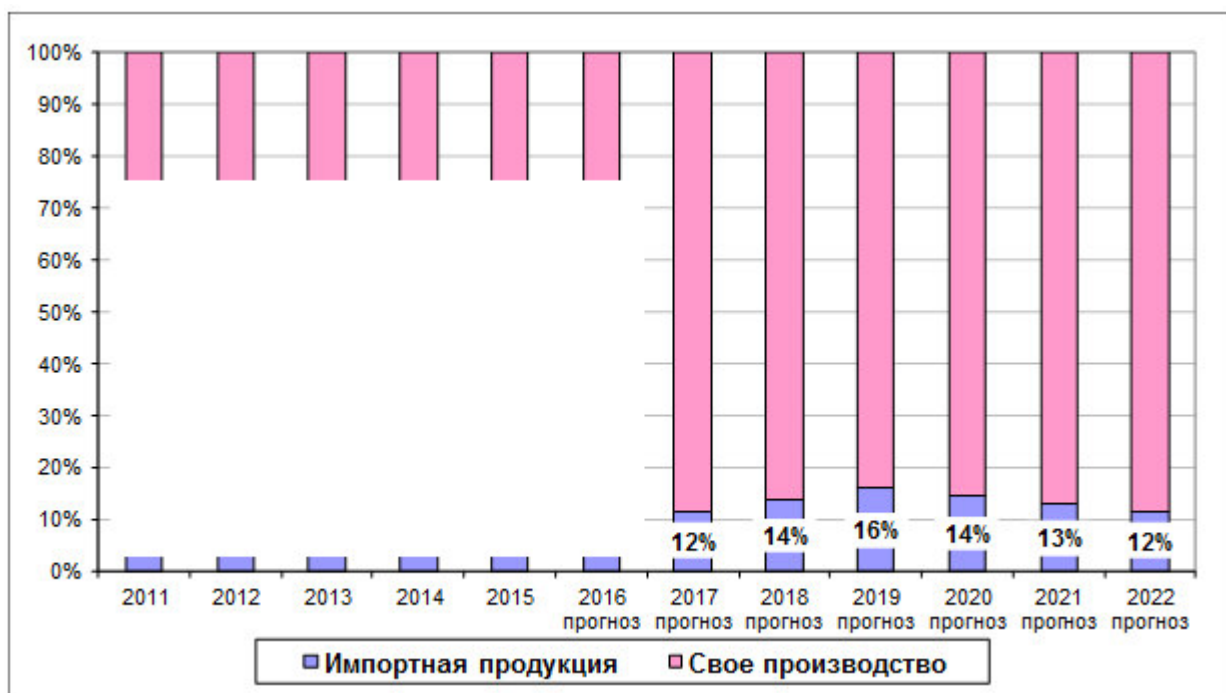
Рынок санитарной керамики традиционно демонстрирует очень осторожную стратегию развития. Здесь не наблюдается ни резких всплесков, ни катастрофических падений. Новые производители появляются редко, так как выпуск санфаянса – сложный технологический процесс, а конкуренция на рынке очень высока, поэтому 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 Vitra). Их появление не сильно сказалось на общей картине производства, так как специализируются эти производители на более дорогой продукции.

Рынок санитарно-керамических изделий в России предыдущий кризис пережил гораздо легче – падение было хоть и заметным, но непродолжительным: уже в 2010 году

снова начался рост продаж. Теперь же рынок погрузился в глубокую рецессию – он падет уже третий год подряд. Скорее всего, в 2016 году снижение тоже продолжится, так как производство не обещает стремительного роста, и у импорта пока тоже нет особых перспектив в сложившихся условиях.

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

Рисунок 38. Прогноз доли импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий до 2022 г., %.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.



## ГЛАВА VI. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

### § 6.1. ООО «Керамика» (ЗАО «Сантек»)

#### Сведения о компании / Общая характеристика

Бренд Santek был разработан бывшим владельцем предприятия Никитой Колесниковым (группа «Савва»). ООО «Керамика» (до 2006 г. ЗАО «Сантек») создано на базе Чебоксарского опытно-экспериментального завода керамических изделий (ОЭЗКИ). В 1995 г. находящийся в кризисе Чебоксарский опытно-экспериментальный завод был выставлен на конкурс по модернизации производства. Одержавшая победу группа компаний «Савва» со своим проектом «Сантек» начала реконструкцию и техническое перевооружение. Датой рождения предприятия можно считать 17 сентября 1995 г.

В настоящее время ООО «Керамика» – современный производственный комплекс, занимающийся выпуском высококачественного санфарфора. Первый завод по производству сантехнического оборудования «Сантек» начал строиться в 1996 году, строительство стало возможным благодаря кредиту, предоставленному Германией на закупку оборудования для предприятия<sup>1</sup>. На месте старых заводских цехов возведен новый современный производственный корпус. В 1998 году на предприятие был поставлен немецкий технологический комплекс для производства фарфора и керамики. С сентября 2000 года завод выпускает продукцию высокого качества и выстраивает дистрибьюторскую сеть. В 2003 году началось строительство нового производства в Новочебоксарске, которое было запущено через 2 года. А в 2011 году состоялось открытие завода по производству акриловых и гидромассажных ванн.

