



## АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ (САНФАЯНСА)

**Демо-версия**



Сентябрь 2017 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 2005-2016 гг. и в первой половине 2017 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:****ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ 7****РЕЗЮМЕ 11****ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ (СТРОИТЕЛЬСТВО) В 2007 Г. – ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ 2017 Г. 13****§ 1.1. Динамика ВВП 13****§ 1.2. Инфляция 14****§ 1.3. Цены на нефть 15****§ 1.4. Валютные курсы 16****§ 1.5. Строительство 18**

## Строительство жилья 18

## Строительство коммерческих и промышленных объектов 21

**§ 1.6. Производство строительных материалов 23****§ 1.7. Прогноз экономической ситуации в РФ до 2020 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 2007-2016 гг. и первой половине 2017 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 42

## Концентрация производства 43

## Потери отрасли, привлечение в отрасль новых игроков 47

## Прогноз производства до 2022 года 48

**ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 50****§ 3.1. Динамика импорта в количественном и ценовом выражении в 2007-2016 гг. и первой половине 2017 г. 50****§ 3.2. Импорт по брендам, производителям, странам происхождения 54****§ 3.3. Оценка востребованности импортной продукции на российском рынке 61****ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 63****§ 4.1. Динамика экспорта в 2007-2016 гг. и первой половине 2017 г. 63****§ 4.2. Ведущие экспортеры (российские компании-производители) 64****§ 4.3. Основные зарубежные рынки сбыта и перспективные направления 65****ГЛАВА V. ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 66****§ 5.1. Количественная характеристика рынка санфаянса, динамика рынка в 2007-2016 гг. 66****§ 5.2. Марочная структура рынка: выделение лидеров и наиболее популярных марок 68**

## Общая структура 68

Марочная структура в сегменте «Эконом»	72
Марочная структура в сегменте «Средний»	73
Марочная структура в сегменте «Выше среднего»	74
Марочная структура в сегменте «Премиум»	75
<b>§ 5.3. Ценовая картина рынка</b>	<b>76</b>
<b>§ 5.4. Ценовое сегментирование рынка</b>	<b>77</b>
<b>§ 5.5. Прогноз развития рынка до 2022 гг.</b>	<b>81</b>

## **ГЛАВА VI. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ** 84

<b>§ 6.1. ООО «Керамика» (ЗАО «Сантек»)</b>	<b>84</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	84
Структура собственности / Акционеры	85
Оборот / Финансовые показатели	85
Продуктовая линейка / Ассортимент	85
Положение на рынке / Основные конкуренты	86
Планы и перспективы развития	87
<b>§ 6.2. АО «Кировская керамика» (ЗАО «Кировский стройфарфор»)</b>	<b>88</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	88
Структура собственности / Акционеры	89
Оборот / Финансовые показатели	89
Продуктовая линейка / Ассортимент	90
Положение на рынке / Основные конкуренты	90
Планы и перспективы развития	91
<b>§ 6.3. ООО «Самарский Стройфарфор»</b>	<b>92</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	92
Структура собственности / Акционеры	93
Оборот / Финансовые показатели	93
Продуктовая линейка / Ассортимент	94
Положение на рынке / Основные конкуренты	94
Планы и перспективы развития	95
<b>§ 6.4. ЗАО «Угракерам»</b>	<b>95</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	95
Структура собственности / Акционеры	96
Оборот / Финансовые показатели	96
Продуктовая линейка / Ассортимент	97
Положение на рынке / Основные конкуренты	97
Планы и перспективы развития	98
<b>§ 6.5. АО «Сызранская керамика»</b>	<b>99</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	99
Структура собственности / Акционеры	99
Оборот / Финансовые показатели	99
Продуктовая линейка / Ассортимент	100
Положение на рынке / Основные конкуренты	100
Планы и перспективы развития	101
<b>§ 6.6. ООО «Завод керамических изделий Универсал»</b>	<b>101</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	101
Структура собственности / Акционеры	101
Оборот / Финансовые показатели	102
Продуктовая линейка / Ассортимент	102

Положение на рынке / Основные конкуренты	102
Планы и перспективы развития	103
<b>§ 6.7. ЗАО «Лобненский завод строительного фарфора» (ЛЗСФ)</b>	<b>104</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	104
Структура собственности / Акционеры	104
Оборот / Финансовые показатели	104
Продуктовая линейка / Ассортимент	105
Положение на рынке / Основные конкуренты	105
Планы и перспективы развития	106
<b>§ 6.8. ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники»</b>	<b>106</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	106
Структура собственности / Акционеры	107
Оборот / Финансовые показатели	107
Продуктовая линейка / Ассортимент	108
Положение на рынке / Основные конкуренты	108
Планы и перспективы развития	109
<b>§ 6.9. ООО «Рока рус»</b>	<b>110</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	110
Структура собственности / Акционеры	111
Оборот / Финансовые показатели	111
Продуктовая линейка / Ассортимент	111
Положение на рынке / Основные конкуренты	112
Планы и перспективы развития	113
<b>§ 6.10. ООО «Ногинский стройфарфор» («Делла керамика» Группы «Кератон»)</b>	<b>114</b>
Сведения о компании / Общая характеристика	114
Структура собственности / Акционеры	115
Оборот / Финансовые показатели	115
Продуктовая линейка / Ассортимент	115
Положение на рынке / Основные конкуренты	116
Планы и перспективы развития	116

## ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ

### Таблицы

- Таблица 1. Доля индивидуального домостроения в общем объеме строительства жилья в России в 2007-2016 гг. и первых трех кварталах 2017 г., %.
- Таблица 2. Ввод в действие зданий жилого и нежилого назначения в РФ в 2006-2016 гг.
- Таблица 3. Производство основных строительных материалов в 2010-2016 гг.
- Таблица 4. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2006-2016 гг. и первой половине 2017 г., тыс. шт.
- Таблица 5. Торговые марки и товарный ассортимент российских производителей санфаянса.
- Таблица 6. Динамика производства санитарной керамики по предприятиям (месячная динамика), в 2014-2017 гг., тыс. шт.
- Таблица 7. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2016 гг.
- Таблица 8. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2016 гг. и первом полугодии 2017 г. по географическому принципу, тыс. шт.
- Таблица 9. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие производители западноевропейских стран.
- Таблица 10. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие производители восточноевропейских стран.
- Таблица 11. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие итальянские производители.
- Таблица 12. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие азиатские и африканские производители.
- Таблица 13. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие китайские производители.
- Таблица 14. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2016 гг.
- Таблица 15. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий российскими компаниями-производителями, в 2011-2016 гг. и первом полугодии 2017 г., тыс. шт.
- Таблица 16. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.
- Таблица 17. Марочная структура рынка (по ведущим брендам) в 2011-2016 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. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2016 году.
- Таблица 27. Данные компании «Сантек».
- Таблица 28. Основные финансовые показатели ООО «Керамика» в 2008-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 29. Средние цены на продукцию компании ООО «Керамика» (бренд Santek) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 30. Данные компании АО «Кировская керамика».
- Таблица 31. Основные финансовые показатели АО «Кировская керамика» в 2008-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 32. Средние цены на продукцию компании АО «Кировская керамика» (бренд Rosa) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 33. Данные компании ООО «Самарский стройфарфор».
- Таблица 34. Основные финансовые показатели ООО «Самарский стройфарфор» в 2008-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 35. Средние цены на продукцию компании ООО «Самарский стройфарфор» (бренды Sanita и Sanita Luxe) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 36. Данные компании ЗАО «Угракерам».
- Таблица 37. Основные финансовые показатели ЗАО «Угракерам» в 2009-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 38. Средние цены на продукцию компании ЗАО «Угракерам» (бренд Santeri) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 39. Данные компании АО «Сызранская керамика».
- Таблица 40. Основные финансовые показатели АО «Сызранская керамика» в 2007-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 41. Средние цены на продукцию компании АО «Сызранская керамика» (бренд Cersanit) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 42. Данные компании ООО «Завод керамических изделий Универсал».
- Таблица 43. Основные финансовые показатели ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2007-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 44. Средние цены на продукцию компании ООО «Завод керамических изделий Универсал» (марка Универсал) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 45. Данные компании ЗАО «ЛЗСФ».
- Таблица 46. Основные финансовые показатели ЗАО «ЛЗСФ» в 2007-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 47. Средние цены на продукцию компании ЗАО «ЛЗСФ» (марка Лобня) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 48. Данные компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники».
- Таблица 49. Основные финансовые показатели ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2008-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 50. Средние цены на продукцию компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» (бренд Оскольская керамика) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 51. Данные компании ООО «Рока рус».
- Таблица 52. Основные финансовые показатели ООО «Рока рус» в 2008-2015 гг., тыс. руб.
- Таблица 53. Средние цены на продукцию компании ООО «Рока рус» (бренды Jika, Rosa и Laufen) в 2016-2017 гг., руб./шт.
- Таблица 54. Данные компании ООО «Ногинский Стройфарфор».
- Таблица 55. Основные финансовые показатели ООО «Ногинский Стройфарфор» в 2007-2015 гг., тыс. руб.

