ABARUS
MARKET RESEARCH

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

«РОССИЙСКИЙ РЫНОК САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ (САНФАЯНСА)»

ДЕМО-ВЕРСИЯ



Июль 2025 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) 920-00-74 www.abarus.ru, info@abarus.ru

Справка об агентстве **ABARUS Market Research**

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

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

Основной костяк команды ABARUS Market Research составляют выпускники МГУ имени М.В. Ломоносова и Российской Экономической Академии им. Г.В. Плеханова – экономисты, математики, переводчики, социологи, психологи. Ведущие аналитики агентства работают в области маркетинга и маркетинговых исследований более 7 лет. 5 сотрудников фирмы имеют ученую степень кандидата наук. Наши специалисты являются экспертами и авторами известных деловых и профессиональных изданий: Harvard Business Review, «Ведомости», «Бизнес», Smart Money, «Коммерсантъ Деньги», «Бизнес-журнал», «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: стройиндустрия (строительство, рынок недвижимости, рынок строительных материалов) и автомобили (автомобилестроение, включая спецтранспорт и спецтехнику, товары для автомобильной промышленности и автомобильного рынка, а также сопутствующие услуги).

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

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 2014-2024 гг. и среднесрочные прогнозы до 2030 года.

Основные задачи исследования

1. Выявить всех действующих отечественных игроков санитарной керамики;
2. Описать их основные рыночные характеристики и объемы производства;
3. Подробно описать тенденции импорта и экспорта санфаянса:
   - количественные параметры импорта и экспорта, в тыс. шт. по годам;
   - поставки по конкретным брендам;
   - направления поставок – страны происхождения и рынки сбыта.
4. Оценить состояние российского рынка санитарной керамики:
   - объем рынка;
   - темпы роста рынка;
   - картина розничных цен;
   - динамика розничных цен по сегментам;
   - тенденции и прогноз развития рынка.
5. Описать тенденции и перспективы развития российского рынка санитарной керамики на ближайшие годы.

Методы сбора данных

Мониторинг документальных источников.

Методы анализа данных

Контент-анализ документов
Экстраполятивный анализ

Информационная база исследования

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

СОДЕРЖАНИЕ:

РЕЗЮМЕ 12

ГЛАВА I. СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ РФ В НАЧАЛЕ 2025 ГОДА 13
§ 1.1. Экономическая ситуация 13
Рынок труда и нехватка рабочей силы 13
Дефицит бюджета и повышение налогов 15
Банковский сектор 16
Рост инфляции 17
Цены на нефть 19
Валютные курсы 21
§ 1.2. Строительство 23
Методология анализа строительства 23
Строительство жилья 24
Индивидуальное домостроение 26
Строительство коммерческих и промышленных объектов 28
Производство строительных материалов 29
Перспективы строительной отрасли в 2025-2026 гг. 31
§ 1.3. Среднесрочный экономический прогноз 32
Динамика ВВП 32
Влияние общеэкономических факторов 34
Влияние СВО и милитаризация экономики 36

ГЛАВА II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО 39
§ 2.1. Российские производители санитарной керамики 39
Перечень отечественных производителей 39
Масштаб и объемы производства в 2012-2024 гг. 40
Ассортимент производимых изделий 44
Товарная структура производства 46
§ 2.2. Отечественное производство санитарной керамики 47
Динамика общего производства в 2014-2024 гг., тыс. изделий 47
Производство по месяцам (сезонность) 48
Географическое распределение 49
Концентрация производства 50
Прогноз производства до 2030 года 53

ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 58
§ 3.1. Динамика импорта санфаянсовых изделий в РФ в 2014-2024 гг. 58
§ 3.2. Анализ импорта санфаянса по брендам, производителям, странам происхождения 64
Китайские бренды 64
Российско-китайско-турецкие бренды 65
Ближневосточные и азиатские бренды 66
Восточноевропейские бренды 67
Западноевропейские бренды 67
Итальянские бренды 69
Динамическая структура по брендам 70
§ 3.3. Оценка востребованности импортной продукции на российском рынке 71

ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 73
§ 4.1. Динамика экспорта в 2014-2024 гг. 73
§ 4.2. Ведущие экспортеры (российские компании-производители) 74
§ 4.3. Зарубежные рынки сбыта и перспективные направления 75

ГЛАВА V. РЫНОК САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 77
§ 5.1. Количественная характеристика рынка, динамика рынка 77
§ 5.2. Марочная структура рынка: выделение лидеров и наиболее популярных марок 79
Общая структура 79
Динамика марочной структуры 81
Марочная структура в сегменте «Эконом» 83
Марочная структура в сегменте «Средний» 83
Марочная структура в сегменте «Выше среднего» 85
Марочная структура в сегменте «Премиум» 86
§ 5.3. Ценовая картина рынка 88
Розничные цены на основные бренды в 2016-2025 гг. 88
Динамика розничных цен 87
Динамика статистических цен 89
§ 5.4. Ценовое сегментирование рынка 91
§ 5.5. Прогноз развития рынка до 2030 г. 97

ГЛАВА VI. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ 100
§ 6.1. ООО «Керамика» (Santek) 100
Сведения о компании / Общая характеристика 100
Структура собственности / Акционеры 101
Оборот / Финансовые показатели 101
Продуктовая линейка / Ассортимент 101
Положение на рынке / Основные конкуренты 103
Планы и перспективы развития 104
§ 6.2. ООО «Самарский Стройфарфор» 104
Сведения о компании / Общая характеристика 104
Структура собственности / Акционеры 105
Оборот / Финансовые показатели 105
Продуктовая линейка / Ассортимент 105
Положение на рынке / Основные конкуренты 106
Планы и перспективы развития 107
§ 6.3. ЗАО «Угракерам» (Santeri) 108
Сведения о компании / Общая характеристика 108
Структура собственности / Акционеры 108
Оборот / Финансовые показатели 108
Продуктовая линейка / Ассортимент 109
Положение на рынке / Основные конкуренты 110
Планы и перспективы развития 111
§ 6.4. АО «Кировская керамика» (Rosa и Kirovit) 111
Сведения о компании / Общая характеристика 111
Структура собственности / Акционеры 112
Оборот / Финансовые показатели 112
Продуктовая линейка / Ассортимент 113

Положение на рынке / Основные конкуренты 114
Планы и перспективы развития 115
§ 6.5. АО «Сызранская керамика» (Cersanit) 115
Сведения о компании / Общая характеристика 115
Структура собственности / Акционеры 116
Оборот / Финансовые показатели 116
Продуктовая линейка / Ассортимент 116
Положение на рынке / Основные конкуренты 117
Планы и перспективы развития 117
§ 6.6. ООО «Завод керамических изделий Универсал» 118
Сведения о компании / Общая характеристика 118
Структура собственности / Акционеры 118
Оборот / Финансовые показатели 118
Продуктовая линейка / Ассортимент 119
Положение на рынке / Основные конкуренты 119
Планы и перспективы развития 120
§ 6.7. ЗАО «Лобненский завод строительного фарфора» (ЛЗСФ) 120
Сведения о компании / Общая характеристика 120
Структура собственности / Акционеры 121
Оборот / Финансовые показатели 121
Продуктовая линейка / Ассортимент 121
Положение на рынке / Основные конкуренты 122
Планы и перспективы развития 123
§ 6.8. ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» 123
Сведения о компании / Общая характеристика 123
Структура собственности / Акционеры 124
Оборот / Финансовые показатели 124
Продуктовая линейка / Ассортимент 124
Положение на рынке / Основные конкуренты 125
Планы и перспективы развития 126
§ 6.9. ООО «Рока рус» 126
Сведения о компании / Общая характеристика 126
Структура собственности / Акционеры 127
Оборот / Финансовые показатели 127
Продуктовая линейка / Ассортимент 127
Положение на рынке / Основные конкуренты 128
Планы и перспективы развития 129

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И РИСУНКОВ

Таблицы

Таблица 1. Статистика ввода нового жилья в России (с учетом более поздних коррекций) в 2012-2024 гг., млн м2.
Таблица 2. Доля индивидуального домостроения в России в 2012-2024 гг., млн м2 и % от общего объема построенного жилья.
Таблица 3. Ввод в действие зданий жилого и нежилого назначения в РФ в 2014-2024 гг., в разных единицах измерения.
Таблица 4. Производство основных строительных материалов в 2019-2024 гг.
Таблица 5. Относительные темпы прироста ВВП в Китае, Казахстане, России, Беларуси и Украине в 2012-2024 гг., %.
Таблица 6. SWOT-анализ для российской экономики на 2024 год.
Таблица 7. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2012-2024 гг., тыс. шт.
Таблица 8. Торговые марки и товарный ассортимент российских производителей.
Таблица 9. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2014-2024 гг.
Таблица 10. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2014-2024 гг. по географическому принципу, тыс. шт.
Таблица 11. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 г., крупнейшие китайские производители.
Таблица 12. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 г., крупнейшие «российские» производители.
Таблица 13. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 г., крупнейшие ближневосточные и азиатские производители.
Таблица 14. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 гг., крупнейшие производители восточноевропейских стран.
Таблица 15. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 гг., крупнейшие производители западноевропейских стран.
Таблица 16. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2011-2018 гг., крупнейшие итальянские производители.
Таблица 17. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2014-2024 гг.
Таблица 18. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий российскими компаниями-производителями, в 2015-2024 гг., тыс. шт.
Таблица 19. Количественные характеристики российского рынка санитарной керамики в 2016-2024 гг. и прогноз на 2025 г., тыс. шт.
Таблица 20. Марочная структура рынка (по ведущим брендам) в 2015 и 2024 гг., тыс. шт.
Таблица 21. Марочная структура рынка в сегменте «Эконом», тыс. шт.
Таблица 22. Марочная структура рынка в сегменте «Средний», тыс. шт.
Таблица 23. Марочная структура рынка в сегменте «Выше среднего», тыс. шт.
Таблица 24. Марочная структура рынка в сегменте «Премиум», тыс. шт.
Таблица 25. Средние цены на санитарную керамику отечественных и импортных брендов в 2016, 2018, 2024 и 2025 г., руб.
Таблица 26. Средние розничные цены на санитарную керамику (по ценовым сегментам) в 2016-2025 гг., руб./шт.

Таблица 27. Статистические цены на приобретенные предметы санитарной керамики строительными организациями в 2022-2025 гг., руб./шт.
Таблица 28. Статистические цены производителей санитарной керамики (отпускные цены) в 2017-2024 гг., руб./шт.
Таблица 29. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2015 году.
Таблица 30. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2016 году.
Таблица 31. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2017 году.
Таблица 32. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2018 году.
Таблица 33. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2023 году.
Таблица 34. Сегментирование российского рынка санитарной керамики по ценовому признаку в 2024 году.
Таблица 35. Данные компании «Сантек».
Таблица 36. Основные финансовые показатели ООО «Керамика» в 2014-2021 гг., тыс. руб.
Таблица 37. Средние цены на продукцию компании ООО «Керамика» (бренд Santek) в 2016-2025 гг., руб./шт.
Таблица 38. Данные компании ООО «Самарский стройфарфор».
Таблица 39. Основные финансовые показатели ООО «Самарский Стройфарфор» в 2015-2024 гг., тыс. руб.
Таблица 40. Средние цены на продукцию компании ООО «Самарский Стройфарфор» (бренды Sanita и Sanita Luxe) в 2016-2025 гг., руб./шт.
Таблица 41. Данные компании ЗАО «Угракерам».
Таблица 42. Основные финансовые показатели ЗАО «Угракерам» в 2014-2023 гг., тыс. руб.
Таблица 43. Средние цены на продукцию компании ЗАО «Угракерам» (бренд Santeri) в 2016-2025 гг., руб./шт.
Таблица 44. Данные компании АО «Кировская керамика».
Таблица 45. Основные финансовые показатели АО «Кировская керамика» в 2015-2024 гг., тыс. руб.
Таблица 46. Средние цены на продукцию компании АО «Кировская керамика» (бренды Rosa и Kirovit) в 2016-2025 гг., руб./шт.
Таблица 47. Данные компании АО «Сызранская керамика».
Таблица 48. Основные финансовые показатели АО «Сызранская керамика» в 2015-2024 гг., тыс. руб.
Таблица 49. Средние цены на продукцию компании АО «Сызранская керамика» (бренд Cersanit) в 2016-2025 гг., руб./шт.
Таблица 50. Данные компании ООО «Завод керамических изделий Универсал».
Таблица 51. Основные финансовые показатели ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2015-2024 гг., тыс. руб.
Таблица 52. Средние цены на продукцию компании ООО «Завод керамических изделий Универсал» (марка Универсал) в 2016-2025 г., руб./шт.
Таблица 53. Данные компании ЗАО «ЛЗСФ».
Таблица 54. Основные финансовые показатели ЗАО «ЛЗСФ» в 2015-2024 гг., тыс. руб.
Таблица 55. Средние цены на продукцию компании ЗАО «ЛЗСФ» (марка Лобня) в 2016-2025 гг., руб./шт.

Таблица 56. Данные компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники».
Таблица 57. Основные финансовые показатели ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2015-2021 гг., тыс. руб.
Таблица 58. Средние цены на продукцию компании ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» (бренд Оскольская керамика) в 2016-2025 г., руб./шт.
Таблица 59. Данные компании ООО «Рока рус».
Таблица 60. Основные финансовые показатели ООО «Рока рус» в 2014-2021 гг., тыс. руб.
Таблица 61. Средние цены на продукцию компании ООО «Рока рус» (бренды Jika, Roca) в 2016-2025 гг., руб./шт.

Рисунки

Рисунок 1. Уровень безработицы в России в 2020-2025 гг. по месяцам, %.
Рисунок 2. Ежегодный прирост инфляции в России в 2009-2024 гг. и прогноз на 2025 г., %.
Рисунок 3. Динамика среднегодовых цен на нефть марки Urals в период 2009-2024 гг. и прогноз на 2025 г., долл. США за баррель.
Рисунок 4. Сравнительная динамика курсов доллара США и евро в 2009-2024 гг. и прогноз на 2025 г., руб. за единицу валюты (среднегодовой показатель).
Рисунок 5. Динамика ввода жилья в РФ по месяцам в 2021-2025 гг., тыс. кв. м.
Рисунок 6. Динамика ввода жилья в РФ в 2015-2025 гг. по кварталам, млн кв. м.
Рисунок 7. Динамика ввода жилья в РФ в 2010-2024 гг. и прогноз на 2025 г., млн кв. м и ежегодные приросты, %.
Рисунок 8. Сравнительная динамика темпов прироста ВВП в Китае, Казахстане, России, Беларуси и Украине в 2012-2024 гг., %.
Рисунок 9. Формирование номинального ВВП РФ по годам в 2012-2024 гг. в текущих ценах, трлн. руб., и приросты ВВП, %.
Рисунок 10. Прогноз темпов роста ВВП в России на краткосрочный период, %.
Рисунок 11. Структура российского рынка санитарных керамических изделий в 2005-2015 гг., % в натуральном выражении.
Рисунок 12. Структура производства санитарных керамических изделий компанией «Самарский Стройфарфор» в 2024 г., %.
Рисунок 13. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2014-2024 гг. и прогноз на 2025 г., тыс. шт.
Рисунок 14. Динамика выпуска санитарной керамики по месяцам, в 2020-2025 гг., шт.
Рисунок 15. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2010-2024 гг., %.
Рисунок 16. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2024 г., %.
Рисунок 17. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2012-2024 гг., %.
Рисунок 18. Прогноз производства санитарных керамических изделий в РФ до 2030 г., тыс. шт.
Рисунок 19. Динамика импортных поставок сантехнических изделий из керамики в РФ в 2012-2024 гг. и прогноз на 2025 г.
Рисунок 20. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2013-2024 гг. по географическому принципу, %.
Рисунок 21. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2013 году по географическому принципу, %.