Таким образом, санфаянс под маркой Santek производится на двух фабриках, расположенных соответственно в Чебоксарах (с 2000) и в Новочебоксарске (с 2006). В производстве используется оборудование германской фирмы Netzsch Thuringia. Сырье поступает из Ульяновской обл. (50%), с Украины (43%) и из Германии (7%). Продукция предприятия поступает в 38 городов РФ<sup>2</sup>.

Таблица 26. Данные компании «Сантек».

Адрес	Год образования	Число работающих	Контакты	Руководитель предприятия	Сайт
428020, г. Чебоксары, проезд Базовый, д. 21а	1995	Около 2000 на двух заводах	(8352) 39-78-00 (8352) 77-53-00 (495) 989-65-91	Линарес Ногера Антонио – генеральный директор	<a href="http://www.santek.ru">www.santek.ru</a> <a href="http://www.ru.roca.com/">http://www.ru.roca.com/</a>

Источник: ABARUS Market Research по данным компании.

<sup>1</sup> <http://build.rin.ru>

<sup>2</sup> <http://build.rin.ru/articles/1272-2.html>

### Структура собственности / Акционеры

С августа 2007 года Santek является частью Roca Group — ведущего мирового производителя изделий для ванных комнат.

Бывшие акционеры: «Совфракт», ООО «СТМКС» (аффилированное с группой компаний «Савва» (Savva), которой принадлежит самый большой пакет акций)<sup>3</sup>. 2 июня 2005 года в составе акционеров ЗАО «Сантек» произошли изменения. По данным ОАО «АК Сберегательный Банк РФ» (Сбербанк), предоставленным в «Интерфакс», банк уменьшил свою долю в ЗАО «Сантек» с 25,99% до 2,99%. Весной 2005 года европейский производитель сантехнических изделий Sanitec заключил договор с российским производителем Savva о приобретении 40% акций его дочерней компании «Сантек». Sanitec объявил о том, что отныне будет производить часть своей сантехники на заводах «Сантека».

С августа 2007 года полноправным владельцем всех активов ООО «Керамика» является ведущий мировой концерн Roca Group (Испания, г. Барселона).

### Оборот / Финансовые показатели

Производственные мощности двух заводов предприятия позволяют получать более 2,5 миллионов санитарно-керамических изделий в год. По экспертным данным, его оборот – более \$30 млн. Официальная выручка ООО «Керамика» стабильно растет. И если в 2007 году она составляла 858 млн руб., то к 2014 году выросла до 1 869 млн руб.

Таблица 27. Основные финансовые показатели ООО «Керамика» в 2007-2014 гг., тыс. руб.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Выручка (нетто) от	857965	1195296	1265879	1476796	1686797	***	***	***
Чистая прибыль	-65 349	50 799	120 731	260 990	210 456	***	***	***
Рентабельность продаж, %	11,8	11,6	10,3	18,0	20,2	***	***	***
Рентабельность прибыли, %	-6,6	6,2	10,3	21,3	15,8	***	***	***

Источник: Данные компании, предоставленные ФСГС РФ.

### Продуктовая линейка / Ассортимент

Santek предлагает полный выбор санитарной керамики для жилых и общественных помещений: напольные унитазы с бачками (унитаз-компакты), раковины, умывальники-тюльпаны с постаментами, писсуары, подвесные унитазы и биде, а также широкий ассортимент умывальников для комплектации мебели для ванных комнат.

<sup>3</sup> <http://www.sbrf.ru>.

В производстве используется оборудование и технологии, аналогичные которым используются производителями Европы и США. Санитарно-керамические изделия комплектуются сиденьями и механизмами набора / спуска воды от ведущих европейских специализированных компаний. На готовую продукцию предоставляется гарантия 5 лет. Партнеры «Сантек» обеспечиваются рекламной и консультационной поддержкой.

Таблица 28. Средние цены на продукцию компании ООО «Керамика» (бренд Santek) в сентябре 2016 г., руб./шт.

Раковина с пьедесталом	Умывальник	Рукомойник	Унитаз-компакт	Унитаз подвесной	Унитаз приставной	Биде	Писсуар
2293	1560	1008	4642	2640	-	2719	1848

Источник: Данные компании, предоставленные ФСГС РФ.

На предприятии утверждается, что «Сантек» – первый и пока единственный производитель санитарно-технического фаянса, соответствующего европейским стандартам качества. До настоящего времени на территории СНГ только ЗАО «Сантек» использовало технологию литья под давлением, обеспечивающую высокое качество санфаянса. Идеально гладкая поверхность достигается благодаря тщательно подобранным компонентам сырья и глазури. Комплектующие для готовых изделий (сливной механизм, крепежные узлы, пластиковый стульчак) поставляются производителями Италии и Португалии. На сегодняшний день производственное объединение ЗАО «Сантек» включает в себя два завода по производству санитарного фаянса, находятся они в городах Чебоксары, Новочебоксарск Республики Чувашия<sup>4</sup>.