Таблица 56. Средние цены на продукцию компании ООО «Ногинский Стройфарф» (бренд Della) в 2016-2017 гг., руб./шт.

### Рисунки

Рисунок 1. Темпы роста ВВП в Китае, Казахстане, России и Украине в 2007-2016 гг., %.

Рисунок 2. Ежегодный прирост инфляции в России в 2001-2016 гг. и прогноз на 2017 год, %.

Рисунок 3. Динамика среднегодовых цен на нефть в период 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., долл. США за баррель.

Рисунок 4. Сравнительная динамика курсов доллара США и евро в 2004-2016 гг. и прогноз на 2017 г., руб. за единицу валюты (среднегодовой показатель).

Рисунок 5. Динамика ввода жилья в РФ в 2001-2016 гг. и прогноз на 2017-2018 гг., млн. кв. м и ежегодные приросты, %.

Рисунок 6. Динамика ввода жилья в РФ по месяцам 2014-2017 гг., тыс. кв. м.

Рисунок 7. Динамика ввода жилья в РФ в 2008-2017 гг. по кварталам, млн. кв. м.

Рисунок 8. Динамика объема жилого и нежилого строительства в РФ в 2003-2016 гг., млн. м<sup>3</sup>.

Рисунок 9. Динамика объема жилого и нежилого строительства в России в куб. м., процентное соотношение.

Рисунок 10. Прогноз темпов роста ВВП в России до 2020 г., %.

Рисунок 11. Структура российского рынка сантехники по основным товарным группам, % в натуральном выражении.

Рисунок 12. Структура российского рынка санитарных керамических изделий в 2005-2015 гг., % в натуральном выражении.

Рисунок 13. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.

Рисунок 14. Динамика выпуска санитарной керамики в РФ в 2011-2017 гг. по месяцам, тыс. шт.

Рисунок 15. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., %.

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

Рисунок 17. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2015 г., %.

Рисунок 18. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2016 г., %.

Рисунок 19. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 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 2011-2017 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 2016 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. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2016 г.
- Рисунок 28. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.
- Рисунок 29. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики по странам в 2007-2016 гг., %.
- Рисунок 30. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.
- Рисунок 31. Доля импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., %.
- Рисунок 32. Марочная структура рынка в 2011 году.
- Рисунок 33. Марочная структура рынка в 2013 году.
- Рисунок 34. Марочная структура рынка в 2015 году.
- Рисунок 35. Марочная структура рынка в 2016 году.
- Рисунок 36. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2011 году.
- Рисунок 37. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2013 году.
- Рисунок 38. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2015 году.
- Рисунок 39. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2016 году.
- Рисунок 40. Прогноз динамики российского рынка санитарно-керамических изделий до 2022 года, тыс. шт.
- Рисунок 41. Прогноз доли импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий до 2022 г., %.
- Рисунок 42. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Керамика» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 43. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Кировская керамика» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 44. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Самарский стройфарфор» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 45. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «Угракерам» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 46. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Сызранская керамика» в 2008-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 47. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2006-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 48. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «ЛЗСФ» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 49. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 50. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Рока рус» в 2008-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
- Рисунок 51. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Ногинский стройфарфор» в 2005-2017 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.

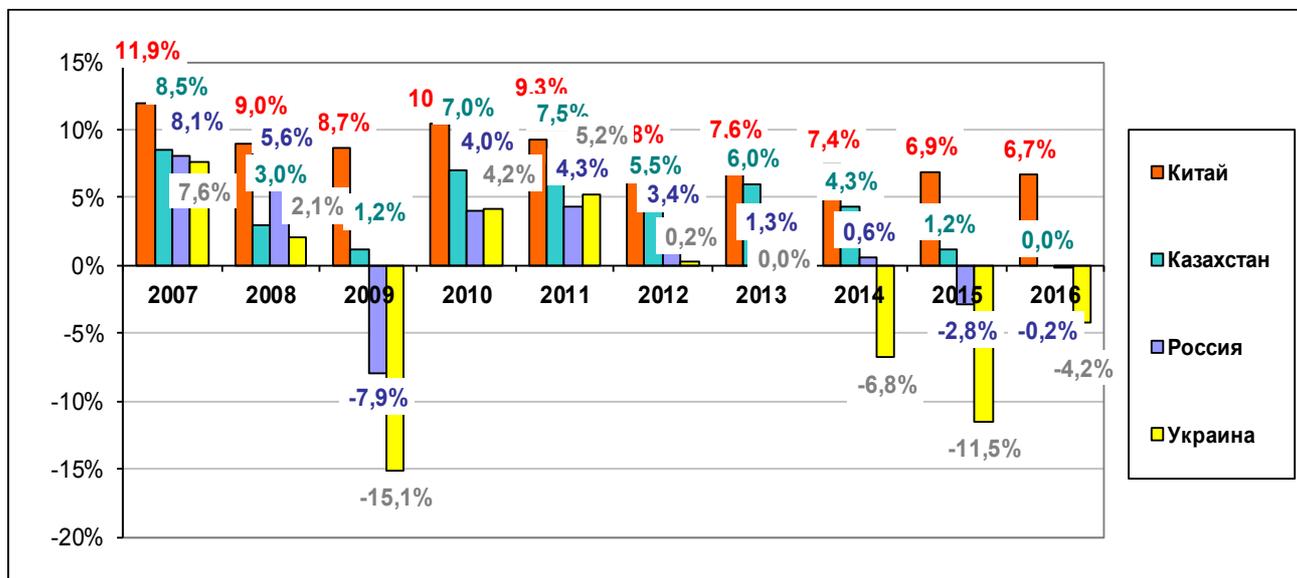
## ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ И СМЕЖНЫЕ РЫНКИ (СТРОИТЕЛЬСТВО) В 2007 Г. – ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ 2017 Г.

### § 1.1. Динамика ВВП

Российская экономика в течение трех лет испытывала 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., а в 2015 году вырос на 8,5%).

По итогам 2016 года экономика России сократилась на 0,2% после снижения, по пересмотренной оценке, на 2,8% в 2015 году, следует из материалов Федеральной службы государственной статистики. Годовой прирост ВВП РФ в первом квартале 2017 года, по оценке ЦБ, составил 0,2-0,4%, при этом с учетом устранения календарного фактора прирост показателя был бы близок к 1%<sup>1</sup>. По последней статистике, в июле 2017 г. рост ВВП составил 1,9%, в августе — 2,3%, а в сентябре – 2,4%.

Рисунок 1. Темпы роста ВВП в Китае, Казахстане, России и Украине в 2007-2016 гг., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным открытых источников.

<sup>1</sup> <http://www.interfax.ru/business/560974>

## 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:

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

### § 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.

Некоторые российские предприятия поменяли собственников. С 2010 года компания ЗАО «Угракерам» входит в международный холдинг Rosa Group — ведущего мирового производителя изделий для ванных комнат. Также с августа 2007 года частью Rosa Group является марка Santek (ООО «Керамика», Чувашия). Таким образом, вместе с ленинградским заводом «Рока Рус», холдинг Rosa Group владеет четырьмя заводами по производству санфаянса в России (два из них находятся в Чувашии).

В октябре 2010 года польская компания Cersanit приобрела у российской Группы «СОК» керамический завод в г. Сызрань ЗАО «Сызранская керамика». Таким образом, теперь «Сызранская керамика» входит в состав европейской группы компаний «Ровес». После обретения нового инвестора компания активно расширяется, запущена новая производственная линия.

### **Масштаб и объемы производства в 2007-2016 гг. и первой половине 2017 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).

...

...

...

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

В целом картина роста производства керамической сантехники с 2006 по 2017 г. по всем российским регионам и предприятиям, в том числе покинувшему рынок, выглядит следующим образом (см. Таблицу 4).