Рисунок 22. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2018 году по географическому принципу, %.
Рисунок 23. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2024 году по географическому принципу, %.
Рисунок 24. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2014 г.
Рисунок 25. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2024 г.
Рисунок 26. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2012-2024 гг. и прогноз на 2025 г., тыс. шт.
Рисунок 27. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики по странам в 2012-2024 гг., %.
Рисунок 28. Динамика российского рынка санитарно-керамических изделий в 2012-2024 гг. и прогноз на 2025 г., тыс. шт.
Рисунок 29. Доля импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий в 2012-2024 гг. и прогноз на 2025 г., %.
Рисунок 30. Марочная структура рынка в 2015 году.
Рисунок 31. Марочная структура рынка в 2018 году.
Рисунок 32. Марочная структура рынка в 2024 году.
Рисунок 33. Динамика розничных цен на санитарную керамику в различных ценовых сегментах в 2016-2025 гг., руб./шт.
Рисунок 34. Динамика цен на приобретенные предметы санитарной керамики строительными организациями в 2022-2025 гг., руб./шт.
Рисунок 35. Сравнение статистических цен производства и приобретения предметов санитарной керамики в 2022-2025 гг., руб./шт.
Рисунок 36. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2015 году.
Рисунок 37. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2016 году.
Рисунок 38. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2017 году.
Рисунок 39. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2018 году.
Рисунок 40. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2023 году.
Рисунок 41. Ценовое сегментирование рынка санфаянса в 2024 году.
Рисунок 42. Динамика ценового сегментирования рынка санфаянса в 2015-2024 гг., %.
Рисунок 43. Прогноз динамики российского рынка санитарно-керамических изделий до 2030 года, тыс. шт.
Рисунок 44. Прогноз доли импортной продукции на российском рынке санитарно-керамических изделий до 2030 г., %.
Рисунок 45. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Керамика» в 2012-2024 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 46. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Самарский Стройфарфор» в 2012-2024 гг. и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 47. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «Угракерам» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 48. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Кировская керамика» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 49. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий АО «Сызранская керамика» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 50. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Завод керамических изделий Универсал» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.

Рисунок 51. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ЗАО «ЛЗСФ» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 52. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Объединение стройматериалов и бытовой техники» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.
Рисунок 53. Динамика выпуска санитарно-керамических изделий ООО «Рока рус» в 2012-2024 гг., и изменение доли от общего российского производства, %.

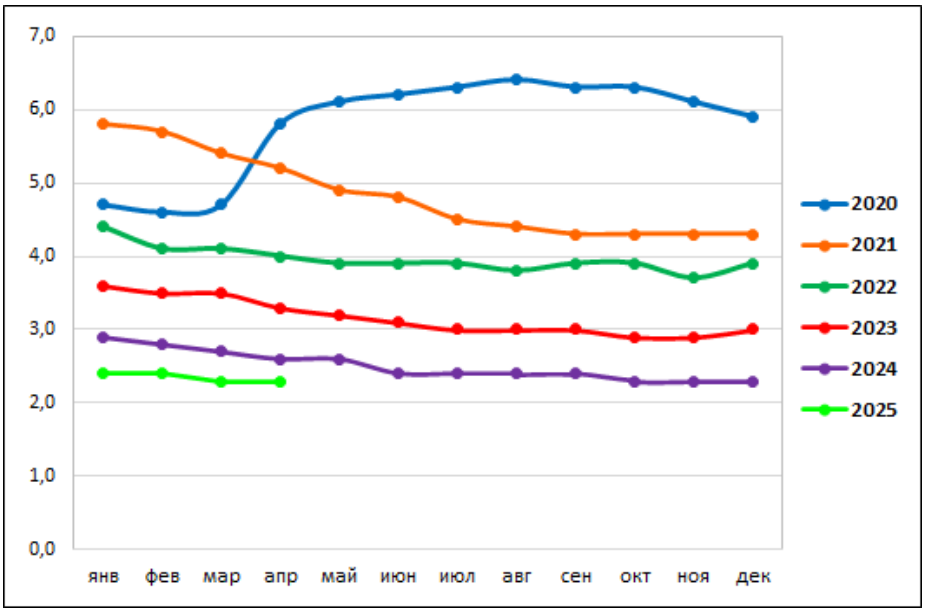
ГЛАВА I. СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ РФ В НАЧАЛЕ 2025 ГОДА

§ 1.1. Экономическая ситуация

Рынок труда и нехватка рабочей силы

В 2024-2025 годах российская экономика работает на пределе занятости. Главная тенденция на рынке труда – нехватка рабочей силы во многих ключевых сегментах, включая строительство. Данные по уровню безработицы в течение всего 2023 года находились на самом низком историческом уровне, но в 2024 году рекорды продолжают обновляться. И к апрелю 2025 г. этот показатель снизился до беспрецедентного уровня – всего 2,3% (см. Рисунок 1). Скрытая безработица, по оценкам экспертов, тоже минимальна. В течение 2020 года, например, безработица резко выросла до 6,4% из-за введения нерабочих дней и временного закрытия многих предприятий. В 2021-м рынок успешно вышел из пандемийного «застоя» и начал уверенное восстановление. Безработица тоже стала сокращаться, но слишком низкие показатели – это негативный фактор, сообщающий о дефиците низкоквалифицированной рабочей силы, особенно в базовых отраслях.

Рисунок 1. Уровень безработицы в России в 2020-2025 гг. по месяцам, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным Росстат РФ.

…

…

…

…

…

…

ГЛАВА II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

§ 2.1. Российские производители санитарной керамики

Перечень отечественных производителей

В плане определения качества санитарной керамики важной технической характеристикой является водопоглощение, которое может колебаться от 0,5% до 13%. В зависимости от этой величины происходит деление на виды керамики: фарфор, полуфарфор и фаянс. Исторически сложилось, что именно санфаянс стал самым используемым материалом для изделий ванных комнат и санузлов. Текущее исследование посвящено российскому рынку санитарной керамики, то есть всем видам санитарного фарфора и фаянса. В России на настоящий момент функционируют следующие производители санфаянса (перечислены по убыванию в зависимости от объемов производства за последние годы):

- ООО «Керамика» (марка Santek)
- ООО «Самарский стройфарфор» (марки Sanita и Sanita Lux)
- ЗАО «Угракерам» (Santeri)
- АО «Кировская керамика» (Rosa и Kirovit)
- ЗАО «Сызранская керамика» (Cersanit)
- ООО «Завод керамических изделий Универсал»
- ЗАО «ЛЗСФ» (Лобненский стройфарфор)
- ООО «ОСиБТ» (Оскольская керамика)
- ОАО «Волгоградский керамический завод» (Gesso)
- ООО «Рока рус» (Roca, Jika)
- ООО «Витра сантехника» (Vitra, Vitra Norm)
- ООО «Керама Марацци» (Kerama Marazzi)
- ЗАО «Фаянс»
- ООО «Гнездово»

Большая часть из перечисленных предприятий работает довольно давно, некоторые – еще с советских времен.

…

…

…

Некоторые российские предприятия меняют собственников.

…

…

…

…

…

Масштаб и объемы производства в 2012-2024 гг.

Самым крупным самостоятельным предприятием по производству санитарной керамики в России на сегодняшний день является компания ***, ……...
……...
…….

«Самарский Стройфарфор» время от времени публикует данные о своем производстве. Так, по данным завода, в 2023 году было произведено почти *** млн сантехнических изделий (*** тыс. шт.). В 2024 году завод выпустил на ***% больше – *** тыс. шт. Это неплохой результат на фоне снижения выпуска большинства предприятий в сложный период, который переживает рынок.

…

…

…

…

…

…

…

Санфаянсовая отрасль достаточно консервативна, притом, что кризисные потрясения обычно задевают ее не слишком сильно (в 2009 году производство снизилось на 6%, в 2014 и 2020 годах – на 4-5%). Новые игроки появляются здесь довольно редко. В 2014 году в городе Серпухов открылся завод «Витра-Сантехника», детище турецкого концерна «Эджзаджибаши». Его мощности составляют 250 тыс. единиц.

В 2015 году в Калужской области заработала компания «Центр-Керамика», которая закрылась через пять лет.

С января 2020 года выпуском высококачественного санфаянса занимается российско-итальянское предприятие Kerama Marazzi (Орловская область). По собственным данным, в 2022 году завод выпустил 95,5 тыс. штук продукции. Оборудование, дизайн, образцы, модели, литейные формы и глиняный состав для сантехники Kerama Marazzi изготавливаются в Италии, после чего импортируются в Россию для дальнейшего финального оформления. По российским меркам мощности всех этих новых сантехнических предприятий невелики.

В целом картина роста производства керамической сантехники с 2012 по 2024 г. по всем российским регионам и предприятиям, в том числе покинувшим рынок, выглядит следующим образом (см. Таблицу 7).

Таблица 7. Производство санфаянса в РФ по регионам и производителям в 2012-2024 гг., тыс. шт.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Калужская область	**4 019,5**	**3 972,3**	**3 607,1**	**3 883,0**	**3 740,0**	**3 980,3**	**4 389,1**	**4 307,9**	**4 110,0**	***	***	***	***
АО «КИРОВСКАЯ КЕРАМИКА»	1 950,0	1 872,3	1 857,1	1 840,0	1 690,0	1 750,0	1 850,0	1 800,0	1 860,0	***	***	***	***
ЗАО «УГРАКЕРАМ» (SANTERI, ROCA GROUP)	2 069,5	2 100,0	1 750,0	1 993,0	1 990,0	2 080,3	2 209,1	2 277,9	2 250,0	***	***	***	***
ООО «ЦЕНТР КЕРАМИКА»	0,0	0,0	0,0	50,0	60,0	150,0	290,0	230,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Самарская область	**2 409,2**	**2 798,6**	**2 839,0**	**3 176,7**	**3 321,6**	**3 374,0**	**3 486,0**	**3 465,0**	**3 171,0**	***	***	***	***
ООО «САМАРСКИЙ СТРОЙФАРФОР»	1 796,0	1 683,0	1 703,0	1 849,0	1 994,0	1 888,0	2 133,0	2 157,0	2 040,0	***	***	***	***
ЗАО «СЫЗРАНСКАЯ КЕРАМИКА» (CERSANIT)	613,2	1 115,6	1 136,0	1 327,7	1 327,6	1 486,0	1 353,0	1 308,0	1 131,0	***	***	***	***
Чувашская Республика	**1 697,8**	**1 860,0**	**1 950,0**	**2 356,7**	**2 500,0**	**2 282,2**	**2 618,3**	**2 617,7**	**2 634,4**	***	***	***	***
ООО «КЕРАМИКА» (ROCA GROUP)	1 697,8	1 860,0	1 950,0	2 356,7	2 500,0	2 282,2	2 618,3	2 617,7	2 634,4	***	***	***	***
Московская область	**1 448,6**	**1 490,0**	**1 493,8**	**1 472,0**	**1 470,0**	**1 609,6**	**1 417,3**	**1 499,1**	**1 345,0**	***	***	***	***
ЗАО «ЛОБНЕНСКИЙ ЗАВОД СТРОИТЕЛЬНОГО ФАРФОРА» (ЛЗСФ)	1 053,6	1 040,0	883,8	842,0	835,0	852,2	776,4	880,0	885,0	***	***	***	***
ООО «ВИТРА САНТЕХНИКА» (VITRA)	0,0	0,0	150,0	190,0	205,0	253,5	220,6	200,0	210,0	***	***	***	***
ООО «НОГИНСКИЙ СТРОЙФАРФОР» (DELLA)	395,0	450,0	460,0	440,0	430,0	503,9	420,3	419,1	250,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Новосибирская область	**679,0**	**718,0**	**833,0**	**878,0**	**853,0**	**995,0**	**1 089,0**	**1 131,0**	**1 130,0**	***	***	***	***
ООО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ «УНИВЕРСАЛ»	679,0	718,0	833,0	878,0	853,0	995,0	1 089,0	1 131,0	1 130,0	***	***	***	***

Белгородская область	**651,0**	**675,0**	**660,0**	**690,0**	**630,0**	**624,9**	**625,5**	**677,9**	**680,0**	***	***	***	***
ООО «ОБЪЕДИНЕНИЕ СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И БЫТТЕХНИКИ»	651,0	675,0	660,0	690,0	630,0	624,9	625,5	677,9	680,0	***	***	***	***
Волгоградская область	**443,4**	**476,1**	**365,6**	**369,7**	**459,6**	**461,9**	**459,8**	**485,1**	**453,1**	***	***	***	***
ОАО «ВОЛГОГРАДСКИЙ КЕРАМИЧЕСКИЙ ЗАВОД»	443,4	476,1	365,6	369,7	459,6	461,9	459,8	485,1	453,1	***	***	***	***
Ленинградская область	**479,7**	**459,4**	**344,0**	**479,0**	**453,6**	**443,1**	**474,9**	**380,0**	**306,0**	***	***	***	***
ООО «РОКА РУС»	479,7	459,4	344,0	479,0	453,6	443,1	474,9	380,0	306,0	***	***	***	***
Орловская область	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**30,0**	***	***	***	***
ООО «КЕРАМА МАРАЦЦИ»	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	30,0	***	***	***	***
Смоленская область	**251,7**	**245,3**	**233,3**	**229,7**	**183,2**	**144,1**	**146,4**	**142,0**	**120,0**	***	***	***	***
ЗАО «ФАЯНС»	109,7	115,3	103,3	116,7	108,2	94,1	99,6	90,0	80,0	***	***	***	***
ООО «ГНЕЗДОВО»	142,0	130,0	130,0	113,0	75,0	50,0	46,9	52,0	40,0	***	***	***	***
Свердловская область	**426,3**	**226,4**	**62,9**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
ОАО «ЗАВОД КЕРАМИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЙ» (УРАЛКЕРАМИКА)	426,3	226,4	62,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Челябинская область	**138,8**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**0,0**
ООО «КСАНТА»	138,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ИТОГО, выпуск в РФ	**12 645,0**	**12 921,1**	**12 388,7**	**13 534,8**	**13 611,0**	**13 915,1**	**14 666,3**	**14 705,7**	**13 979,5**	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Отдельная категория «российских производителей» – это перекупщики либо торговые компании, которые специализируются на продаже сантехники. Они заказывают товар в Китае и выдают его за продукцию отечественного производства. Перечислим некоторые.

1. Марка AM.PM, закупщик ООО «Санимпекс» (Санкт-Петербург), масштаб продаж ***-*** тыс. единиц, марка завозится в страну более 15 лет, изначально позиционировалась как немецкая
2. Марка IDDIS, закупщик ООО «СКЛ» (Ленинградская область), в 2014 г. объем продаж составлял 190 тыс. единиц, в 2023-2024 гг. – в диапазоне *** тысяч;
3. Марка EVA GOLD, закупщик ООО «Грандфаянс» (Ростовская область), завозится с 2013 года, в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
4. Марка DREJA, закупщик мебельная фабрика ООО «Дрея» (Московская обл.), завозит из Китая и Турции, в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
5. Марка AQUANET, закупщик ТД «Акванет» (Москва), в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
6. Марка SANTILINE, закупщик ООО «Сантиопт» (Москва), в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
7. Марка COMFORTY, закупщик ООО «Крокус-Стройкомплект» (Свердловская обл.), в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
8. Марка TRITON-PRO, закупщик ООО «Тритон» (Московская обл.), в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
9. Марка AQUATEK, закупщик ООО «Акватория» (г.Москва), в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук;
10. Марка MELANA, завозится в страну с 2014 года, закупщик ООО «Импорттрейд», в 2023-2024 гг. объем *** тысяч штук.

Стоит отметить, что в последние несколько лет эта практика расширилась. Более подробная информация обо всех этих марках будет представлена в разделе, посвященном импорту, но здесь стоит отметить, что в 2023-2024 гг. совокупный объем продаж этой категории составляет более ***-*** тысяч штук ежегодно.