Предприятие выпускает разнообразную мебель для ванных комнат. С 2011 года также производит акриловые ванны. С появлением третьего производственного комплекса, ассортимент Santek пополнился коллекцией акриловых ванн разнообразных форм и размеров. Изделия производятся из 100% литьевого акрила и оснащены комплектующими от ведущих европейских производителей.

### Положение на рынке / Основные конкуренты

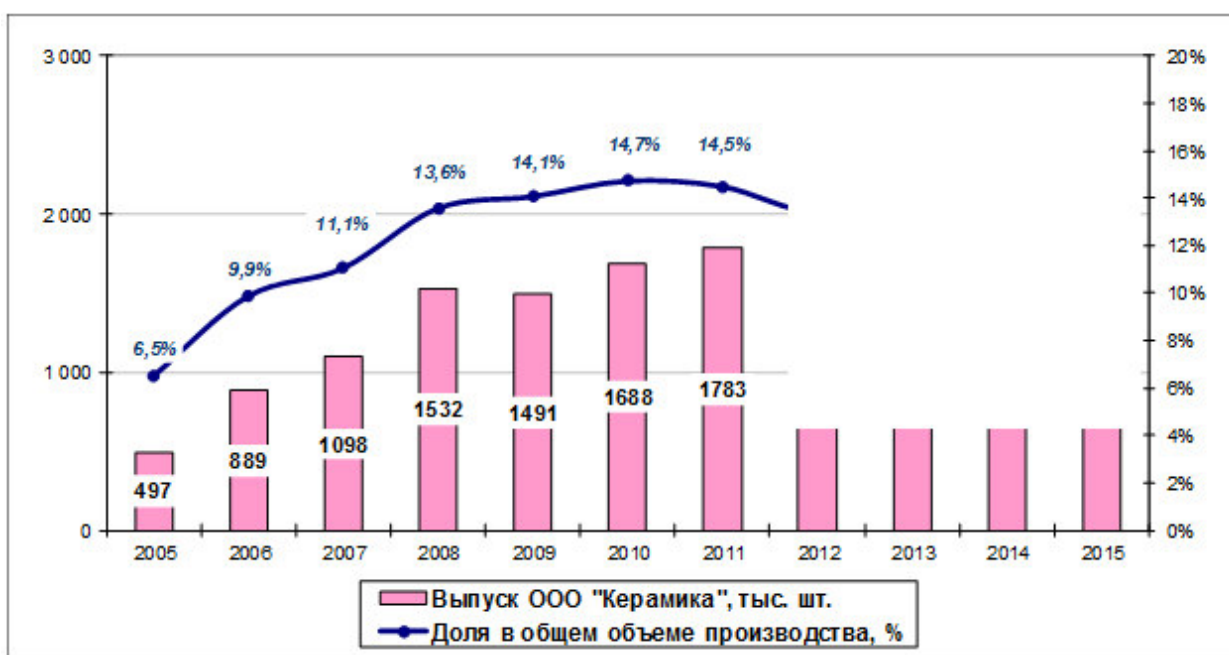
Предприятие стремительно развивается. В 2005 году, когда в составе группы работало только один завод, «Сантек» занимал четырнадцатую позицию в рейтинге крупнейших отечественных производителей сантехники, на тот момент предприятие удерживало всего около 4,5% рынка.

Но уже в 2006 г. Santek стал ведущим российским производителем мебельных умывальников, став лидером в продажах по России и СНГ. В 2011 же году бренд Santek стал обладателем общенациональной премии «Марка №1 в России» в номинации «Сантехника». Более 70 000 россиян признали марку лучшей. В 2013 году Santek

<sup>4</sup> <http://santeh-bild.ru>.

подтвердил звание «Марка №1 в России», став лидером потребительских предпочтений в категории «Сантехника», что является подтверждением широкой узнаваемости и символом всенародного признания бренда.

Рисунок 39. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Керамика» в 2005-2015 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

В 2015 году доля компании составила 17,7% в общем объеме российского производства и 14,7% всего рынка санфаянса, то есть «Сантек» занимает ведущее положение на отечественном рынке санитарной керамики. Бренд Santek располагается в самом центре среднего ценового сегмента и самым непосредственным образом конкурирует с такими марками, как Colombo («Будфарфор», Украина), Кировская керамика (Rosa), Sanita, «Керамин» (Беларусь), «Оскольская керамика» и Cersanit.

### Планы и перспективы развития

На предприятиях проекта «Сантек» увеличивается ассортиментный ряд, изделия оснащаются различными инновационными устройствами. Продукция «Сантек» — это стильные, надежные товары длительного пользования, имеющие высокие потребительские характеристики и оптимальное соотношение цена/качество. В настоящее время компания выпускает на рынок модели эконом-класса и комфорт-класса.

В 2007 году вице-президент группы «Савва» Дмитрий Романцов говорил, что проект Santek был основан, прежде всего, как импортозамещающее производство, и тот факт, что мировой ведущий производитель санфарфора Rosa Group оказался заинтересован в сотрудничестве, доказывает, что проект развивается по правильному пути.