Таблица 4. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2006-2016 гг. и первой половине 2017 г., тыс. шт.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 I п/г
<b>Калужская область</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>	<b>4 019,5</b>	<b>3 972,3</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>
АО «КИРОВСКАЯ КЕРАМИКА»	1 533,2	1 622,1	1 656,1	1 498,7	1 711,7	1 832,5	1 950,0	1 872,3	***	***	***	***
ЗАО «УТРАКЕРАМ» (ROSA GROUP)	1 811,0	2 068,2	1 970,0	2 040,0	2 039,7	2 012,0	2 069,5	2 100,0	***	***	***	***
<b>Самарская область</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>	<b>2 409,2</b>	<b>2 798,6</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>
ООО «САМАРСКИЙ СТРОЙ-ФАРФОР»	775,6	952,7	1 130,0	943,0	1 167,0	1 590,0	1 796,0	1 683,0	***	***	***	***
ЗАО «СЫЗРАНСКАЯ КЕРАМИКА» (CERSANIT)	0,0	0,0	310,5	313,5	249,2	353,0	613,2	1 115,6	***	***	***	***
<b>Чувашская Республика</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>	<b>1 697,8</b>	<b>1 860,0</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>
ООО «КЕРАМИКА» (ROSA GROUP)	529,0	656,7	980,0	936,0	1 100,0	1 200,0	1 100,0	1 180,0	***	***	***	***
ФЛ ООО «КЕРАМИКА» (ROSA GROUP)	360,0	441,7	551,8	555,0	587,5	582,7	597,0	680,0	***	***	***	***
<b>Московская область</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>	<b>1 448,6</b>	<b>1 490,0</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>
ЗАО «ЛОБНЕНСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНОГО ФАРФОРА» (ЛЗСФ)	871,1	964,8	990,0	870,0	960,0	1 036,3	1 053,6	1 040,0	***	***	***	***
ООО «НОГИНСКИЙ СТРОЙ-ФАРФОР»	262,3	163,0	394,1	230,5	267,8	325,5	395,0	450,0	***	***	***	***
ООО «ВИТРА САНТЕХНИКА»	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***	***	***
<b>Новосибирская область</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>	<b>679,0</b>	<b>718,0</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>
ООО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ «УНИВЕРСАЛ»	306,0	431,0	445,0	467,0	481,0	636,0	679,0	718,0	***	***	***	***

Белгородская область	401,6	506,7	489,1	510,8	636,5	673,9	651,0	675,0	***	***	***	***	***
ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И БЫТ-ТЕХНИКИ»	401,6	506,7	489,1	510,8	636,5	673,9	651,0	675,0	***	***	***	***	***
Волгоградская область	375,0	354,7	344,4	344,0	408,0	480,6	443,4	476,1	***	***	***	***	***
ОАО «ВОЛГОГРАДСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»	375,0	354,7	344,4	344,0	408,0	480,6	443,4	476,1	***	***	***	***	***
Ленинградская область	0	0	325,7	368,4	415,8	468,6	479,7	459,4	***	***	***	***	***
ООО «РОКА РУС»	0	0	325,7	368,4	415,8	468,6	479,7	459,4	***	***	***	***	***
Свердловская область	620,9	620,2	520,8	418,9	467,9	460,1	426,3	226,4	***	0,0	0,0	0,0	0,0
ОАО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ» (УРАЛКЕРАМИКА)	620,9	620,2	520,8	418,9	467,9	460,1	426,3	226,4	***	0,0	0,0	0,0	0,0
Смоленская область	134,6	139,4	145,5	199,0	223,2	272,1	251,7	245,3	***	***	***	***	***
ООО «ГНЕЗДОВО»	134,6	139,4	145,5	120,0	120,0	145,1	145,0	140,0	***	***	***	***	***
ЗАО «ФАЯНС»	0,0	0,0	0,0	79,0	103,2	125,0	106,7	105,3	***	***	***	***	***
Челябинская область	305,3	316,8	222,6	219,1	256,7	216,5	138,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ООО «КСАНТА»	305,3	316,8	222,6	219,1	256,7	216,5	138,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Санкт-Петербург	445,6	455,1	517,5	367,4	409,8	156,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ООО «ЗАВОД «СТРОЙФАР-ФОР»	445,6	455,1	517,5	367,4	409,8	156,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Иркутская область	257,0	236,5	283,8	308,0	71,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ЗАО «АНГАРСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»	257,0	236,5	283,8	308,0	71,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>ИТОГО, выпуск в РФ</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>12 645,0</b>	<b>12 921,1</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>	<b>***</b>

Источник: AVARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

## § 2.3. Отечественное производство санитарной керамики

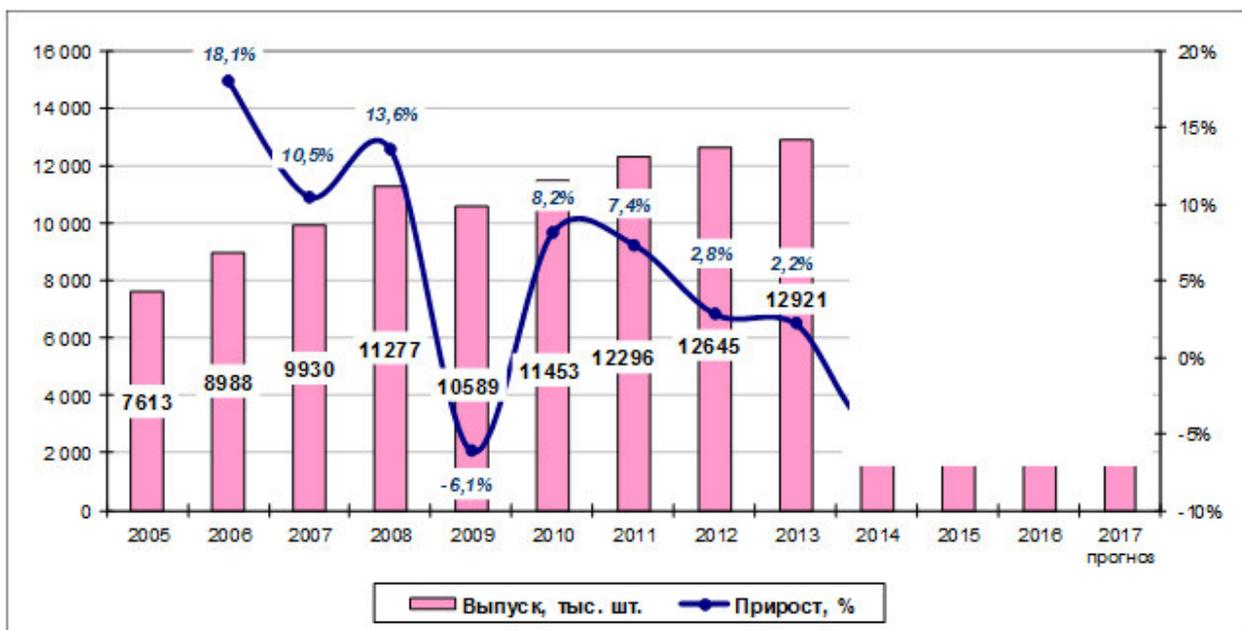
### Динамика общего производства в 2007-2016 гг., тыс. изделий

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.

...  
...  
...

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

Рисунок 13. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.

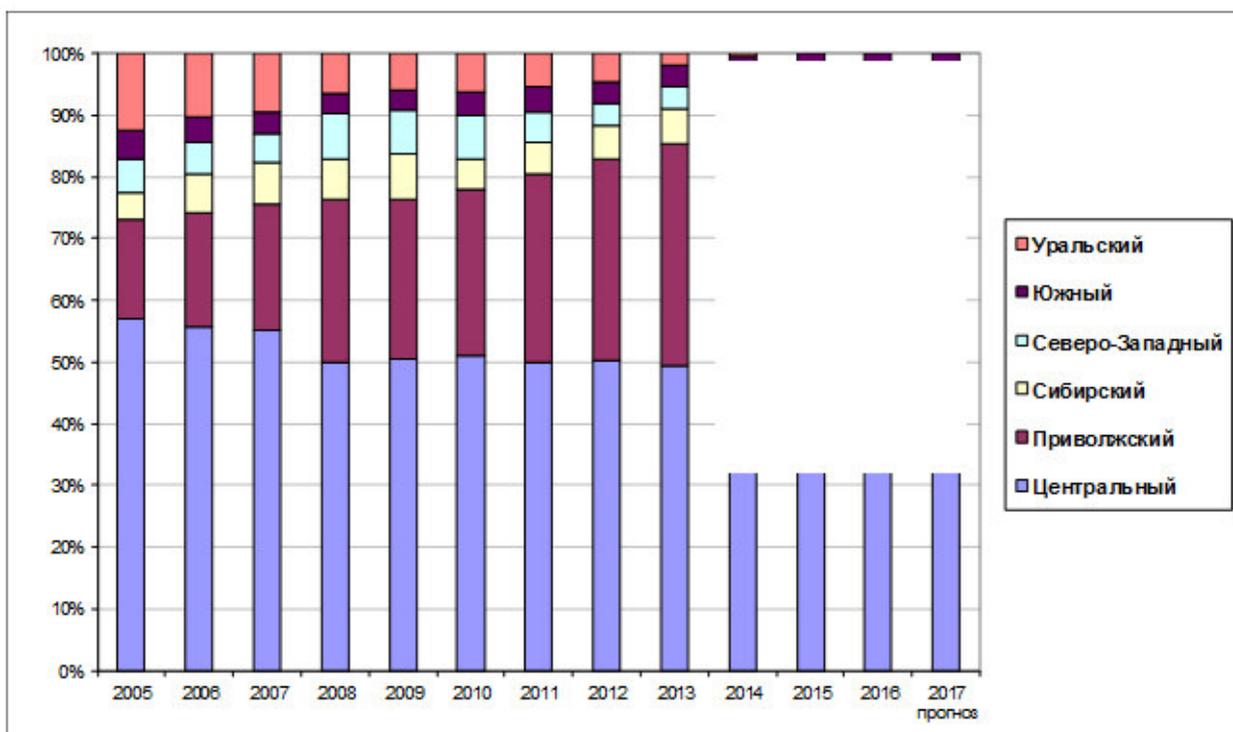


Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

### Географическое распределение

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

Рисунок 15. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС 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 \*\*\*% (десять лет назад было около 15%), а доля Центрального сократилась до \*\*\*%, несмотря на появление завода «Витра» в Подмоскowie.