…

…

…

…

…

…

…

…

§ 2.2. Отечественное производство санитарной керамики

Динамика общего производства в 2014-2024 гг., тыс. изделий

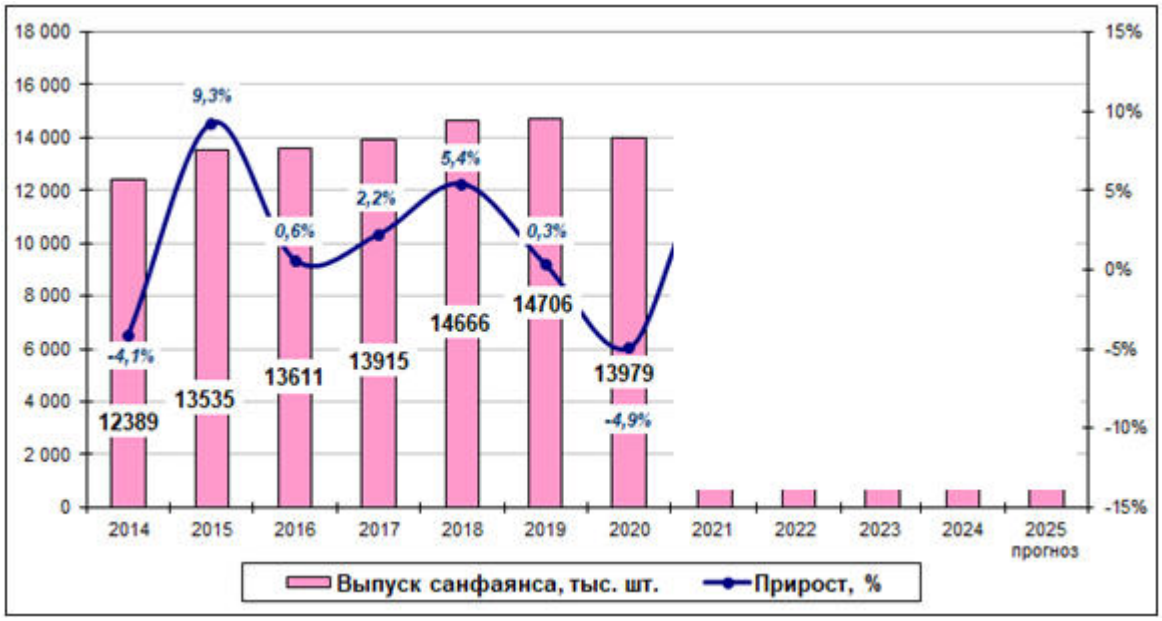
До 2022 года производство санитарной керамики в стране росло медленными, но верными темпами. На фоне многих других строительных и отделочных материалов, которые в некоторые периоды падали, редкие снижения выпуска выглядели случайными. Но, забегая вперед, скажем, что в течение 2014-2018 гг. довольно сильно сократился импорт, в том числе из Китая. Поэтому у отечественных производителей появился шанс заполнить поредевший эконом-сегмент. Заметив снижение импорта, отечественные производители увидели перспективы дополнительного сбыта, и стали наращивать производство.

…

…

…

Рисунок 13. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ в 2014-2024 гг. и прогноз на 2025 г., тыс. шт.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Но в 2022-2023 гг. производство довольно сильно упало – в общей сложности на ***% за два года, это довольно сильное падение. Проблема возникла из-за западных санкций. Весной 2022 г. у многих заводов начались проблемы с логистикой (доставкой сырья), так как качественный каолин закупался либо на Украине, либо в странах Европы. Поиск новых поставщиков занял около двух лет, за это время цены вынужденно выросли.

…

…

…

Производство по месяцам (сезонность)

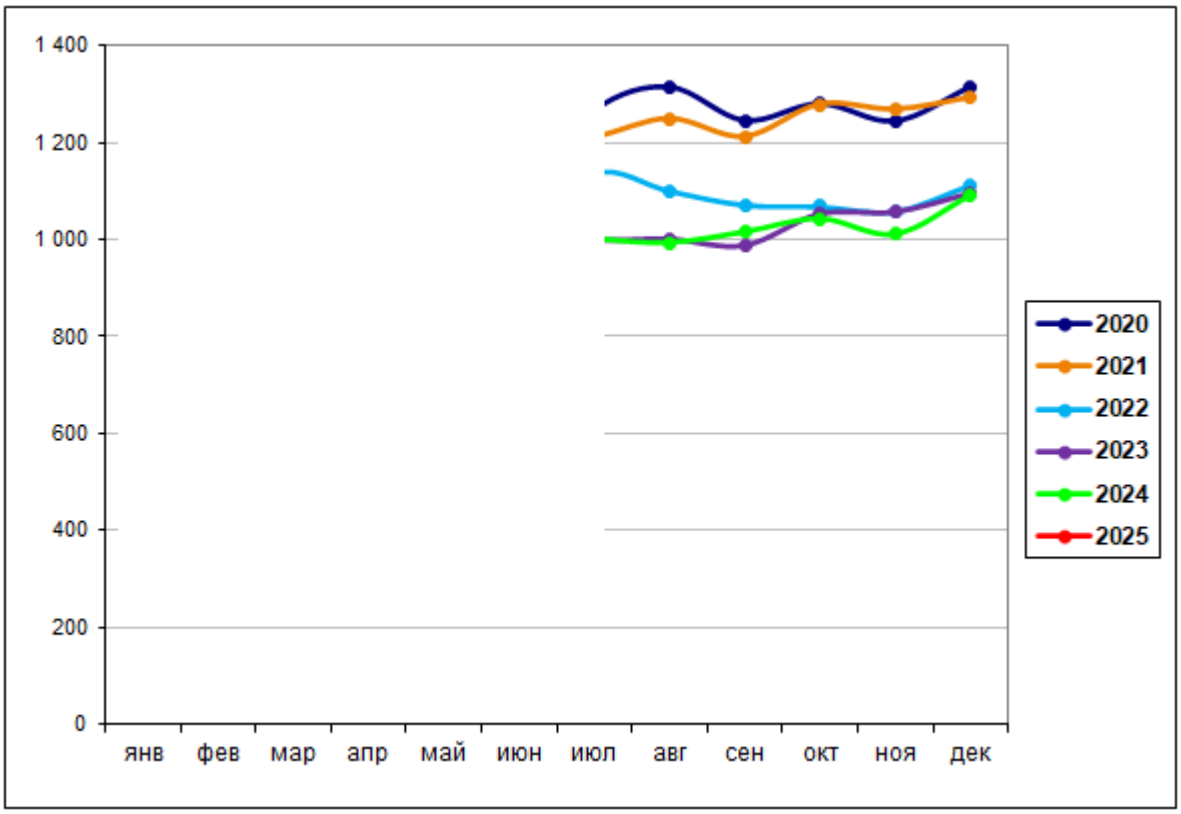
Выпуск санитарной керамики практически не подвержен сезонности, так как покупать и устанавливать сантехнику можно в любое время года – это внутренние отделочные работы. Производство по месяцам полезно отслеживать для того, чтобы увидеть, как рынок реагирует на изменения спроса, а также на сиюминутные макроэкономические и политические раздражители.

…

…

…

Рисунок 14. Динамика выпуска санитарной керамики по месяцам, в 2020-2025 гг., шт.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Следующие 2023 и 2024 годы демонстрируют стандартную динамику по месяцам, резких падений и всплесков нет. А вот первая половина 2025 года заставляет волноваться – ……

……

……

……

Географическое распределение

Пятнадцать лет назад большая часть отечественных санфаянсовых изделий производилась в Центральном федеральном округе, где выпускалось более 50%. На втором месте долгое время находился Приволжский федеральный округ (25-30%), за ними следовал Уральский округ. Но затем картина сильно изменилась: Уральский округ прекратил производство (закрылись два предприятия), а в Приволжском, наоборот, деятельность активизировалась.

…

…

…

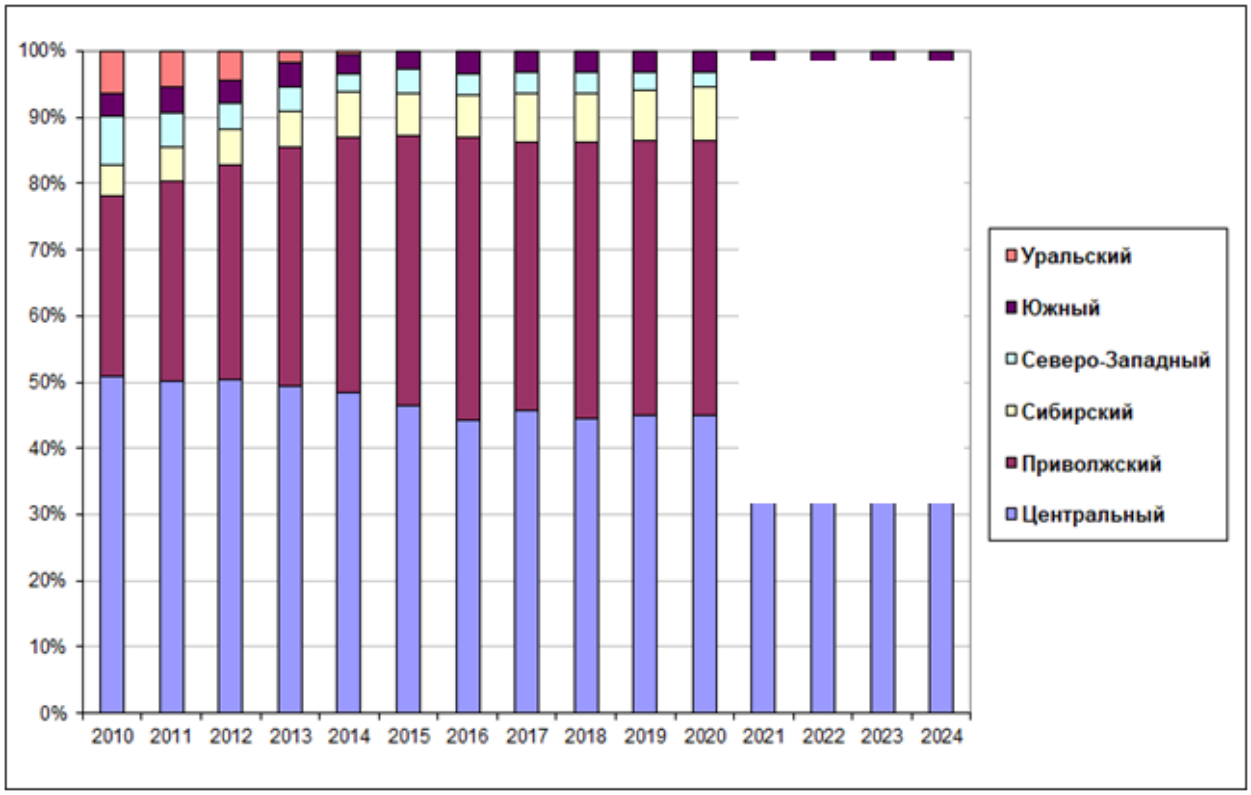
…

…

…

…

Рисунок 15. Динамика производства санитарных керамических изделий в РФ по федеральным округам в 2010-2024 гг., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

…

…

…

Концентрация производства

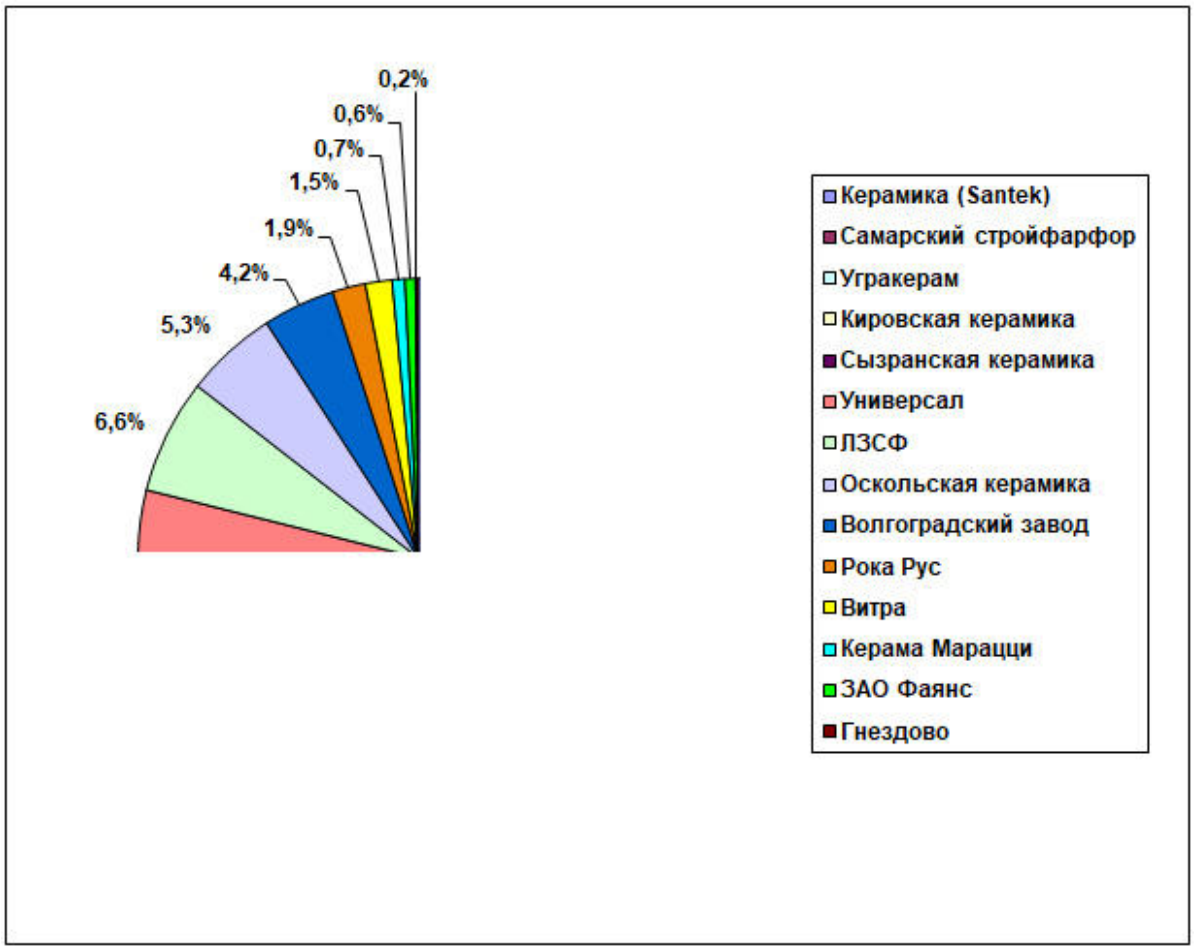
На Рисунке 16 можно посмотреть, как выглядит рейтинг отечественных предприятий в 2024 году, а на Рисунке 17 отражена динамическая картина, полученная для всего рассматриваемого периода, начиная с 2012 года. Положение пяти лидирующих компаний-производителей в рейтинге иногда меняется, но в целом пятерка лидеров довольно стабильна.

…

…

…

Рисунок 16. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2024 г., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

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» входили в состав ROCA GROUP), АО «Кировская керамика», АО «Сызранская керамика» (Cersanit) и ООО «Самарский Стройфарфор».

…

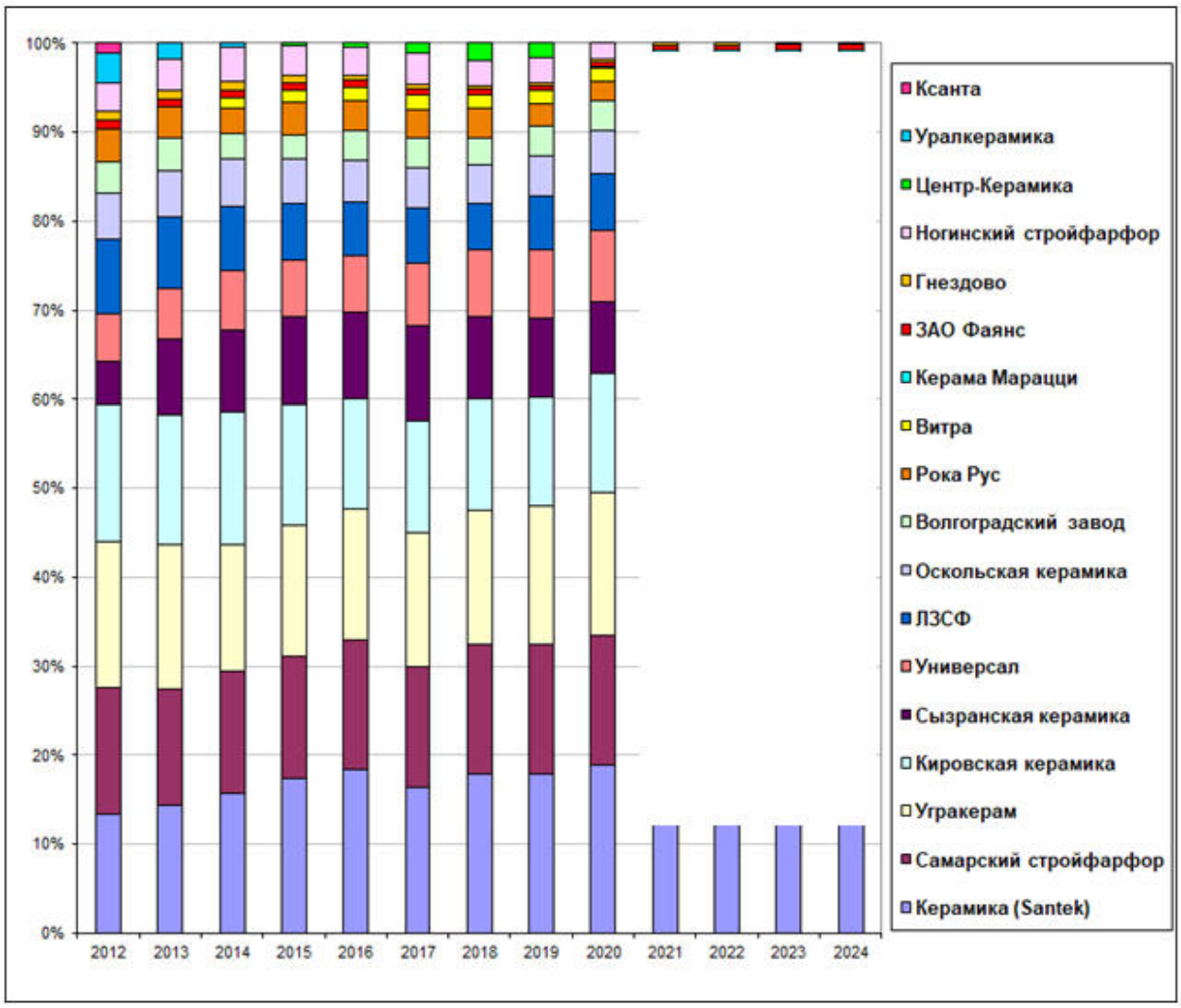
…

…

…

…

Рисунок 17. Соотношение объемов производства российских предприятий, выпускающих санитарную керамику, в 2012-2024 гг., %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Отечественные производственные предприятия преимущественно ориентированы на выпуск сантехнических изделий эконом-класса, тогда как за европейскими производителями долгое время оставался верхний сегмент и значительная часть среднего ценового сегмента российского рынка.

…

…

…

Прогноз производства до 2030 года

Предыдущие три года были беспокойными и полными неприятных сюрпризов. Период неустойчивости еще не преодолен. В текущем 2025 году производство легко может сдвинуться как в сторону очередного понижения, так и в сторону повышения...

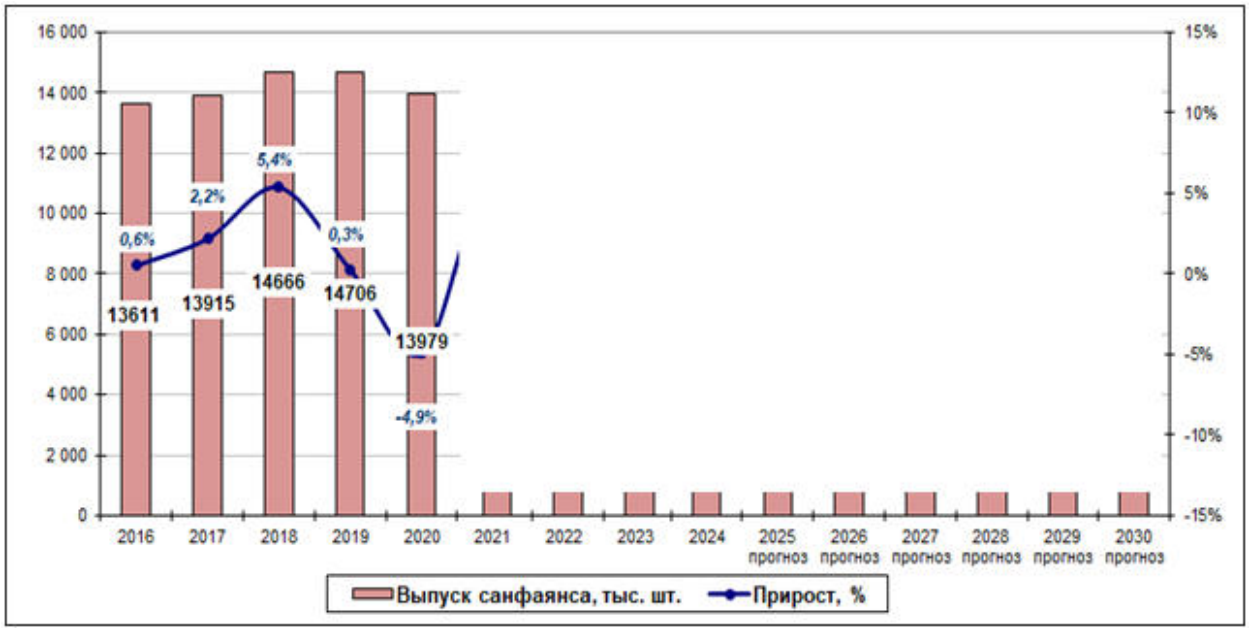
Позитивные аспекты

Текущее состояние российской экономики, несмотря на все санкции, выглядит устойчивым. Например, ……
……...……
……

Негативные аспекты

……
……...……
……...……
……

Рисунок 18. Прогноз производства санитарных керамических изделий в РФ до 2030 г., тыс. шт.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФСГС РФ.

Новые проекты

Главная специфика этого рынка заключается в том, что им всегда интересовались европейские концерны. Сейчас, под санкционным давлением, они вынуждены выходить из российского бизнеса, продавать активы.

…

…

…

ГЛАВА III. ИМПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 3.1. Динамика импорта санфаянсовых изделий в РФ в 2014-2024 гг.

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

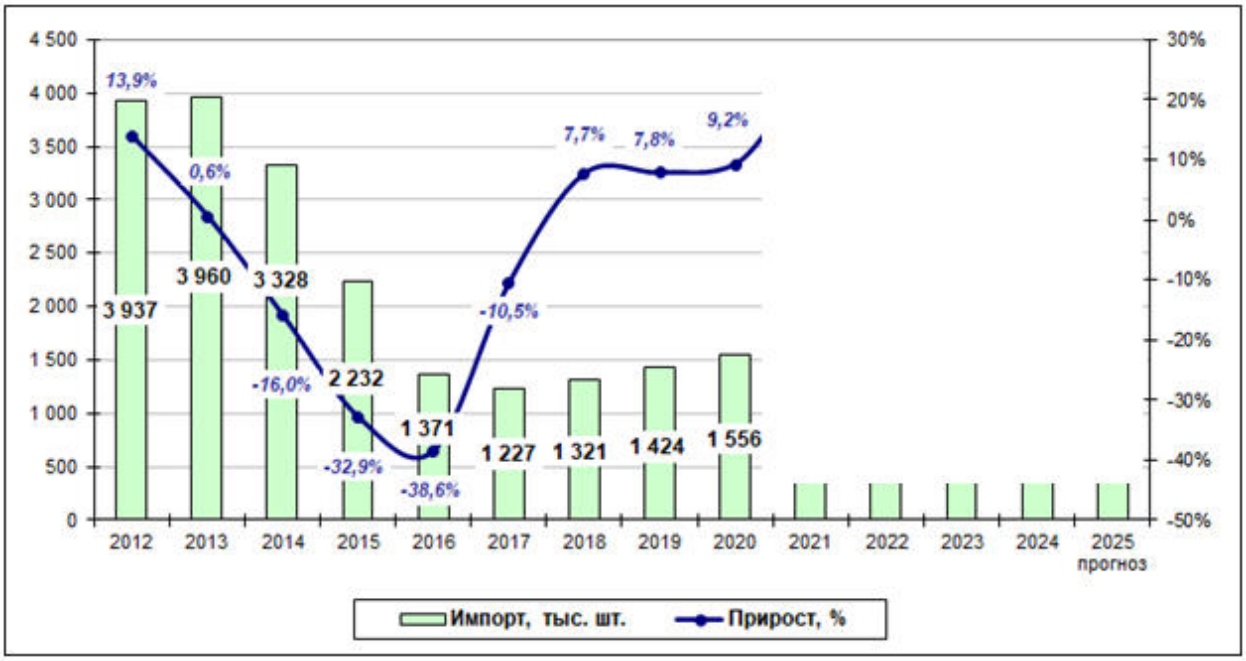
Таблица 9. Динамика импорта санитарной керамики в штучном и стоимостном выражении, в 2014-2024 гг.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Импорт, тыс. шт.	3327,7	2231,8	1371,4	1226,8	1320,9	1424,2	1555,5	***	***	***	***
Импорт, млн долл.	128,8	69,3	49,3	58,1	67,8	76,7	88,0	***	***	***	***
Средняя цена, $/шт.	38,7	31,0	35,9	47,4	51,3	53,9	56,6	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Импорт санитарной керамики в Россию носит нестабильный характер. До мирового 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 после 2013 года.

Рисунок 19. Динамика импортных поставок сантехнических изделий из керамики в РФ в 2012-2024 гг. и прогноз на 2025 г.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2017 году импорт находился на минимуме, в тот год в РФ было ввезено чуть больше 1200 тысяч изделий. Но затем поставки стали постепенно расти, не помешал этому росту ни «ковидный» кризис, ни российско-украинский военный конфликт. В результате непрерывного увеличения в течение семи лет импорт достиг уровня более *** тысяч изделий к 2024 году и обещает расти еще какое-то время. Но особенного внимания заслуживает радикальное изменение географической структуры поставок.

…

…

…

…

…

…

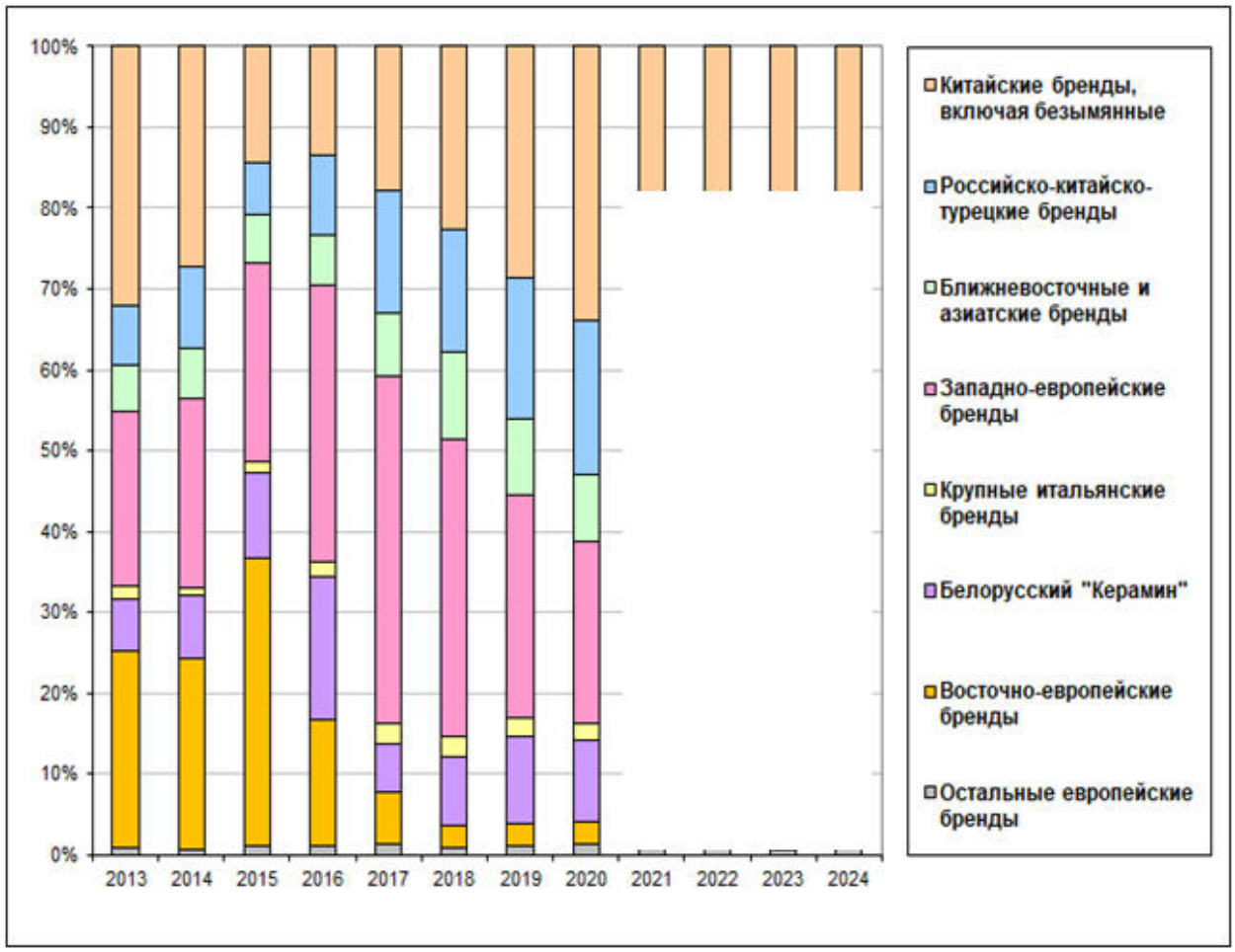
Таблица 10. Статистика импорта санитарной керамики в Россию в 2014-2024 гг. по географическому принципу, тыс. шт.

Категория стран	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**
Китайские бренды, включая безымянные	908,4	322,8	186,2	220,0	298,3	407,5	526,2	***	***	***	***
Российско-китайско-турецкие бренды	337,9	142,9	132,4	185,8	200,8	248,7	297,4	***	***	***	***
Ближневосточные и азиатские бренды	201,3	129,7	86,3	93,5	142,7	134,9	129,6	***	***	***	***
Западноевропейские бренды	780,7	553,1	470,9	527,8	485,5	391,2	348,4	***	***	***	***
Крупные итальянские бренды	30,1	29,2	24,9	32,9	33,8	35,1	34,7	***	***	***	***
Белорусский «Керамин»	258,0	234,0	241,0	72,2	112,0	152,2	157,3	***	***	***	***
Восточно-европейские бренды	787,6	796,4	214,9	78,2	35,5	39,7	41,1	***	***	***	***
Остальные европейские бренды	23,8	23,8	14,9	16,4	12,4	14,9	21,0	***	***	***	***
«Параллельный» импорт	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***	***	***
Всего импорт	**3327,7**	**2231,8**	**1371,4**	**1226,8**	**1320,9**	**1417,2**	**1555,5**	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2013 году 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 воспринимались 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%).

Рисунок 20. Динамика импорта санитарной керамики в Россию в 2013-2024 гг. по географическому принципу, %.