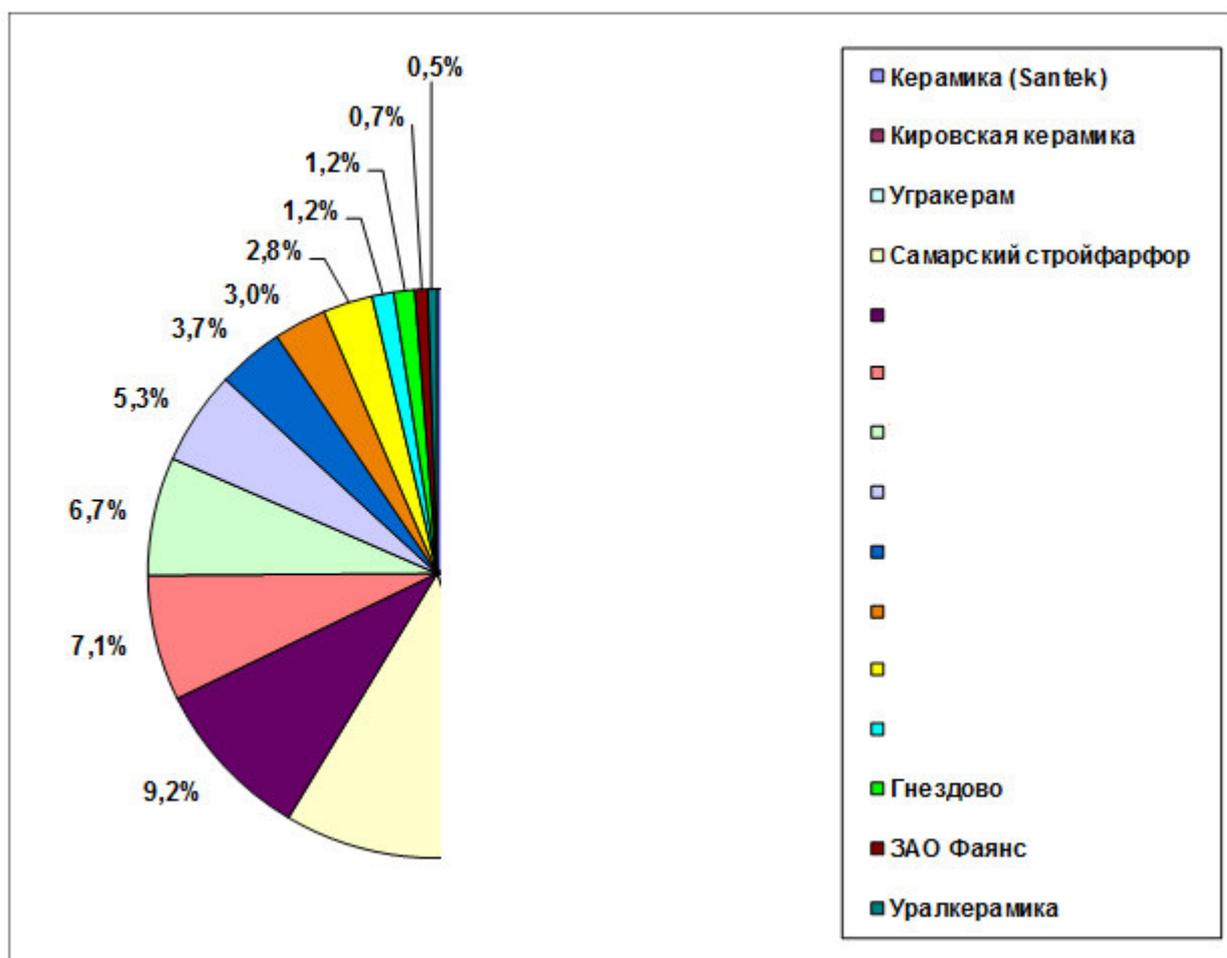
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...  
...

### Концентрация производства

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

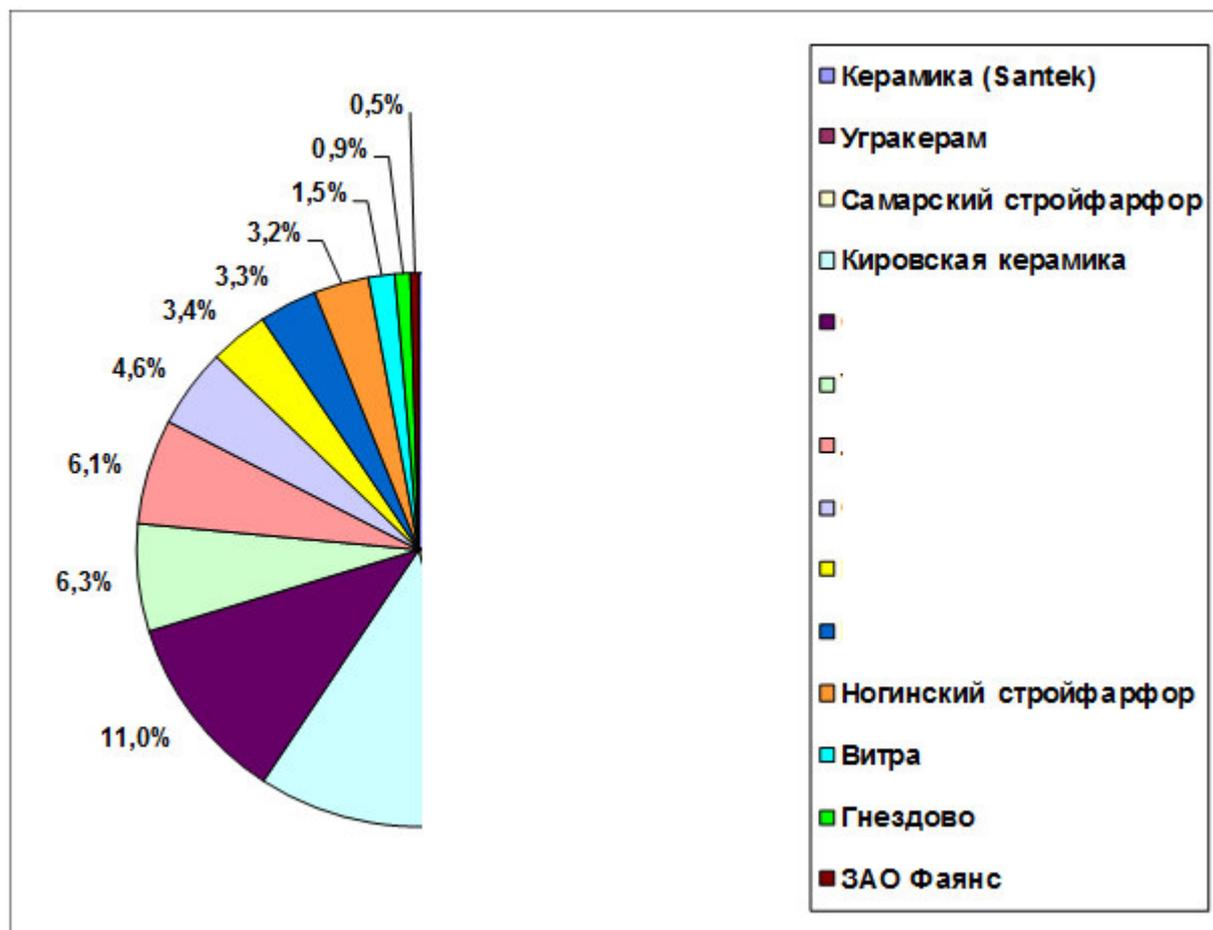
На Рисунке 16 можно посмотреть, как выглядел рейтинг отечественных предприятий в 2014 г., а на Рисунках 17 и 18 отражена картина, полученная для 2015 и 2016 года соответственно. Положение пяти лидирующих компаний-производителей в рейтинге иногда меняется, но в целом пятерка лидеров довольно стабильна. Не похоже, что в ближайшее время кто-то может «вклиниться» в этот пул крепких и уверенных в себе производителей.

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



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСТС РФ.

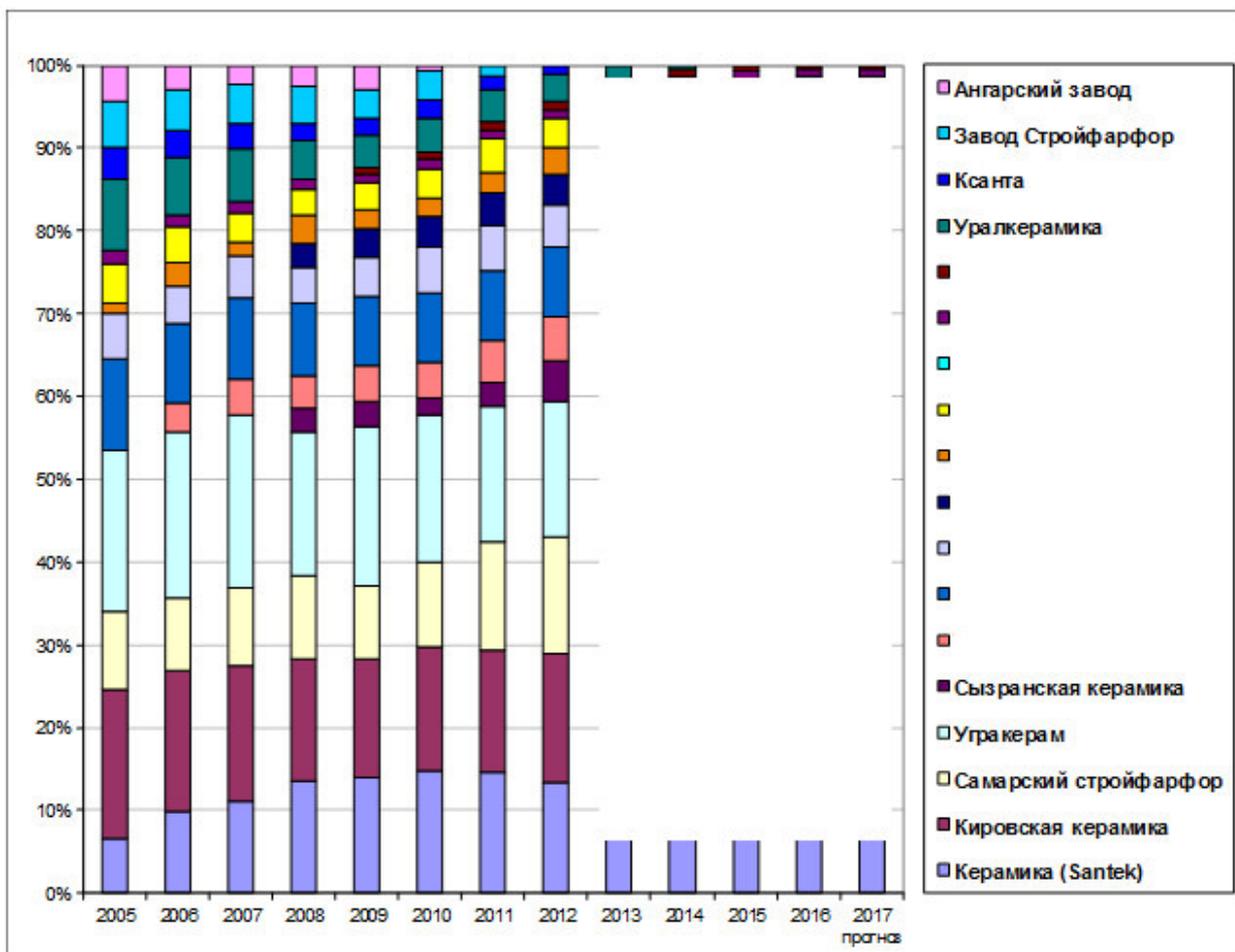
Рисунок 18. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2016 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Динамика производства керамических изделий по всем функционирующим производителям за последние 13 лет, начиная, с 2005 года, выглядит следующим образом (см. Рисунок 19).

Рисунок 19. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 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.

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

### ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

#### § 3.1. Динамика импорта в количественном и ценовом выражении в 2007-2016 гг. и первой половине 2017 г.

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

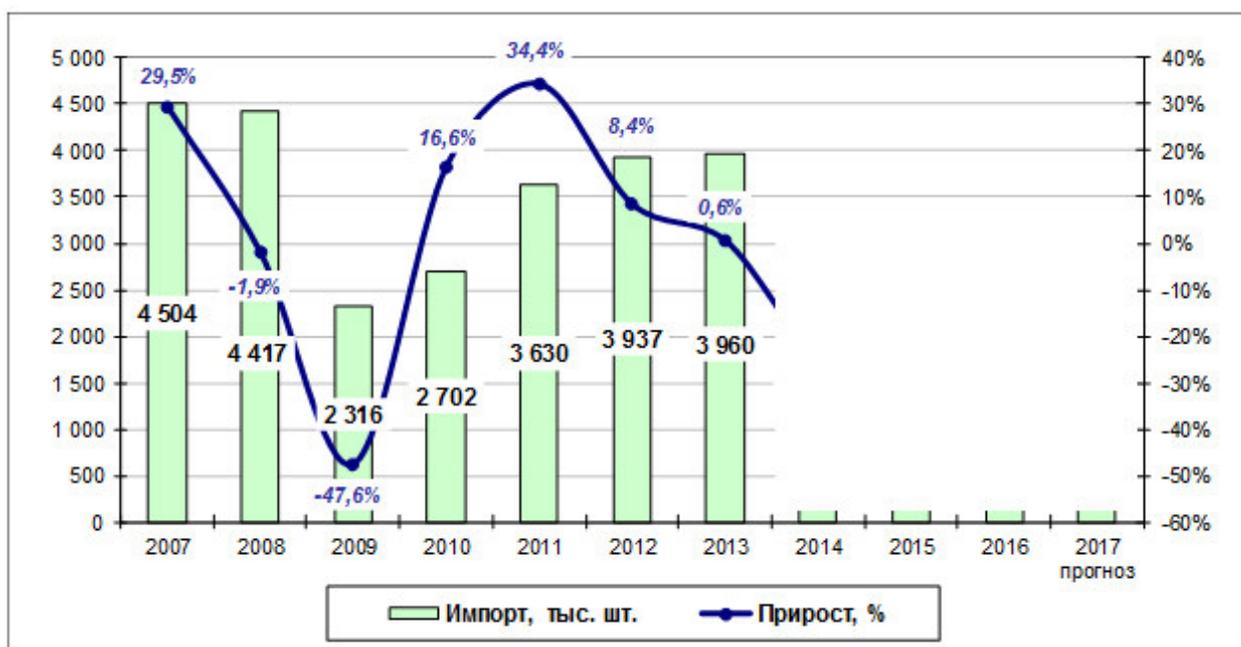
Таблица 7. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2016 гг.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Импорт, тыс. шт.	4 504	4 417	2 316	2 702	3 630	3 937	3 960	***	***	***
Импорт, тыс. долл.	134 450	141 912	81 182	98 882	134 830	146 669	150 640	***	***	***
Средняя цена, \$/кг	29,9	32,1	35,1	36,6	37,1	37,3	38,0	***	***	***

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.

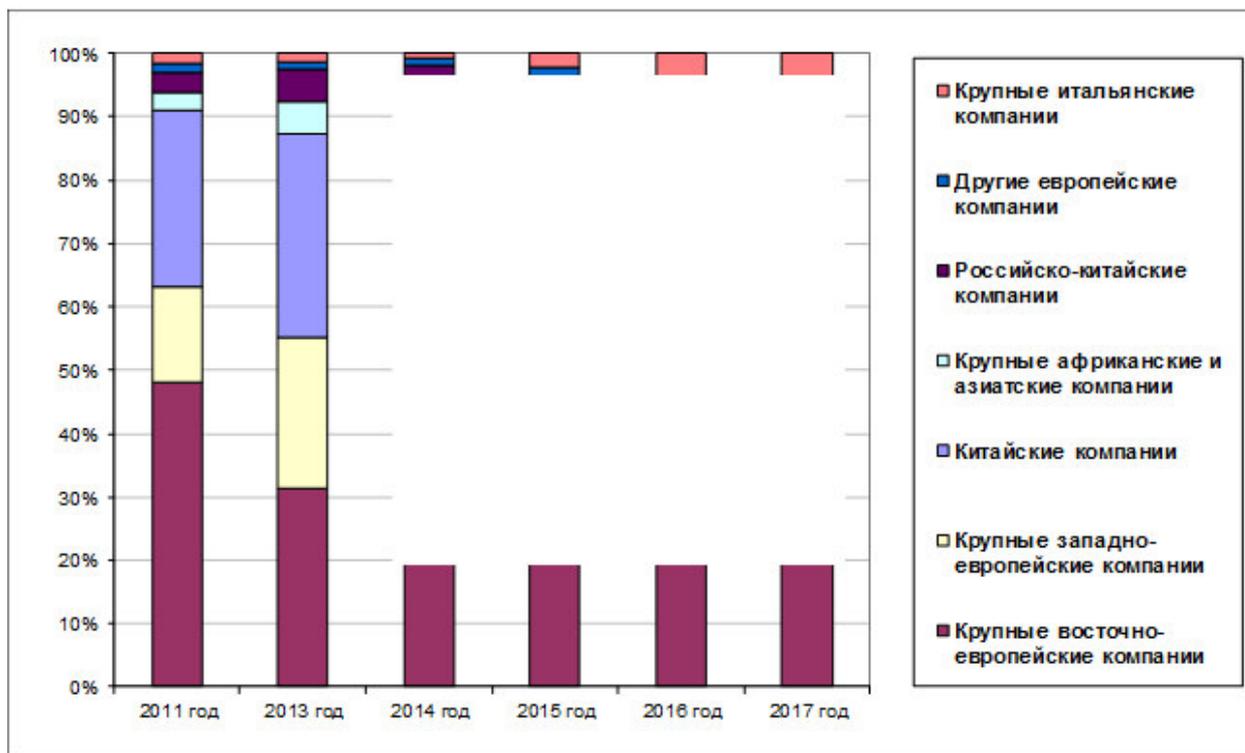
Если анализировать импортные поставки по географическому принципу, то в 2011 году лидерами выступали страны СНГ и другие государства Восточной Европы: Польша, Белоруссия, Украина, Сербия, Словения. На их долю приходилось почти \*\*\*% импорта. Около \*\*\*% импорта поставлялось из Китая (узнаваемых китайских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

Таблица 8. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2016 гг. и первом полугодии 2017 г. по географическому принципу, тыс. шт.