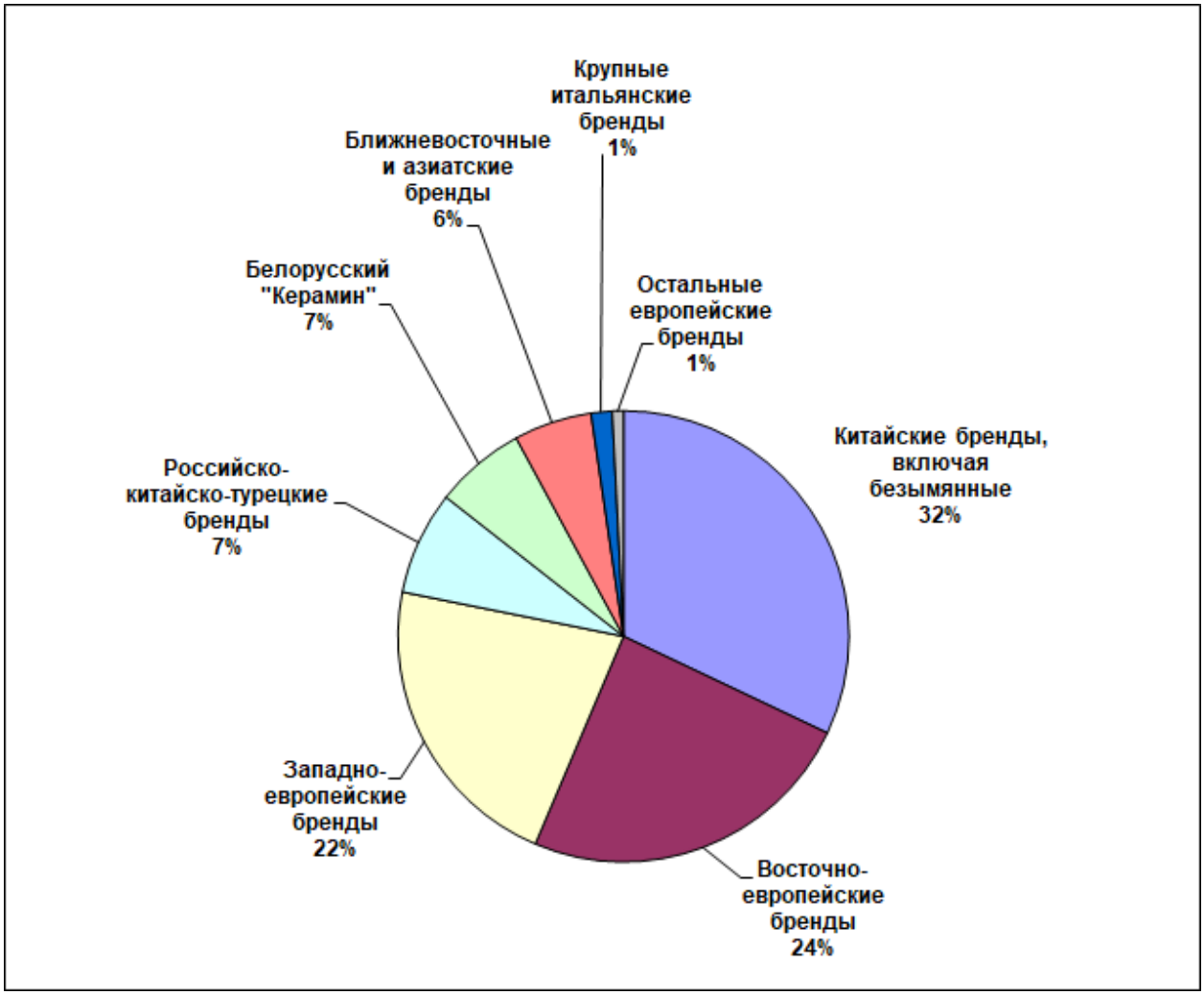


Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В 2014 году картина была примерно такой же, но уже в 2015 году она стала резко меняться. Как ни странно, сильно уменьшился объем импорта китайской продукции (почти до 15%), а вот восточно-европейские страны снова увеличили свою долю. В 2015 году почти половина импортных изделий, продававшихся на российском рынке – это была продукция из Беларуси, Украины и Польши. Западноевропейские марки при этом также не собирались уступать занятные рыночные позиции.

Уже тогда появилась небольшая прослойка китайских марок, выдаваемых за товар российского производства. Правда, раскрученных российско-китайских брендов тогда было немного, самыми узнаваемыми из которых считались Iddis и Eva Gold. Марки Triton, Comforty и Melana поставлялись десятками тысяч штук в 2014-2015 гг., но станут известными только через несколько лет. Марка AM.PM., которая уже тогда завозилась преимущественно из Китая, а не Турции, Германии и Великобритании, все еще воспринималась российскими покупателями как «немецкая».

Рисунок 21. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2013 году по географическому принципу, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

…

…

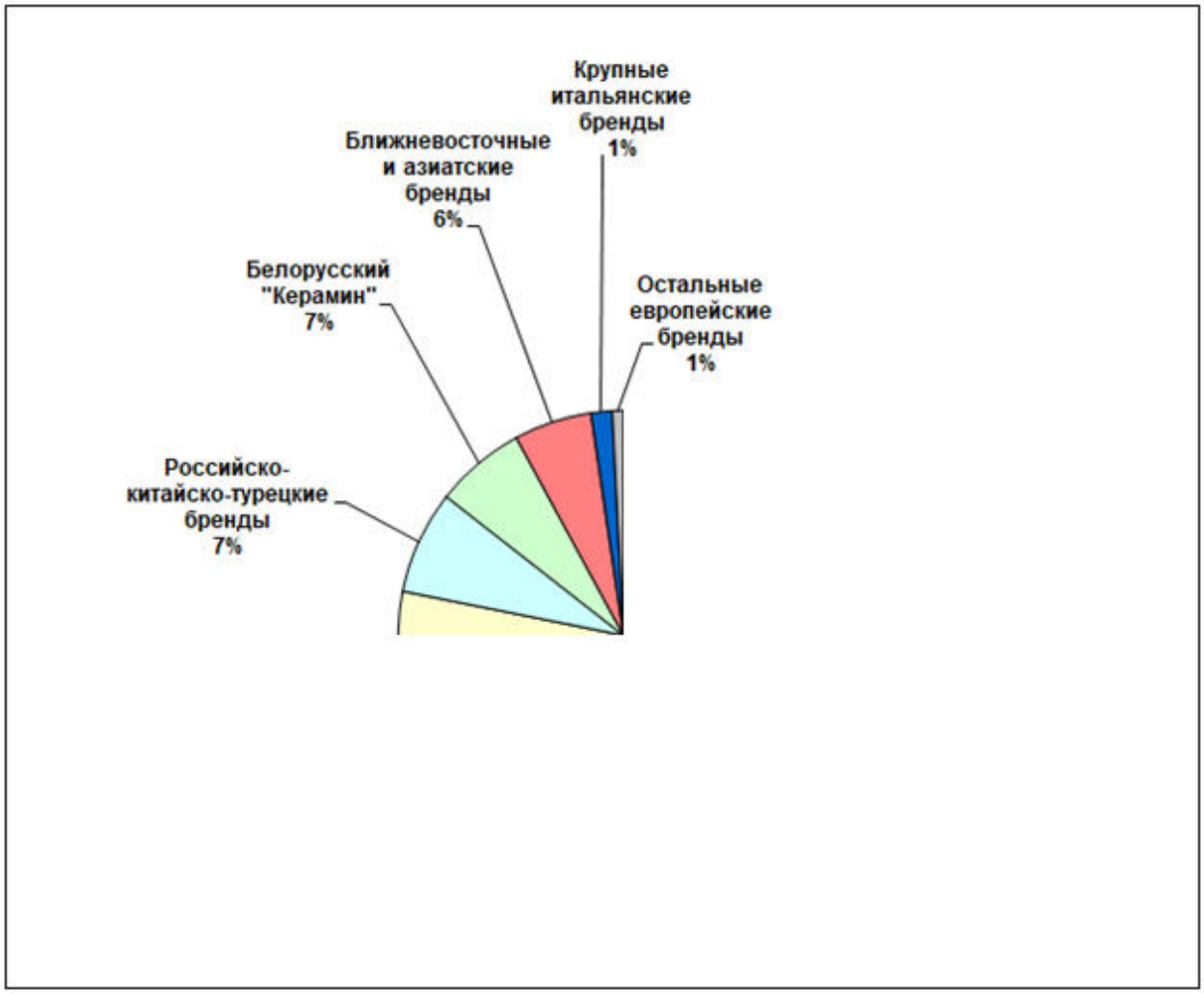
…

…

…

Как мы уже сказали выше, многие итальянские марки, поступающие на российский рынок, такие как Belbagno, уже давно и практически полностью производятся в Китае. В то же время интересно, что сегмент наиболее дорогих и качественных изделий, изготовленных действительно в Италии, по-прежнему сохраняет свою долю. Более того, эта доля растет, например, в 2024 году настоящих «итальянцев» на рынке стало ***%, тогда как в 2013 году их было всего ***%. В количественном выражении импорт из Италии тоже растет, распределение по конкретным маркам будет показано ниже в соответствующих таблицах.

Рисунок 21. Картина импорта санитарной керамики в Россию в 2024 году по географическому принципу, %.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

При этом китайская продукция, завозимая под «российскими» лейблами, постоянно растет. В 2024 году их доля составляет ***%. В последнее время к этим китайским производителям присоединились также фабрики из Турции, поэтому данная категория теперь называется «российско-китайско-турецкие бренды».

Вообще стоит уделить особое внимание этому географическому направлению, которое условно можно назвать ближневосточным или среднеазиатским. В последнее время именно из этих стран (Турция, Туркмения, Узбекистан, Египет, Индия, Иран и др.) стало поступать все больше и больше санфаянсовых изделий. И если в 2015 году эта категория занимала всего 5-6%, то к 2021 году она выросла до ***%. К текущему моменту их доля снова снизилась, в том числе и потому, что продукцию этих фабрик также начал производить и Китай.

§ 3.2. Анализ импорта санфаянса по брендам, производителям, странам происхождения

Китайские бренды

Самый массовый сегмент снова – вот что можно сказать в 2024 году про китайских поставщиков. В числе десяти самых активных можно назвать марки SENSEA, TEYMI, CERAMICANOVA, ZILI DO, AZARIO, CERUTTI SPA, BELBAGNO, SELENA, VINCEA, LAVELLY. Как мы видим, есть много новых названий, но попадаются и хорошо известные.

Таблица 11. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 г., крупнейшие китайские производители.

Бренды	Страны	2014	2015	2016	2017	2018	2023	2024
SENSEA	Китай честно	0,3	1,8	0,0	0,7	0,5	***	***
TEYMI	Китай «под Финляндию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
CERAMICANOVA	Китай «под Италию»	0,0	0	0,0	0,5	0,0	***	***
ZILI DO	Китай честно	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
AZARIO	Китай, Гонконг, Индия (под Италию)	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
CERUTTI SPA	Китай «под Италию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
BELBAGNO	Китай «под Италию»	22,7	23,2	26,5	31,1	42,2	***	***
SELENA	Китай честно	6,0	0	1,2	4,9	4,9	***	***
VINCEA	Китай «под Италию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
LAVELLY	Китай честно	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
BAUEDGE	Китай честно	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
LAVINIA BOHO	Китай «под Германию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
WAVE	Китай честно	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
OWL	Китай «под Швецию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
AQUEDUTO	Китай «под Португалию»	0,0	1,0	0,0	0,0	0,0	***	***
ALCORA	Китай честно	0,0	0	0,2	1,4	1,1	***	***
FLUMEN DESIGN	Китай честно	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
WELT WASSER	Китай «под Германию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
BOND	Китай «под Италию»	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
CREO CERAMIQUE	Китай «под Францию»	0,0	0	0,5	5,1	1,3	***	***
GOLDEN FROG	Китай честно	26,2	0	0,1	11,8	14,8	***	***
HUIDA	Китай честно	65,7	19,5	14,3	29,9	61,7	***	***
BURLINGTON	Китай «под Италию»	5,2	3,2	1,0	2,3	1,5	***	***
SSWW	Китай честно	0,6	1,7	4,6	5,8	5,2	***	***
OTTENBERG	Китай честно	0,0	0	0,0	0,0	0,0	***	***
Остальные	Китай	781,8	272,4	137,8	126,5	165,0	***	***
Всего, тыс. шт.		**908,4**	**322,8**	**186,2**	**220,0**	**298,3**	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Российско-китайско-турецкие бренды

Что же касается российско-китайских брендов, то еще совсем недавно мы говорили только про марки IDDIS и EVA GOLD. Теперь же их больше двух десятков, и каждый год появляются новые названия.

С некоторых пор бренд AM.PM. в сантехнических магазинах стал преподноситься под российским флагом, хотя десять-пятнадцать лет назад в таможенных базах напротив этого названия фигурировали Турция, Германия, Великобритания. В какой-то мере это затрудняет анализ, но в 2024 году мы относим эту марку к категории «псевдо-российских». Особый статус этого бренда заключается в том, что его продажи в последний отчетный год достигли 200 тысяч штук. Также в количественном выражении неплохие показатели у марок IDDIS, AQUATEK, EVA GOLD, AQUANET, COMFORTY, TRITON-PRO, DREJA, ALCONA, MELANA.

Таблица 12. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 г., крупнейшие «российские» производители.

Бренды	Страны	2014	2015	2016	2017	2018	2023	2024
AM.PM.	Турция, Германия, Великобритания, Китай, Египет	76,0	47,4	74,9	92,1	76,8	***	***
IDDIS	Китай	190,1	51,0	19,1	25,6	36,8	***	***
AQUATEK	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
EVA GOLD	Китай	26,2	12,7	4,2	7,6	14,0	***	***
AQUANET	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
COMFORTY	Китай	8,2	7,9	9,8	10,7	12,7	***	***
TRITON-PRO	Китай	0,0	13,8	3,2	4,8	12,9	***	***
DREJA	Турция	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
ALCONA	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
MELANA	Китай	35,7	10,0	21,1	43,9	46,9	***	***
AVS	Китай	0,0	0,0	0,0	1,1	0,1	***	***
BENNERI	Китай	1,7	0,0	0,0	0,0	0,5	***	***
DIWO	Узбекистан, Турция, Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
CAPRIGO	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	***	***
STWORKI	Турция, Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
POINT	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
SANTI LINE	Гонконг, Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
CHARUS	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
SINTESI	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
TALIENTE	Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
Всего, тыс. шт.		**337,9**	**142,9**	**132,4**	**185,8**	**200,8**	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Общие продажи этой категории составляют сейчас *** тыс. шт. С точки зрения рыночных объемов это небольшая величина. Примерно столько же производит любой российский завод среднего масштаба. Но у этих брендов шире ассортиментное разнообразие, так как они заказывают свои модели у разных китайских фабрик. Именно они завозят в страну цветные изделия, навесные унитазы с инсталляциями, писсуары и т.д.

Ближневосточные и азиатские бренды

Еще недавно турецкая VITRA лидировала среди марок, которые поступают в Россию со стороны южных и восточных регионов планеты. Сейчас ее обогнала марка DERYA KERAMIKA из Туркмении. Этот производитель появился совсем недавно, в 2023 году, но уже активно осваивает отечественный рынок в сегменте «эконом».

Также сохраняются заметные объемы у турецких марок CREAVIT, SANOVIT, BOCCHI, CERASTYLE. Временно покинули рынок бренды KALESERAMIK, TIMSER и SEREL. Из Азии идут марки VIGLACERA и MONACO, в 2013 году были поставки из Ирана — марка CHINI ROSE. В 2018-2023 годах ассортимент пополнился египетскими и индийскими марками DAMIXA, ORIENT, JAQUAR, ARTIZE.

Таблица 13. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 г., крупнейшие ближневосточные и азиатские производители.

Бренды	Страны	2014	2015	2016	2017	2018	2023	2024
DERYA KERAMIKA	Туркмения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
VITRA	Турция	103,7	70,4	58,2	34,0	24,9	***	***
DAMIXA	Египет, Китай	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
CREAVIT	Турция	7,0	6,3	4,8	4,2	5,6	***	***
VIGLACERA, MONACO	Вьетнам, Турция	46,2	16,0	12,3	21,4	19,1	***	***
SANOVIT	Турция	13,6	7,5	2,9	5,4	3,2	***	***
BOCCHI	Турция	1,5	0,2	0,2	1,3	1,8	***	***
CERASTYLE	Турция	0,7	2,3	0,5	3,0	4,8	***	***
ORIENT	Индия	0,0	0,0	0,0	0,0	5,7	***	***
COOKE&LEWIS, ISVEA	Турция, Китай	12,5	3,4	0,0	7,6	48,4	***	***
JAQUAR, ARTIZE	Индия	0,0	0,0	0,0	0,0	2,6	***	***
KALESERAMIK	Турция	0,3	0,0	0,5	0,3	6,5	***	***
SEREL	Турция	6,6	2,6	0,7	1,7	1,4	***	***
TIMSER	Турция	4,9	2,4	0,0	0,0	0,0	***	***
GURAL VIT	Турция	1,1	2,4	1,2	0,4	1,6	***	***
ASITON	Индия	0,0	0,0	0,0	3,8	4,3	***	***
Остальные	**Разные страны**	**3,1**	**16,2**	**5,1**	**10,5**	**12,6**	***	***
Всего, тыс. шт.		**201,3**	**129,7**	**86,3**	**93,5**	**142,7**	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Восточноевропейские бренды

В сегменте восточноевропейских стран долгое время лидировал украинский производитель «Славутский комбинат «БУДФАРФОР». Теперь этот украинский производитель окончательно исчез с российского рынка, как и другая украинская марка «ДНЕПРОКЕРАМИКА».