Категория стран	2011 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 янв-май
Крупные восточноевропейские компании	1747,6	1244,1	***	***	***	***
Крупные западноевропейские компании	549,2	940,3	***	***	***	***
Китайские компании	1010,0	1269,0	***	***	***	***
Крупные африканские и азиатские компании	102,4	207,6	***	***	***	***
Российско-китайские компании	112,0	193,7	***	***	***	***
Мелкие европейские компании	43,8	45,4	***	***	***	***
Крупные итальянские компании	65,2	59,7	***	***	***	***
<b>Всего импорт</b>	<b>3630,1</b>	<b>3959,8</b>	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Рисунок 22. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2011-2017 гг. по географическому принципу, %.



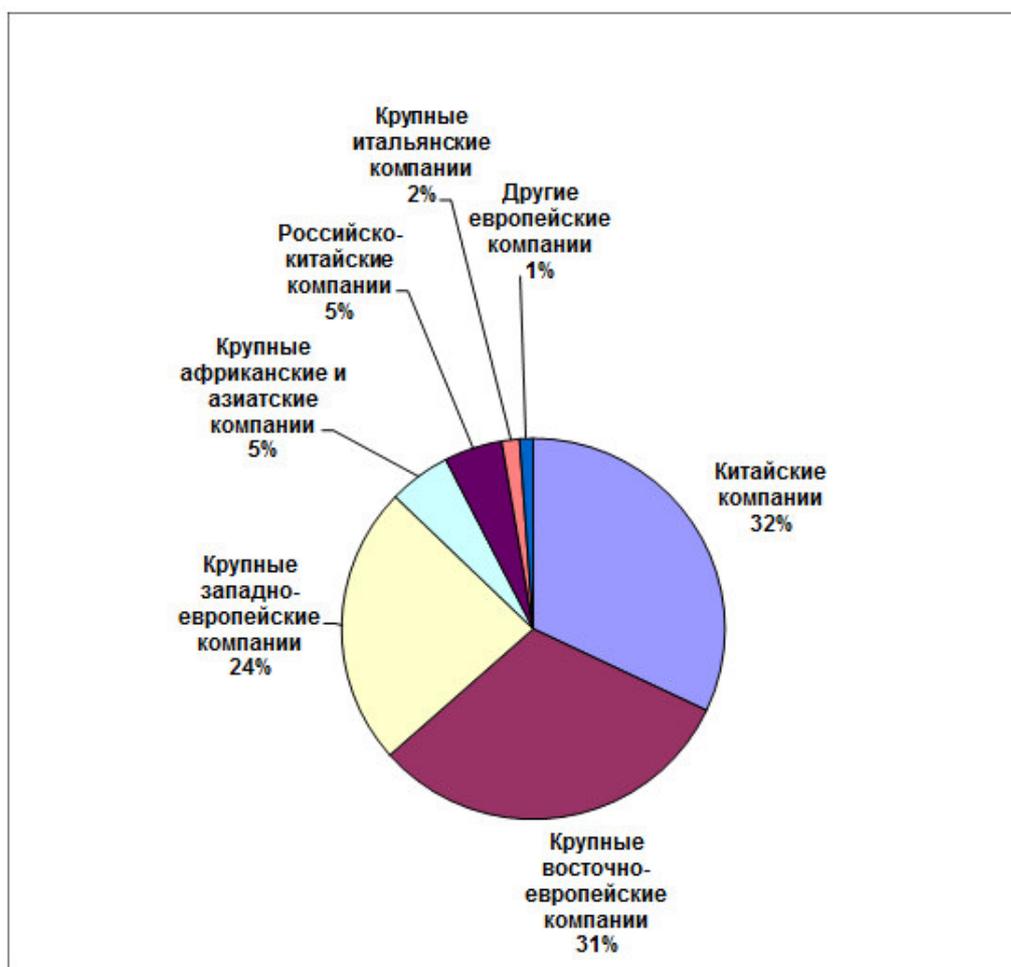
Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2013 году китайского товара стало больше – около 33%. Доля восточно-европейских компаний снизилась до 30%, а вот западноевропейские усилили свои позиции, в том числе и за счет того, что все большая доля этих брендов стала производиться в Китае, но они по-прежнему воспринимаются потребителем как «западные». На долю собственно итальянских, немецких, турецких производителей в 2013 г. приходилось по 2-3%, а в общем объеме западноевропейские бренды занимали на тот момент 25% (в 2011 году их было менее 15%).

В 2014 году картина стала меняться, в 2015 году она уже стала совершенно иной.

...  
...  
...

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



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

...  
...  
...

### § 3.2. Импорт по брендам, производителям, странам происхождения

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

В 2016 году на российском рынке появилась марка GROHE (производится в Германии, Турции, Египте, Китае), в 2016 году ее было завезено \*\*\* тысячи штук, а в январе-мае 2017 г. – более \*\*\* тысяч.

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. и в первой половине 2017 г., крупнейшие производители западноевропейских стран.

Компании	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	2016	2017 январь-май
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	183,0	***	***	***	***
Roca sanitario s.a, z.w.s. Silesia sp.z.o.o. и др.	Болгария, Испания, Польша, Чехия, Китай, Малайзия	Roca, Armani	89,6	127,5	***	***	***	***
Jacob Delafon, Kohler GMBH, Kohler India ltd., Shanghai Kohler, Oliveira & Irmao	Германия, Италия, Франция, Португалия, Испания, США, Китай, Марокко, Индия, Таиланд	Kohler, Jacob Delafon	47,5	135,4	***	***	***	***
Keramik Laufen ag, Laufen Austria A.G., Laufen Bathrooms A.G., Laufen cz s.p.o.	Швейцария, Австрия, Чехия, Германия, Польша, Малайзия	Laufen, Jika	48,8	76,8	***	***	***	***
Villeroy&Boch AG и другие компании	Германия, Франция, Италия, Румыния, Венгрия, Мексика, Таиланд	Villeroy&Boch	11,6	37,7	***	***	***	***

Gustavsberg, Production mondial, Lecico Egypt s.a.e.	Швеция, Германия, Польша, Румыния, Египет	Gustavsberg	24,5	44,5	***	***	***	***
Am.Pm. AG	Турция, Германия, Великобритания, Китай, Египет	AM.PM.	10,5	100,7	***	***	***	***
ИКЕА	Турция, Швеция, Португалия, Болгария	ИКЕА	30,6	36,4	***	***	***	***
Duravit AG	Германия, Египет	Duravit	17,8	26,7	***	***	***	***
Kerasan s.r.l.	Польша, Италия, Германия	Kerasan	7,8	6,4	***	***	***	***
Keramag keramisch werke AG	Германия, Италия, Франция, Польша	Keramag	1,6	5,8	***	***	***	***
Ceramicas Gala s.a.	Испания	Gala	5,2	16,3	***	***	***	***
Ido Bathroom ltd.	Финляндия, Франция, Швеция, Италия, Польша, Германия	IDO	10,5	9,2	***	***	***	***
Noken Design	Испания	Noken	2,0	3,3	***	***	***	***
Ifo sanitar AB	Швеция, Польша	IFO	6,0	122,7	***	***	***	***
Wisa b.v.	Нидерланды	Wisa	1,8	2,2	***	***	***	***
Blanco GMBH+co KG	Германия	Blanco	1,0	1,3	***	***	***	***
The Imperial Bathroom Company ltd.	Великобритания	Imperial	0	1,1	***	***	***	***
Sanindusa	Португалия	Sanindusa	1,6	1,2	***	***	***	***
Twyford Bathrooms	Великобритания	Twyford	20,5	1,1	0	0	0	0
Bellavista	Испания	Bellavista	7,3	0	0	0	0	0
Canela spring s.l.	Испания	Canela Spring	1,1	1,0	***	0	0	0
Grohe	Германия, Турция, Египет, Китай	Grohe	0	0	0	0	***	***
Остальные	Разные страны	Разные марки	43,8	45,4	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В сегменте восточноевропейских стран лидирует украинский производитель «СЛАВУТСКИЙ КОМБИНАТ «БУДФАРФОР». Он поставляет на российский рынок марки COLOMBO, BUDFARFOR, IFO, KOLO. Также есть украинская марка ДНЕПРОКЕРАМИКА. Заметную долю по-прежнему занимает белорусский KERAMIN. Широко известные польские марки CERSANIT, OPOCZNO, MITO удерживают третью строчку. Также марки KOLO, IFO, KERAMAG выпускаются всевозможными подразделениями концерна SANITEC KOLO SP ZOO. Этот концерн владеет и другими известными брендами, например, GEBERIT, но в нашем анализе эта марка не представлена в таблицах, так как поступает совсем в небольших объемах и считается продукцией премиум-класса.