Теперь самую заметную долю в сегменте занимает белорусский KERAMIN, который и раньше завозил в РФ по *** тысяч с лишним изделий. Широко известные польские марки CERSANIT, OPOCZNO, MITO удерживают вторую строчку. Среди прочих восточных европейцев остались только HYBNER и EXCELLENT.

Таблица 14. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 гг., крупнейшие производители восточноевропейских стран.

Бренды	Страны	2014	2015	2016	2017	2018	2023	2024
КЕРАМИН	Беларусь	258,0	234,0	241,0	72,2	112,0	***	***
CERSANIT, OPOCZNO, MITO	Польша, Украина, Румыния	232,7	195,7	82,0	40,3	18,3	***	***
HYBNER	Польша, Китай	2,9	1,2	0,2	0,0	0,0	***	***
EXCELLENT	Польша	0,0	0,0	0,0	0,4	1,1	***	***
COLOMBO, BUDFARFOR	Украина	522,2	567,2	108,7	22,5	0,8	***	***
ДНЕПРОКЕРАМИКА	Украина	13,5	28,1	22,4	13,2	13,6	***	***
SONATA	Польша	2,5	1,9	0,5	0,4	0,3	***	***
RIVAKA	Литва	2,9	0,9	1,0	0,9	0,2	***	***
RADIMP	Польша	2,5	0,4	0,0	0,0	0,0	***	***
RIHARD KNAUFF	Сербия, Китай	6,3	0,4	0,0	0,8	1,1	***	***
MARMORIN	Польша	0,8	0,2	0,0	0,0	0,1	***	***
PANDA	Польша	0,9	0,2	0,0	0,0	0,0	***	***
GORENJE	Словения	0,5	0,1	0,0	0,0	0,0	***	***
VANKOR	Украина	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	***	***
Всего, тыс. шт.		**1045,6**	**1030,4**	**455,9**	**150,4**	**147,5**	***	***
Всего, тыс. шт. (без «Керамина»)		**787,6**	**796,4**	**214,9**	**78,2**	**35,5**	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Западноевропейские бренды

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 15. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 гг., крупнейшие производители западноевропейских стран.

Бренды	Страны	2014	2015	2016	2017	2018	2023	2024
KOHLER, JACOB DELAFON	Германия, Италия, Франция, Португалия, США, Китай, Испания, Марокко, Индия, Таиланд	100,9	77,5	63,2	81,3	71,3	***	***
VILLEROY & BOCH	Германия, Франция, Италия, Румыния, Венгрия, Мексика, Таиланд	56,6	62,4	54,5	47,9	51,4	***	***
IDEAL STANDARD, VIDIMA	Франция, Германия, Италия, Чехия, Болгария, Великобритания, Польша, Турция, Китай	192,0	117,5	87,0	82,7	69,6	***	***
LAUFEN, JIKA	Швейцария, Австрия, Чехия, Германия, Польша, Малайзия, Португалия	84,1	66,7	64,1	86,0	64,8	***	***
DURAVIT	Германия, Египет	19,8	10,7	10,8	11,8	12,2	***	***
KERASAN	Польша, Италия, Германия	5,5	6,4	4,9	6,0	4,5	***	***
TOTO	Япония, Германия, Китай, Вьетнам	1,4	3,7	4,2	4,0	5,2	***	***
IKEA	Турция, Швеция, Португалия, Болгария	12,1	13,8	8,3	8,3	12,6	***	***
GEBERIT	Германия, Швейцария	0,2	0,1	0,1	0,2	0,4	***	***
NOKEN	Испания	3,7	3,3	3,0	3,2	3,0	***	***
GROHE	Германия, Турция, Египет, Китай	4,0	9,8	6,7	15,4	36,0	***	***
IFO	Швеция, Польша, Португалия	103,8	20,4	39,2	52,8	35,1	***	***
ROCA, ARMANI	Болгария, Испания, Польша, Чехия, Китай, Малайзия	98,1	87,1	87,0	90,5	76,8	***	***
GALA	Испания	12,7	6,0	3,7	5,7	4,4	***	***
GUSTAVSBERG	Швеция, Германия, Польша, Румыния, Египет	50,7	52,5	19,5	7,0	9,1	***	***
KOLO	Польша, Германия, Португалия, Италия, Турция	15,5	1,9	3,6	9,8	14,6	***	***
KERAMAG	Германия, Италия, Франция, Польша	7,3	6,3	7,3	12,4	9,0	***	***
IDO	Финляндия, Франция, Швеция, Италия, Польша, Германия	6,7	4,2	2,1	0,8	0,2	***	***
RAVAK	Чехия	0,3	0,2	0,2	0,5	0,9	***	***
BLANCO	Германия	1,5	0,9	0,6	0,8	0,7	***	***
SANINDUSA	Португалия	0,6	0,1	0,1	0,7	0,3	***	***
IMPERIAL	Великобритания	0,3	0,3	0,2	0,0	0,0	***	***
WISA	Нидерланды	2,1	1,3	0,6	0,0	0,0	***	***
SANITANA	Португалия	0,0	0,0	0,0	0,0	3,1	***	***
CANELA SPRING	Испания	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
Остальные	**Разные страны**	**23,8**	**23,8**	**14,9**	**16,4**	**12,4**	***	***
Всего, тыс. шт.		**804,5**	**577,0**	**485,8**	**544,2**	**497,9**	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Как мы можем видеть, полностью с российского рынка эти марки не ушли. Общий объем, конечно, сильно сократился, но все еще поступают к нам коллекции хорошо знакомых брендов KOHLER, JACOB DELAFON, VILLEROY&BOCH, IDEAL STANDARD, VIDIMA, LAUFEN, JIKA, DURAVIT, KERASAN и некоторых других. Новичков в этом сегменте нет, кроме португальской марки SANITANA, которая мелькнула в 2018 году и сразу же исчезла.

Итальянские бренды

Среди итальянских марок все еще присутствуют CEZARES, KERAMA MARAZZI, GSI, CATALANO, THE ARTCERAM, HATRIA, SIMAS, CIELO, CERAMICA GLOBO, DEVON&DEVON, GALASSIA и ряд других. Многие производятся в Китае, а не в Италии.

Таблица 16. Статистика импорта санитарной керамики в разбиении по производителям и брендам в 2014-2024 гг., крупнейшие итальянские производители.

Бренды	Страны	2014	2015	2016	2017	2018	2023	2024
CEZARES	Италия, Турция, Китай	4,2	10,8	7,0	7,8	6,0	***	***
KERAMA MARAZZI	Италия, ОАЭ, Китай	2,7	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
GSI	Италия	0,9	0,7	1,2	0,8	1,1	***	***
CATALANO	Италия	0,1	0,1	0,1	0,0	0,3	***	***
THE ARTCERAM	Италия	0,5	0,4	0,3	3,7	4,7	***	***
HATRIA	Италия	3,2	6,5	4,4	4,1	3,6	***	***
SIMAS	Италия	3,2	2,8	3,0	4,3	7,6	***	***
HIDRA CERAMICA	Италия	0,4	0,2	1,5	1,4	0,3	***	***
CIELO	Италия	0,4	0,3	0,6	0,8	1,0	***	***
CERAMICA GLOBO	Италия	0,8	0,9	1,0	1,2	1,7	***	***
DEVON&DEVON	Италия, Германия, Англия	1,0	0,8	0,5	0,8	0,7	***	***
GALASSIA	Италия	1,1	0,4	0,9	1,6	1,0	***	***
AZZURRA	Италия	1,6	1,3	3,2	0,9	0,7	***	***
LAVABO, ALTHEA	Италия, Испания	1,0	0,3	0,1	0,0	0,1	***	***
DISEGNO CERAMICA	Италия	0,5	0,6	0,4	0,1	0,1	***	***
GESSI	Италия	0,3	0,1	0,2	0,2	0,1	***	***
OLYMPIA	Италия	2,0	0,6	0,2	0,4	0,6	***	***
LINEATRE	Италия	0,3	0,1	0,1	0,1	0,0	***	***
NOVELLO	Италия	5,8	1,9	0,0	0,0	0,0	***	***
PASSENI	Италия	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	***	***
CATALIO	Италия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
UNOCERAMICA	Италия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
GRAVENA	Италия	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
CATALINE	Италия, Китай	0,0	0,0	0,3	1,8	1,2	***	***
MIGLIORE	Италия	0,0	0,0	0,0	2,9	3,1	***	***
Всего, тыс. шт.		**30,1**	**29,2**	**24,9**	**32,9**	**33,8**	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

Динамическая структура по брендам

Если смотреть по месту каждого бренда в общем объеме импорта, то за десять лет (2024 год против 2014) картина очень сильно изменилась.

…

…

…

…

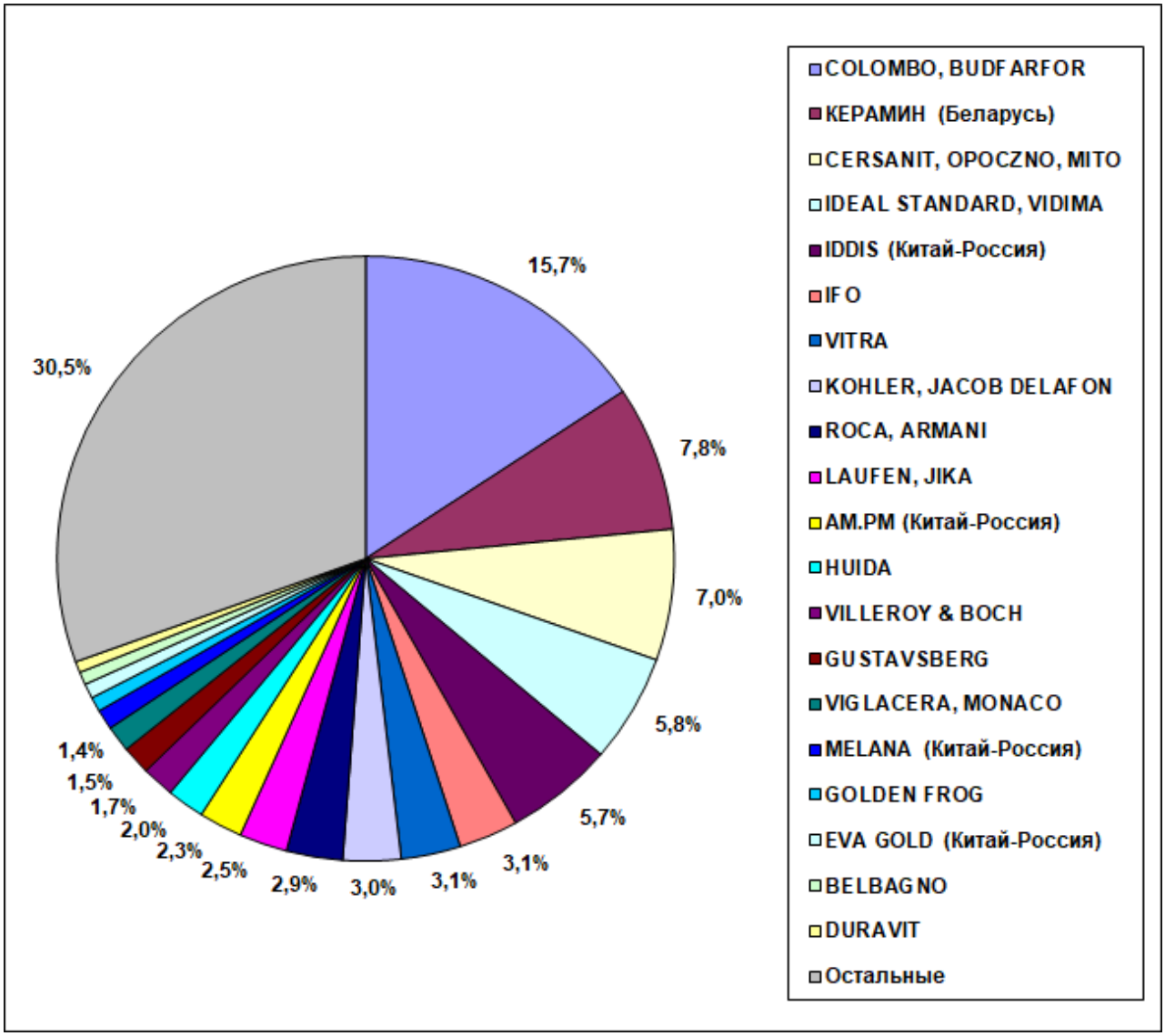
…

…

…

…

Рисунок 24. Ведущие зарубежные бренды на российском рынке санитарной керамики в 2014 г.



Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

§ 3.3. Оценка востребованности импортной продукции на российском рынке

Десять лет назад казалось, что импорт из Китая утратил свои конкурентные преимущества. Складывалось впечатление, что российский рынок не нуждается в массовой дешевой продукции. Хотя в то время российская экономика переживала множество проблем, а в кризисные периоды покупательская способность падает. На самом деле доступный по цене товар востребован всегда. Просто тогда самой дешевой была продукция из Восточной Европы (Украины, Белоруссии, Польши, Сербии), а после ухода этих марок по политическим причинам, их место снова заняли предприимчивые китайцы.

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

ГЛАВА IV. ЭКСПОРТ САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 4.1. Динамика экспорта в 2014-2024 гг.

Объем экспорта российских санитарно-керамических изделий до 2014 года был не слишком высок, в среднем он составлял 700-800 тыс. единиц при уровне производства 10 млн и больше. Но именно с того времени объем экспорта стал увеличиваться, в 2015 году он преодолел отметку в 1,5 млн изделий, а в 2020 году превысил *** миллиона.

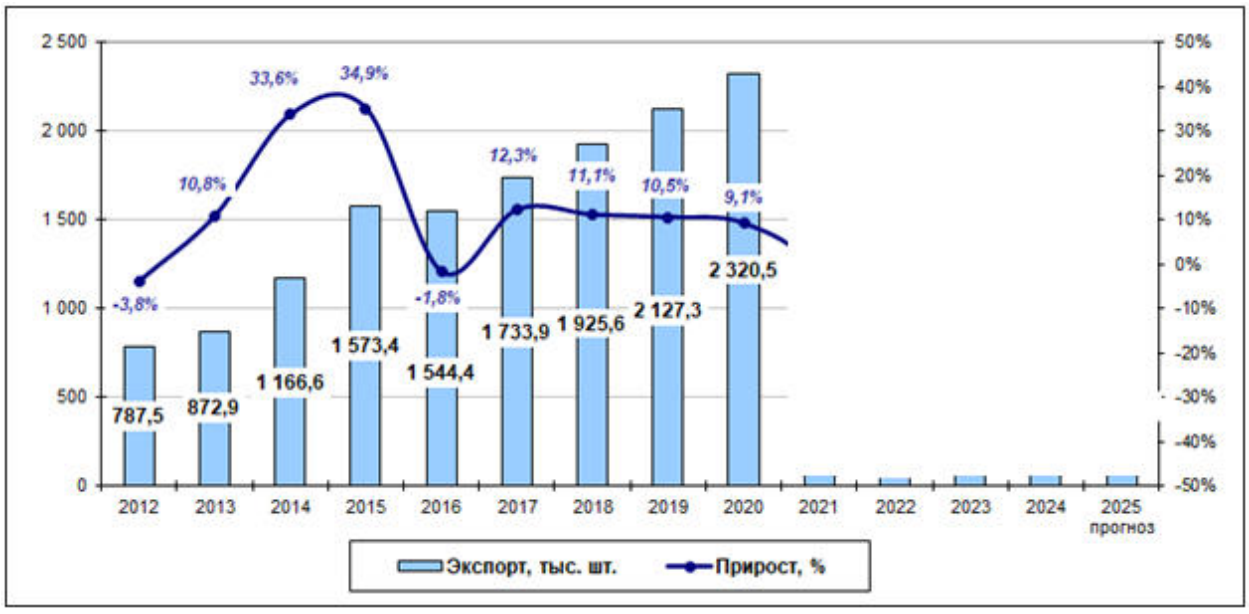
Таблица 17. Динамика экспорта санитарно-керамических изделий в штучном и стоимостном выражении, в 2014-2024 гг.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Экспорт, тыс. шт.	1167	1573	1544	1734	1926	2127	2320	***	***	***	***
Экспорт, тыс. долл.	24 980	24 834	33 968	43 616	46 206	53 580	61 363	***	***	***	***
Средняя цена, $/шт.	27,7	15,8	17,7	20,6	20,1	25,2	26,4	***	***	***	***

Источник: ABARUS Market Research по данным ФТС РФ.

В целом, российские производители нацелены на активную экспортную деятельность, и она была достаточно успешна вплоть до 2022 года, когда из-за санкций зарубежная активность оказалась пресечена. В 2022 году экспорт упал на ***% до 1385 тысяч, а в 2024 году снизился до *** тыс. единиц. Постепенно производители адаптируются к изменившимся условиям, однако новые рынки сбыта найти непросто.

Рисунок 26. Динамика экспортных поставок сантехнических изделий из керамики из РФ в 2012-2024 гг. и прогноз на 2025 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 4-5 компаний. «Самарский стройфарфор» экспортировал 200-250 тыс. шт., близко к 300 в отдельные годы, ООО «Керамика» (SANTEK) в 2016 и 2018 годах отправляла более 300 тыс. шт. ЗАО «Угракерам» несколько лет подряд наращивал экспорт, максимальный результат был в 2018 году – 270 тысяч штук. «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.

…

…

…

…

…

ГЛАВА V. РЫНОК САНИТАРНОЙ КЕРАМИКИ

§ 5.1. Количественная характеристика рынка, динамика рынка

До кризиса 2022 года рынок керамической сантехники в России хоть и не демонстрировал активного роста, но был достаточно стабильным. Активный рост наблюдался до 2014 года, 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 объяснялось ростом денежных доходов населения в период после мирового финансового кризиса, а также смещением спроса в сторону верхнего ценового и премиального сегментов рынка.

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

…

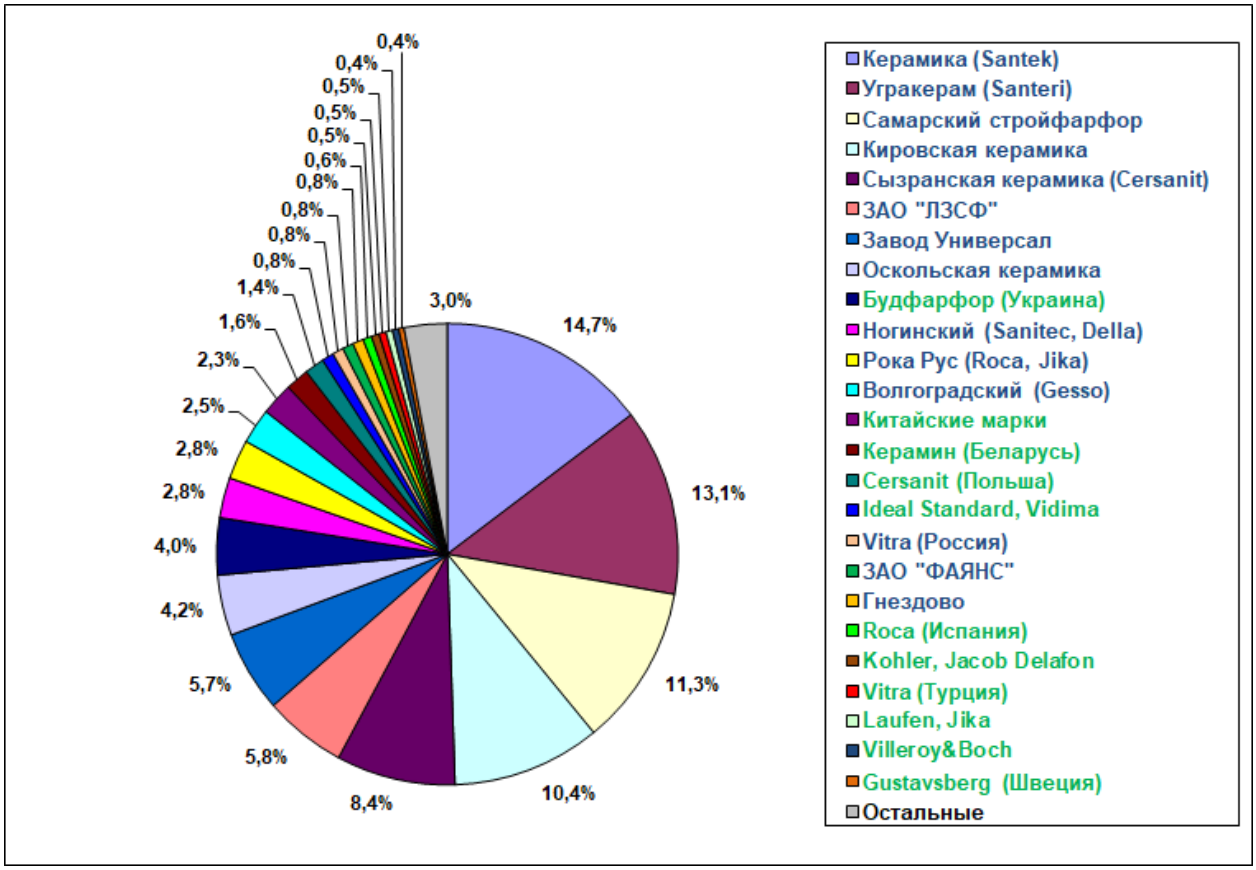
§ 5.2. Марочная структура рынка: выделение лидеров и наиболее популярных марок

Общая структура

Итоговая марочная структура рынка санкерамики выглядит следующим образом (доли российских компаний в этом разделе представлены уже с вычетом объемов, идущих на экспорт).

Для удобства восприятия марки отечественного производства на Рисунках 30-32, освещающих картину рынка в 2015, 2018 и 2024 годах, выделены синим цветом, а импортные – зеленым. За эти рассматриваемые периоды первые восемь позиций по объемам продаж на внутреннем рынке из года в год занимают российские компании, и даже в 2024 году китайские производители не смогли прорваться выше, несмотря на рост импорта.

Рисунок 30. Марочная структура рынка в 2015 году.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

…
…
…
…
…
…
…
…
…
…

Динамика марочной структуры

В Таблице 20 показан итоговый вариант – картина распределения марок в 2024 году по сравнению с 2015 годом. В тот момент, когда западные бренды уже начали уходить, а китайские еще не заполонили рынок, представленность российских заводов была гораздо ярче выражена, но это преимущество через несколько лет было утеряно. Сейчас в верхних строчках все чаще попадаются китайские представители.

Таблица 20. Марочная структура рынка (по ведущим брендам) в 2015 и 2024 гг., тыс. шт.

Производитель, торговая марка	Объем в 2015, тыс. шт.	Объем в 2024, тыс. шт.	Ценовой сегмент	Динамика за 9 лет
Керамика (Santek)	2082,6	***	Средний	Небольшое снижение
Самарский Стройфарфор	1601,0	***	Эконом и средний	Рост
Угракерам (Santeri)	1861,2	***	Эконом	Небольшое снижение
Кировская керамика	1476,4	***	Эконом и средний	Рост
Сызранская керамика (Cersanit)	1185,4	***	Средний	Небольшое снижение
Завод Универсал	808,0	***	Эконом	Рост
ЗАО «ЛЗСФ»	823,0	***	Эконом	Небольшое снижение
Оскольская керамика	601,4	***	Средний	Рост
Китайские марки	322,8	***	Средний и выше	Сильный рост
Волгоградский (Gesso)	351,1	***	Эконом	Сильный рост
Рока Рус (Roca, Jika)	393,7	***	Средний и выше	Сильное снижение
AM.PM. (Китай-Россия)	47,4	***	Выше среднего	Сильный рост
Керамин (Беларусь)	234,0	***	Средний	Небольшое снижение
Sensea (Китай)	1,8	***	Эконом	Взрывной рост
Teymi (Китай)	0	***	Средний	Новая марка
Vitra (Россия)	110,6	***	Выше среднего	Стабильная
Ceramicanova (Китай)	0	***	Выше среднего	Новая марка
Керама Марацци (Россия)	0	***	Премиум	Новая марка
ZILI DO (Китай)	0	***	Средний	Новая марка
ЗАО «Фаянс»	109,3	***	Эконом	Снижение
Azario (Китай)	0	***	Средний	Новая марка
Cerutti Spa (Китай)	0	***	Средний	Новая марка
Belbagno (Китай)	23,2	***	Выше среднего	Рост
IDDIS (Китай-Россия)	51,0	***	Выше среднего	Стабильная
AQUATEK (Китай-Россия)	0	***	Средний	Новая марка
Derya Keramika (Туркмения)	0	***	Эконом	Новая марка
Kohler, Jacob Delafon	77,5	***	Премиум	Сильное снижение
Гнездово	108,1	***	Эконом	Сильное снижение
Vitra (Турция)	70,4	***	Выше среднего	Сильное снижение
Villeroy&Boch	62,4	***	Премиум	Сильное снижение
Ideal Standard, Vidima	117,5	***	Средний	Сильное снижение
Laufen, Jika	66,7	***	Средний	Сильное снижение
Roca (Испания)	87,1	***	Премиум	Сильное снижение
Будфарфор (Украина)	567,2	0	Эконом	Уход с рынка
Ногинский (Sanitec, Della)	399,6	0	Выше среднего	Уход с рынка
Cersanit (Польша)	195,7	0	Средний	Уход с рынка
Gustavsberg (Швеция)	52,5	0	Выше среднего	Уход с рынка

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Марочная структура в сегменте «Эконом»

В низком ценовом сегменте находятся большинство отечественных марок, белорусские, китайские и украинские (в прошлом) производители. Перечень игроков в данном сегменте невелик, но конкуренция в нем ощущается довольно серьезная, даже несмотря на то, что с рынка ушли все украинские производители из этого списка, а китайские предпочитают сейчас занимать более выгодные ниши. Но, как говорится, свято место пусто не бывает, поэтому на российский рынок выходит марка Derya Keramika (Туркмения)

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

Производитель, марка	Объем в 2015	Объем в 2016	Объем в 2017	Объем в 2018	Объем в 2023	Объем в 2024
Угракерам (Santeri)	1861,2	1818,2	1870,6	1937,4	***	***
Rosa (Кировская керамика)	1328,8	1270,5	1254,8	1326,6	***	***
Sanita (Самарский стройфарфор)	1120,7	1189,8	1151,2	1270,2	***	***
Завод Универсал	808,0	810,0	913,5	999,1	***	***
ЛЗСФ	823,0	816,6	830,0	755,6	***	***
Gesso (Волгоградский завод)	351,1	424,6	420,5	436,7	***	***
ЗАО «Фаянс»	109,3	101,4	88,9	91,9	***	***
Derya Keramika (Туркмения)	0,0	0,0	0,0	0,0	***	***
Гнездово	108,1	72,1	48,3	45,2	***	***
Центр-Керамика	50,0	60,0	150,0	290,0	***	***
Днепрокерамика (Украина)	28,1	22,4	13,2	13,6	***	***
Colombo, Budfarfor (Украина)	567,2	108,7	22,5	0,8	***	***
Китайские марки экономичного сегмента	109,0	55,1	50,6	66,0	***	***
ВСЕГО, тыс. шт.	**7264,4**	**6749,4**	**6814,1**	**7233,1**	***	***

Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Уже десять лет назад российские производители поняли, что завоевывать массового потребителя благодаря низкой цене невыгодно, а теперь довольно трудно, в том числе из-за инфляции. Поэтому некоторые производители («Кировская керамика», «Самарский Стройфарфор» и другие) стараются выйти в более высокий ценовой сегмент, так что ниже мы их тоже увидим.

…

…

…

…

…

…

…

…

§ 5.3. Ценовая картина рынка

Розничные цены на основные бренды в 2016-2025 гг.

Ценовой разброс на изделия санитарной керамики очень широкий. Это обусловлено разнообразием ассортимента и размеров санфаянсовых предметов – вес товаров может находиться в диапазоне от полутора килограммов до сотни килограммов, поскольку фантазии дизайнеров ничем не ограничены. Хотя стандартные изделия обычно не превышают 20-30 кг.

Самыми небольшими изделиями являются мини-раковины и рукомойники, соответственно, цены на эти товары, как правило, пониже, но многое зависит от конкретного бренда, качества продукта и ценообразования. Пьедесталы к умывальникам часто продаются отдельно, но это не всегда дешево – цены на них могут варьироваться от нескольких сотен рублей до десятков тысяч рублей. Бачки и чаши унитазов тоже иногда встречаются по-отдельности, правда, это характерно для продукции эконом-класса. Самыми массивными и крупными предметами выступают унитазы-моноблоки, широкие умывальники, вертикальные напольные раковины и некоторые модели писсуаров.

Ниже в Таблице 25 приведены средние цены на наиболее популярные товары как отечественного, так и зарубежного производства. Марки выстраивались по принципу возрастания стоимости на ведущий товар – унитазы-компакты. Самые доступные изделия относятся к российскому, белорусскому и украинскому производству. Самые дорогие – немецкие и итальянские марки. Расчет ценовых сегментов, представленных ниже, опирается на последний ценовой мониторинг 2025 года, предыдущий проводился годом ранее, но при этом стоит учитывать, что в 2024-2025 годах некоторых брендов уже нет на российском рынке по причине санкций, либо цены на них могут быть не очень корректными из-за сокращенного ассортимента.

Таблица 25. Средние цены на санитарную керамику отечественных и импортных брендов в 2016, 2018, 2024 и 2025 г., руб.