*Таблица 10. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие производители восточноевропейских стран.*

Компания	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	2016	2017 янв-май
ЗАО «Славутский комбинат «Будфарфор»	Украина	Colombo, Budfarfor, IFO, Kolo	838,5	644,2	***	***	***	***
ОАО «Керамин»	Белоруссия	Keramin	485,5	258,0	***	***	***	***
Cersanit sp. z.o.o., ООО «Церсанит Инвест»	Польша, Украина	Cersanit, Opoczno, Mito	316,9	257,5	***	***	***	***
ООО «Днепрокерамика»	Украина	Днепрокерамика	30,6	13,1	***	***	***	***
Sanitec Kolo sp. z.o.o.	Польша, Германия, Португалия, Турция	Kolo, IFO, Keramag	44,5	21,9	***	***	***	***
Cesan sp. z.o.o.	Польша	Sonata	0	2,8	***	***	***	***
Hybner S.A., Zaklad ceramiki sanitarnej stanislaw Hybner	Польша	Hybner	15,4	8,3	***	***	***	***
UAB Rivaka	Литва	Rivaka	0	1,4	***	***	***	***
Zaklad wyrobow sanitarnych Radimp	Польша	Radimp	10,5	4,4	***	***	0	0
Rihard Knauff	Сербия, Китай	Rihard Knauff	0	23,0	***	***	0	0
Marmorin sp z.o.o.	Польша	Marmorin	3,5	3,0	***	***	0	0
Panda Trzebnica sp. z.o.o.	Польша	Panda	0	3,4	***	***	0	0
Gorenje	Словения	Gorenje	2,3	0,6	***	***	0	0
«ТПК «Ванкор»	Украина	Vankor	0	2,5	***	***	0	0

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Среди итальянских марок наиболее хорошо представлены CEZARES, NATRIA, SIMAS, NOVELLO, AZZURRA, DEVON&DEVON, GSI, DISEGNO CERAMICA, OLYMPIA, PASSENI, GALASSIA и ряд других. В 2015-2016 году в больших объемах стала поступать марка BELBAGNO, хотя большой ее объем производится в Китае, а не в Италии.

Таблица 11. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие итальянские производители.

Компания	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	2016	2017 янв-май
Belbagno Italia s.r.l.	Италия, Китай	Belbagno	0	0	***	***	***	***
Cezares s.p.a.	Италия	Cezares	6,4	10,4	***	***	***	***
Hatria s.r.l.	Италия	Hatria	6,2	4,9	***	***	***	***
Simas s.p.a.	Италия	Simas	5,2	3,2	***	***	***	***
Novello s.r.l.	Италия	Novello	0	7,6	***	***	***	***
Azzurra Arredobagno s.r.l.	Италия	Azzurra	15,2	2,1	***	***	***	***
Devon&Devon	Италия, Германия, Великобритания	Devon& Devon	2,6	2,2	***	***	***	***
Gruppo sanitari Itali s.p.a.	Италия	Gsi	1,5	0,6	***	***	***	***
Disegno Ceramica	Италия	Disegno ceramica	2,7	0,7	***	***	***	***
Olympia Ceramica s.r.l.	Италия	Olympia	0	3,3	***	***	***	***
Passeni	Италия	Passeni	3,5	0	***	***	***	***
Galassia s.p.a.	Италия	Galassia	0	1,1	***	***	***	***
Althea Ceramica	Италия, Испания	Lavabo, Althea	1,9	0,9	***	***	***	***
Cielo s.p.a., Cerakan s.r.l.	Италия	Cielo	1,6	0,7	***	***	***	***
Linea Tre s.r.l.	Италия	Lineatre	1,1	10,5	***	***	***	***
Gessi s.p.a.	Италия	Gessi	0	1,4	***	***	***	***
Marazzi	Италия	Marazzi	6,8	7,6	***	0	0	0
Catalio s.r.l.	Италия	Catalio	3,8	0	0	0	0	0
Unoceramica	Италия	Unoceramica	3,7	2,5	0	0	0	0
Ceramica gravena s.r.l.	Италия	Gravena	3,1	0	0	0	0	0

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Турецкая VITRA лидирует среди марок, которые поступают в Россию со стороны южных и восточных регионов планеты. Также большие объемы у турецких марок CREAVIT, ECE BANYO, SANOVIT, TIMSER и SEREL. Из Азии идут марки VIGLACERA, MONACO, в 2013 году были поставки из Ирана — марка CHINI ROSE.

*Таблица 12. Статистика импорта санитарной керамики в разбивке по производителям и брендам в 2011-2016 гг. и в первой половине 2017 г., крупнейшие азиатские и африканские производители.*

Компания	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	2016	2017 янв-май
Eczacibasi Vapi Ger-ecleri san ve tic AS, Vitra Bathroom Group	Турция	Vitra	48,3	126,4	***	***	***	***
Viglacera corporation	Вьетнам, Турция	Viglacera, Monaco	33,4	32,7	***	***	***	***
Canakcilar seramik sanayi ve ticaret a.s.	Турция	Creavit	5,6	5,4	***	***	***	***
Ece Banyo	Турция	Ece Banyo	8,4	15,2	***	***	0,0	0,0
Ayva makine insaat san, Elit mobilya seramik insaat sanayi ve ticaret ltd. Sti.	Турция	Sanovit	0	13,5	***	***	***	***
Matel Hammade san.ve tic.a.s.	Турция	Serel	6,7	7,4	***	***	***	***
Chini Rose	Иран	Chini Rose	0	1,4	0	0	0	0
Promo dis ticaret ltd.sti.	Турция	Timser	0	5,6	***	0	0	0

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. и в первой половине 2017 г., крупнейшие китайские производители.*

Компания	Страны	Бренды	2011	2013	2014	2015	2016	2017 янв-май
Tangshan Imex Industrial co., Tangshan Zhengdan Trade co., Chong Qing Swell Sanitary Ware (Group) co.	Китай-Россия	Iddis	112,0	163,7	***	***	***	***
Chaozhou Vilandor Sanitary Ware Factory, Chaozhou Yatao Ceramics co. и др.	Китай-Россия	Eva Gold	0	30	***	***	***	***
Остальные китайские марки	Китай	Разные марки	1010,0	1269	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

## ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

### § 4.1. Динамика экспорта в 2007-2016 гг. и первой половине 2017 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, в 2015 году он преодолел отметку в \*\*\* млн изделий, а в 2016 году приблизился к \*\*\* миллионам.

Таблица 14. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2007-2016 гг.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Экспорт, тыс. шт.	643	525	648	361	651	724	755	***	***	***
Экспорт, тыс. долл.	14 341	13 262	13 887	8 348	19 655	20 689	23 047	***	***	***
Средняя цена, \$/шт.	22,3	25,3	21,4	23,1	30,2	28,6	30,5	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

После резкого роста экспорта, которое произошло в 2015 году, в 2016 году тоже ожидалось дальнейшее увеличение экспортных поставок. Предполагалось, что экспорт достигнет \*\*\* млн изделий, и это почти получилось. В 2017 году барьер в \*\*\* миллиона наверняка будет «взят». В целом, российские производители нацелены на активную экспортную деятельность.

Рисунок 28. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.



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.

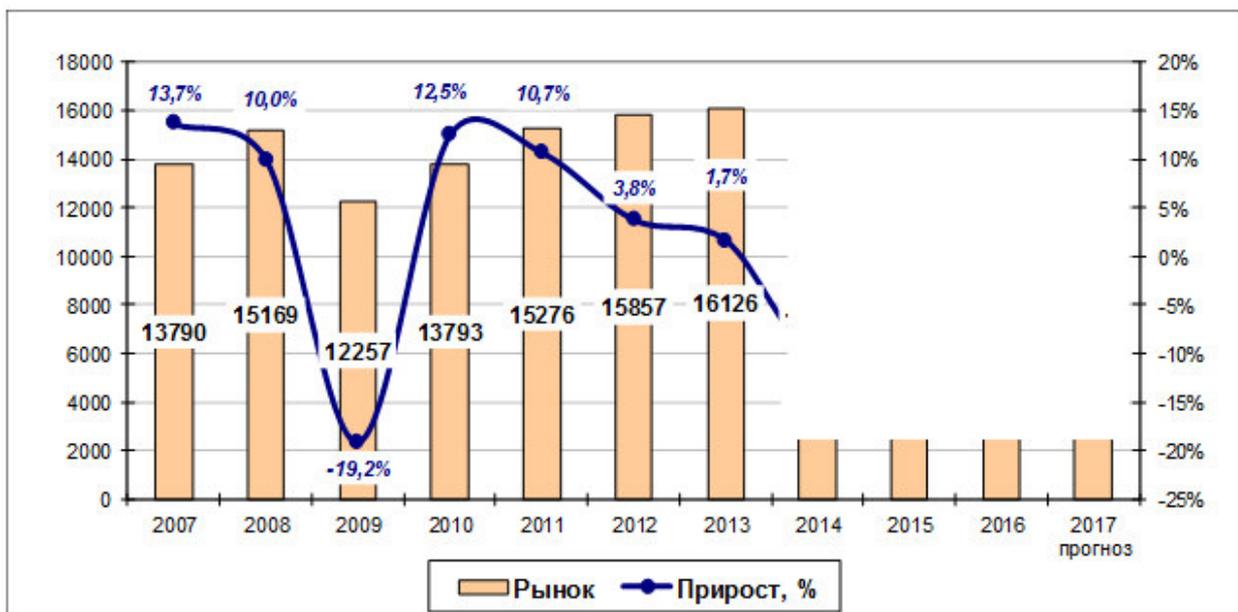
Таблица 16. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017 прогноз
Выпуск	11277	10589	11453	12296	12645	12921	***	***	***	***
Импорт	4417	2316	2702	3630	3937	3960	***	***	***	***
Экспорт	525	648	361	651	724	755	***	***	***	***
<b>Рынок</b>	<b>15169</b>	<b>12257</b>	<b>13793</b>	<b>15276</b>	<b>15857</b>	<b>16126</b>	***	***	***	***
Прирост, %	10,0%	-19%	12,5%	10,7%	3,8%	1,7%	***	***	***	***
Доля импорта, %	29%	19%	20%	24%	25%	25%	***	***	***	***
Доля на экспорт, %	5%	6%	3%	5%	6%	6%	***	***	***	***

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

В 2012-2013 гг. приросты стали значительно ниже, но все равно рынок потихоньку продолжал расти. Максимального объема объем рынка санитарных изделий достиг в 2013 году, когда вырос до 16,1 млн штук. Но в 2014 году из-за снижения как производства, так и импорта, рынок претерпел сокращение на \*\*\*%. В 2015 году падение продаж продолжилось, на этот раз на \*\*\*%. В 2016 году импорт продолжал падать, выпуск поднялся незначительно, а еще усилилась экспортная деятельность предприятий, поэтому объем рынка снова снизился – теперь на \*\*\*%. В 2017 году у производства сохраняются шансы вырасти на фоне непрекращающегося сокращения импорта. И возможно, в текущем году объем рынка, наконец, перестанет падать.

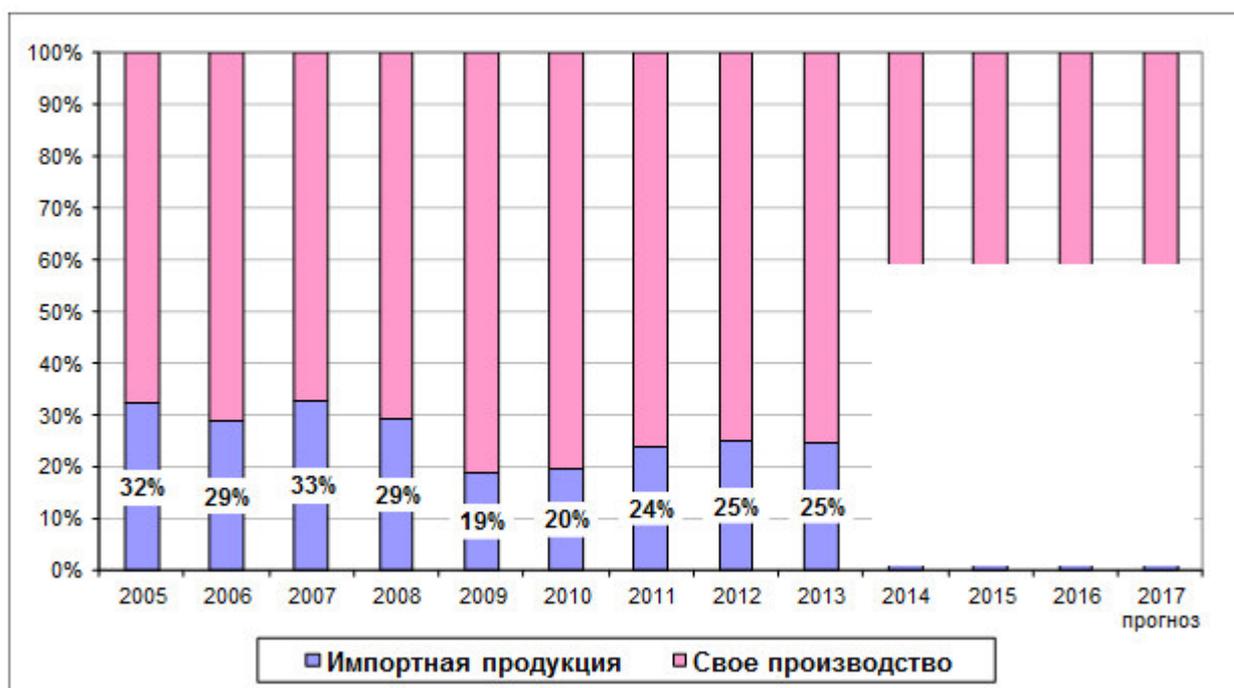
Рисунок 30. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2007-2016 гг. и прогноз на 2017 г., тыс. шт.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Доля импорта за тринадцать лет сократилась в 3 с лишним раза: если в 2005 году импортная продукция занимала 32% рынка, то в 2016 году она составила всего \*\*\*, а в 2017 г. может уменьшиться до \*\*\*%. Однако, нужно обратить внимание, что в промежутке между сложными периодами роль импорта склонна возрастать.

Рисунок 31. Доля импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий в 2005-2016 гг. и прогноз на 2017 г., %.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

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

#### § 5.4. Ценовое сегментирование рынка

По цене весь объем рынка санитарной керамики можно сегментировать следующим образом. Наибольшую долю в структуре спроса занимает продукция среднего ценового сегмента (от 25 до 60 евро), хотя сантехника низкого ценового сегмента также продолжает пользоваться массовым потребительским спросом. На долю продукции средней ценовой категории в 2011-2013 гг. приходилось 36% всего объема продаж сантехники, как российской, так и зарубежной. В 2015-2016 гг. доля сегмента уменьшилась до 31%.

На долю «эконом-сегмента» все это время приходится от 31% до 34%. В 2011 году экономичный сегмент составлял меньшую величину в относительном измерении, по сравнению с продажами в средней ценовой категории, а в 2016 году, в связи с уменьшением среднего, эконом-сегмент выглядит объемнее. Ниже представлен анализ для 2011, 2013, 2015 и 2016 г.

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

Сегмент	Объем сегмента, тыс. шт.	Средняя цена в сегменте, руб.	Средняя цена в сегменте, евро	Объем рынка в млн руб.	Объем рынка в млн евро
Эконом (до 25 евро)	5169,8	800	20	4135,8	103,4
Средний (от 25 до 60 евро)	5529,0	2000	50	11058,0	276,5
Выше среднего (от 60 до 200 евро)	4368,9	6400	160	27961,0	699,0
Премиум (свыше 200 евро)	208,0	16000	400	3328,0	83,2
<b>Всего рынок в 2011 г.</b>	<b>15275,6</b>	–	–	<b>46482,8</b>	<b>1162,1</b>

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Рисунок 36. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2011 году.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

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

### § 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.

...  
...  
...

## 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.

...

...

...

Таблица 27. 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.

#### Структура собственности / Акционеры

...

...

...

#### 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 2015 году выросла до 2 200 млн руб.

...

...

...

...

### 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.

Таблица 29. Средние цены на продукцию компании ООО «Керамика» (бренд Santek) в 2016-2017 гг., руб./шт.

Раковина с пьедесталом	Умывальник	Рукомойник	Унитаз-компакт	Унитаз подвесной	Унитаз приставной	Биде	Писсуар
<b>Лето 2016</b>							
2293	1560	1008	4642	2640	-	2719	1848
<b>Лето 2017</b>							
2434	1588	1069	4828	2794	-	2692	1968

Источник: Ценовой мониторинг ABARUS Market Research.

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

### Положение на рынке / Основные конкуренты

Предприятие стремительно развивается. В 2005 году, когда в составе группы работал 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».

...  
...  
...

### Планы и перспективы развития

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