Марка/ производитель	Год	Раковина с пьедесталом	Умывальник	Рукомойник	Унитаз-компакт	Унитаз подвесной	Унитаз приставной	Биде	Писсуар
Эконом-сегмент									
Гнездово (Смоленск)	**2016**	1048	741	-	1661	-	-	-	-
	2018	1233	833	-	2163	-	-	-	-
	2024	***	***	-	***	-	-	-	-
	2025	***	***	-	***	-	-	-	-
ЛЗСФ (Лобня)	**2016**	1333	847	701	2458	-	-	-	1560
	2018	1456	870	729	2514	-	-	-	1591
	2024	***	***	***	***	***	-	-	***
	2025	***	***	***	***	***	-	-	***
Фаянс (Смоленск)	**2016**	1524	696	-	2802	-	-	-	-
	2018	1617	730	-	2731	-	-	-	-
	2024	***	***	-	***	-	-	-	-
	2025	***	***	-	***	-	-	-	-
Универсал (Новокузнецк)	**2016**	1420	1158	-	2551	-	-	-	-
	2018	1522	1197	756	2577	-	-	-	-
	2024	***	***	***	***	-	-	-	-
	2025	***	***	***	***	-	-	-	-
Будфарфор – Colombo (Украина)	**2016**	1838	1344	867	3530	2195	-	1995	1149
	2018	1597	1109	861	3193	2026	-	1702	1140
	2024	-	-	-	-	-	-	-	-
Угракерам – Santeri (Воротынск)	**2016**	1552	1137	728	3445	1852	-	-	-
	2018	1730	1177	756	3577	2154	-	-	-
	2024	***	***	***	***	***	-	-	-
	2025	***	***	***	***	***	-	-	-
Волгоградский завод – Gesso	**2016**	1729	1044	-	2867	-	-	-	-
	2018	1902	1331	-	3891	-	-	-	-
	2024	***	***	-	***	***	-	-	-
	2025	***	***	-	***	***	-	-	-

Самарский стройфарфор – Sanita	**2016**	3108	2304	977	4217	3371	-	1949	1490
	2018	3179	2336	982	4248	3483	-	1974	1545
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Кировская керамика – Rosa	**2016**	1973	1324	870	3853	3705	-	2449	3203
	2018	2233	1452	999	4154	4048	-	2579	3763
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Derya Keramika (Туркмения)	**2024**	***	-	-	***	-	-	-	-
	2025	***	-	-	***	-	-	-	-
Norm (Vitra, Россия)	**2024**	***	***	***	***	***	-	-	-
	2025	***	***	***	***	***	-	-	-
Марка/ производитель	**Год**	**Раковина с пьедесталом**	**Умывальник**	**Рукомойник**	**Унитаз-компакт**	**Унитаз подвесной**	**Унитаз приставной**	**Биде**	**Писсуар**
Средний сегмент									
Santek (Россия-ЕС)	**2016**	2293	1560	1008	4642	2640	-	2719	1848
	2018	2614	1657	1073	5294	2992	-	2981	2103
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Оскольская керамика (Белгород)	**2016**	2346	1441	1107	5793	-	-	2184	2619
	2018	2548	1545	1191	6058	5168	-	2848	2904
	2024	***	***	***	***	***	-	***	-
	2025	***	***	***	***	***	-	***	-
Кировская керамика – Kirovit (Калуга)	**2016**	-	-	-	-	-	-	-	-
	2018	-	3604	2275	8406	-	-	4130	-
	2024	-	***	***	***	-	-	***	-
	2025	-	***	***	***	***	-	***	-

Керамин (Беларусь)	**2016**	3135	1854	1016	5142	2682	-	2918	2856
	2018	3930	2193	1183	6598	4437	-	3879	4450
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Jika (Россия-ЕС)	**2016**	5234	2627	1348	5932	3456	-	3805	4766
	2018	5580	2748	1395	7386	5315	-	4032	6607
	2024	***	***	***	***	***	***	***	***
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
Cersanit (Сызрань, Россия-Польша)	**2016**	4120	2534	1285	4487	4566	-	4277	-
	2018	4442	2563	1520	4576	4806	-	4395	-
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Самарский стройфарфор (Sanita Luxe)	**2016**	5157	3900	1729	7314	4220	-	6520	6481
	2018	5613	4081	1802	7924	6771	-	6604	6738
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Cersanit (Польша)	**2016**	8750	3838	1489	6012	6757	5398	6578	3011
	2018	12210	6067	2413	8007	9382	6815	7792	3686
	2024	-	-	-	-	-	-	-	-
	2025	-	-	-	-	-	-	-	-
Vidima (ЕС)	**2016**	6275	3316	2519	9130	6822	5680	4941	3513
	2018	6597	3585	2688	9665	7015	6038	5323	3950
	2024	***	***	***	***	***	***	***	***
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
TEYMI (Китай)	**2024**	-	***	***	***	***	***	-	-
	2025	-	***	***	***	***	***	-	-
SENSEA (Китай)	**2024**	-	***	-	***	***	-	-	-
	2025	-	***	-	***	***	-	-	-

Марка/ производитель	Год	Раковина с пьедесталом	Умывальник	Рукомойник	Унитаз-компакт	Унитаз подвесной	Унитаз приставной	Биде	Писсуар
Сегменты – Выше среднего и Премиум									
Della (Россия)	**2016**	4258	2653	920	8481	4656	-	5200	-
	2018	5563	2976	1092	13378	7398	-	6377	-
	2024	-	-	-	-	-	-	-	-
	2025	-	-	-	-	-	-	-	-
IFO (Швеция, Польша, Португалия)	**2016**	-	6188	2352	9754	8721	-	10156	49205
	2018	12641	7908	3767	13593	10748	22241	10782	36924
	2024	***	***	***	***	***	***	***	-
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
Eva Gold (Китай-Россия)	**2016**	5707	-	-	12280	-	-	7611	-
	2018	6715	4242	-	13941	10746	-	8379	-
	2024	***	***	-	***	***	-	-	-
	2025	***	***	-	***	***	-	-	-
Iddis (Китай-Россия)	**2016**	5488	3270	1957	9116	8403	-	-	-
	2018	6260	3696	2230	10449	9373	-	-	-
	2024	***	***	***	***	***	-	-	-
	2025	***	***	***	***	***	***	***	-
Cezares (Италия)	**2016**	12512	9746	-	24781	18760	14886	15868	-
	2018	13202	10588	-	25406	19551	15418	16338	-
	2024	***	***	-	***	***	***	***	***
	2025	***	***	-	***	***	***	***	***
Belbagno (Китай-Италия)	**2016**	7115	5156	-	15834	10575	11248	9868	-
	2018	7443	6013	4942	16972	11679	12119	9943	-
	2024	***	***	***	***	***	***	***	-
	2025	***	***	***	***	***	***	***	-

AM.PM. (Китай-Россия)	**2016**	18907	10151	5305	22227	16944	14821	13228	9668
	2018	19736	10576	5680	24056	18056	15289	14436	9910
	2024	***	***	***	***	***	***	***	***
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
Vitra (Россия-Турция)	**2016**	10844	6341	3917	13808	14167	-	9959	20630
	2018	11660	6819	4212	14848	15233	-	10709	22183
	2024	***	***	***	***	***	***	***	***
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
Jacob Delafon (ЕС)	**2016**	21317	18504	6849	27534	22370	20753	15702	26795
	2018	22193	19763	7332	28086	24095	22885	16563	29317
	2024	***	***	***	***	***	***	***	***
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
Roca (Россия-Испания)	**2016**	11363	4665	1789	11507	6246	6238	5990	8676
	2018	13737	5187	2098	12965	6829	7152	6845	9306
	2024	***	***	***	***	***	***	***	***
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
Gustavsberg (Германия)	**2016**	6985	4450	3267	13845	10013	-	8396	6430
	2018	9811	6809	4469	18716	13817	-	10664	8724
	2024	***	***	***	***	***	-	***	***
	2025	***	***	***	***	***	-	***	***
SantiLine (Китай-Россия)	**2024**	-	-	-	-	-	-	-	-
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***
Kerama Marazzi (Италия-Россия)	**2024**	***	***	***	***	***	***	***	-
	2025	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: Мониторинг ABARUS Market Research.

Поскольку первый подробный ценовой мониторинг проводился в 2016 году, а последний – в 2025 году (в июне-июле), то неудивительно, что изучаемый товарный ассортимент за девять серьезно подорожал.

…

…

…

К примеру, в 2018 году стоимость подвесного умывальника стандартной ширины (без пьедестала) начиналась от 700 рублей (например, производства ЛЗСФ) и доходила до 70 000 рублей с лишним у марок премиум-класса. Рукомойники, как мы уже говорили, обычно стоят дешевле из-за более компактных размеров. В категорию «рукомойники» попадают раковины шириной до 45 см, в том числе угловые, в отдельных случаях – шириной до 50 см, если производитель указывает данную раковину именно как рукомойник.

Стоимость унитаза-компакта в 2018 году варьировалась от 1 500 до 90 000 рублей, встречались и более дорогие варианты. Приставные и подвесные унитазы (без стоимости инсталляций) могут стоить как дороже, так и дешевле более привычных компактов, в зависимости от модели, конструкции и декора. Биде могут быть как в доступной ценовой категории – до 3000 рублей – так и доходить до 50 000 с лишним. Цена на писсуары также варьировалась довольно сильно – от 1500 рублей до 100 000 рублей (напольные и другие массивные варианты).

…

…

…

Уточним, что для ценового мониторинга 2025 года в эконом-сегмент попали те бренды, у которых средняя стоимость компакт-унитазов укладывается в диапазон до 10 000 руб. за штуку. Десять тысяч рублей – это своеобразный психологический барьер для среднестатистического потребителя. Отечественные унитазы сейчас в среднем стоят 5000-7000 рублей, а доступная раковина или умывальник – не дороже 3000 руб.

Соответственно, условные границы среднего сегмента находятся в диапазоне от 10 000 до 20 000 руб. за компакт-унитаз. Все, что дороже – относится к сегментам «Выше среднего» и «Премиум». В более дорогих сегментах в последние несколько лет тоже появилось несколько новых брендов, несколько из них добавлены в таблицу, хотя все разнообразие отразить, конечно, не получилось.

…

…

…

…

…

…

Динамика розничных цен

Если высчитать среднюю стоимость условной единицы санитарной керамики по годам, то можно увидеть, как росли цены за весь рассматриваемый период. В 2016 году условная единица в эконом-сегменте стоила менее 2000 руб., а в середине 2025 года – почти 4500 руб. Средний сегмент вырос с 3900 руб. до 8500 руб. Более дорогие предметы сантехники подросли за девять лет с 11000 руб. до 20000 руб. Таким образом, сильнее остальных подорожал именно «эконом».

Таблица 26. Средние розничные цены на санитарную керамику (по ценовым сегментам) в 2016-2025 гг., руб./шт.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Эконом-сегмент	1920	1959	1992	2171	2280	***	***	***	***	***
прирост		2,0%	1,7%	9,0%	5,0%	***	***	***	***	***
Средний сегмент	3921	4196	4626	4950	5148	***	***	***	***	***
прирост		7,0%	10,3%	7,0%	4,0%	***	***	***	***	***
Выше среднего	11190	11526	12157	12887	13273	***	***	***	***	***
прирост		3,0%	5,5%	6,0%	3,0%	***	***	***	***	***

Источник: Мониторинг ABARUS Market Research.

Во всех ценовых сегментах, несмотря на некоторую разницу, динамика более-менее аналогичная. До 2022 года не наблюдалось внезапных скачков цен, в среднем, цены увеличивались на 3-7%, максимум на 9-10%. Снижения цен тоже не было замечено, несмотря на трудности.

…

…

…

В 2022 году мы видим резкий ценовой рост. В эконом-сегменте он составил ***%, в среднем – ***%, в дорогом – ***%. Можно сказать, что это беспрецедентный случай для данного рынка. Однако на этом рост цен не остановился, он продолжался и в 2023-2024 гг., а впервой половине 2025 года даже усилился, за исключением самого дорогого сегмента, где цены приостановились и даже показали небольшое снижение.

…

…

…

…

…

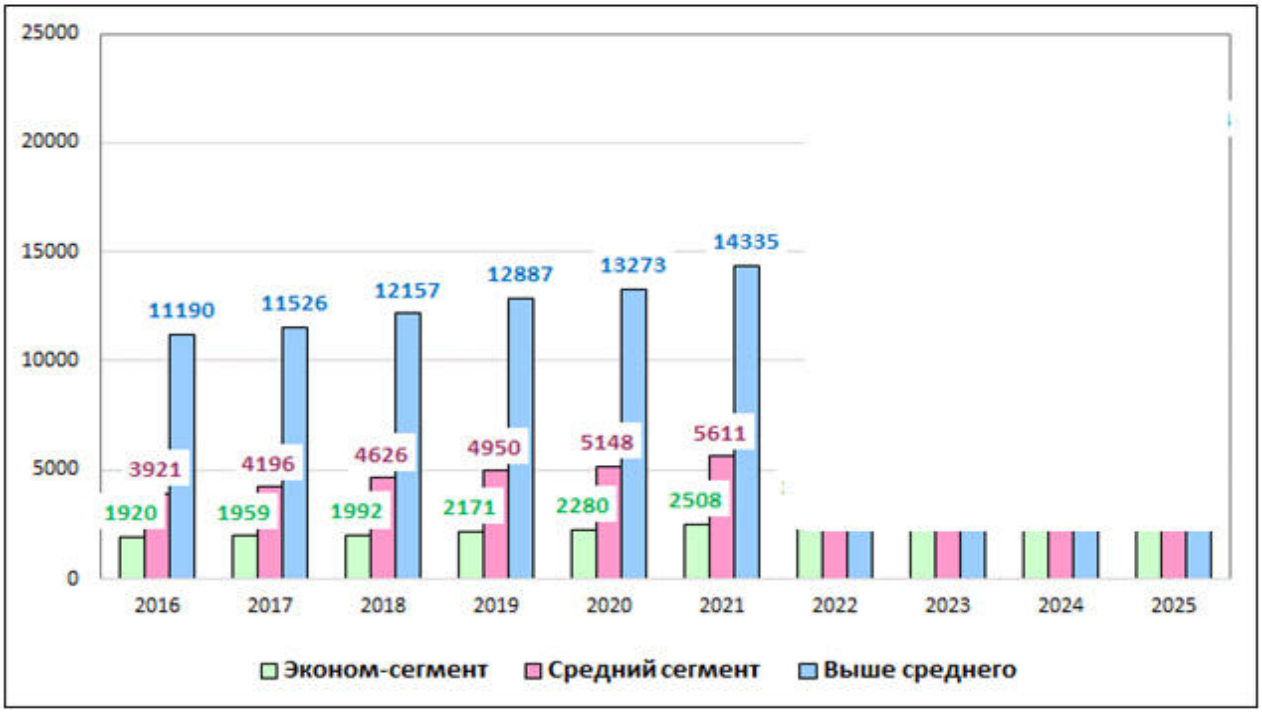
…

…

…

…

Рисунок 33. Динамика розничных цен на санитарную керамику в различных ценовых сегментах в 2016-2025 гг., руб./шт.



Источник: Расчеты ABARUS Market Research.

Как будут вести себя цены в дальнейшем?

…

…

Динамика статистических цен

Официальная статистика предлагает два вида ценового мониторинга – цены производителей, которые могут трактоваться как отпускные цены заводов (без транспортных и других сопутствующих издержек), и цены приобретения строительными организациями, которые могут трактоваться как оптовые цены.

Таблица 27. Статистические цены на приобретенные предметы санитарной керамики строительными организациями в 2022-2025 гг., руб./шт.

Год	янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг	сен	окт	ноя	дек
2022	2288,6	2268,7	2222,5	2923,8	3199,9	3457,6	3156,8	3015,6	3165,6	3079,7	2772,0	2336,8
2023	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
2024	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
2025	***	***	***	***	***	***	-	-	-	-	-	-

Источник: ABARUS Market Research на основе данных Росстат.

…

…

…

§ 5.5. Прогноз развития рынка до 2030 г.

…

…

…

Предыдущий кризис (2014 года) рынок переживал довольно тяжело – падение было и заметным, и продолжительным: рынок сокращался четыре года подряд, потеряв, в общей сложности, 16% объема. Затем, после двух лет осторожного роста, последовали два депрессивных года – 2019 и 2020. В пандемию 2020 года многие строительные материалы чувствовали себя хорошо, так как в условиях самоизоляции многие россияне занялись стройкой и ремонтом. Рынок санфаянса откликнулся на этот эффект с небольшим запозданием, год спустя – в 2021 г., зато вырос сразу на ***%. Поэтому именно в 2021 году создавалось впечатление, что, наконец, началась белая полоса, но вместо этого пришел новый кризис. В 2022 году рынок уменьшился на ***%, а в следующие два года ……
……
……..

С улучшением экономической ситуации вырастет спрос на более дорогие изделия (так уже было после кризиса 2009 и 2014), но есть риск, что эту нишу заполнят уже не западноевропейские бренды, а китайские. Действительно, большая часть китайского импорта – это не привычный ширпотреб, а товар из ценовой категории «выше среднего» и даже «премиум». В «эконом-сегменте» из новичков можно отметить только туркменскую продукцию DERYA KERAMIKA, но ее поставки пока не превышают *** тыс. изделий в год, так что конкуренция с ее стороны еще не слишком высока. А вот белорусский «КЕРАМИН» поставляет все больше и больше (более *** тыс. единиц в год), и работает в самом перспективном – среднем ценовом сегменте.

В связи с этим свои, местные производители могут столкнуться со сложностями. Отечественные заводы тоже осваивают более высокий качественный уровень и будут в этом направлении укрепляться. Востребованность импорта, по идее, в очередной раз должна снизиться, хотя вытеснить с полки разнообразные китайские коллекции, умело маскирующиеся под европейские бренды, будет очень непросто.

…

…

…

…

…