

Перспективы развития автомобильного рынка России

Стенли Рут

21 июля 2010 года

Содержание

1. Обзор автомобильного рынка
2. Внутреннее производство автомобилей
3. Влияние стабилизационных программ на российский автопром
4. Заключение

1

Обзор автомобильного
рынка

Итоги первого полугодия 2010 года

- В первом полугодии 2010 года рынок легковых автомобилей вырос на 3%* в количественном выражении и на 9% – в денежном по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.
- Рост продаж в сегменте традиционных российских брендов вызван в первую очередь государственной программой утилизации.
- Наибольший рост произошел в сегменте иностранных автомобилей российского производства, главным образом, благодаря эффекту импортозамещения.
- Средняя цена автомобиля возросла на 7%: в первую очередь ее увеличению способствовали укрепление курса рубля и отсутствие продаж со скидками (чем характеризовалось 1-е полугодие 2009 года). В тоже время средняя цена не выросла еще больше благодаря росту доли отечественных автомобилей и недорогих иномарок, как произведенных в стране, так и импортированных.

Категории автомобилей	Тыс. штук			Млрд долл. США		
	1П 2010 г.	1П 2009 г.	Изменение	1П 2010 г.	1П 2009 г.	Изменение
Российские автомобили	240	200	20%	2,2	1,6	38%
Иномарки российского производства	250	190	32%	4,7	2,9	62%
Импорт новых автомобилей	267	345	-23%	7,0	8,2	-15%
Импорт подержанных автомобилей	6	8	-25%	0,1	0,1	0%
ИТОГО	763	743	3%	14,0	12,8	9%

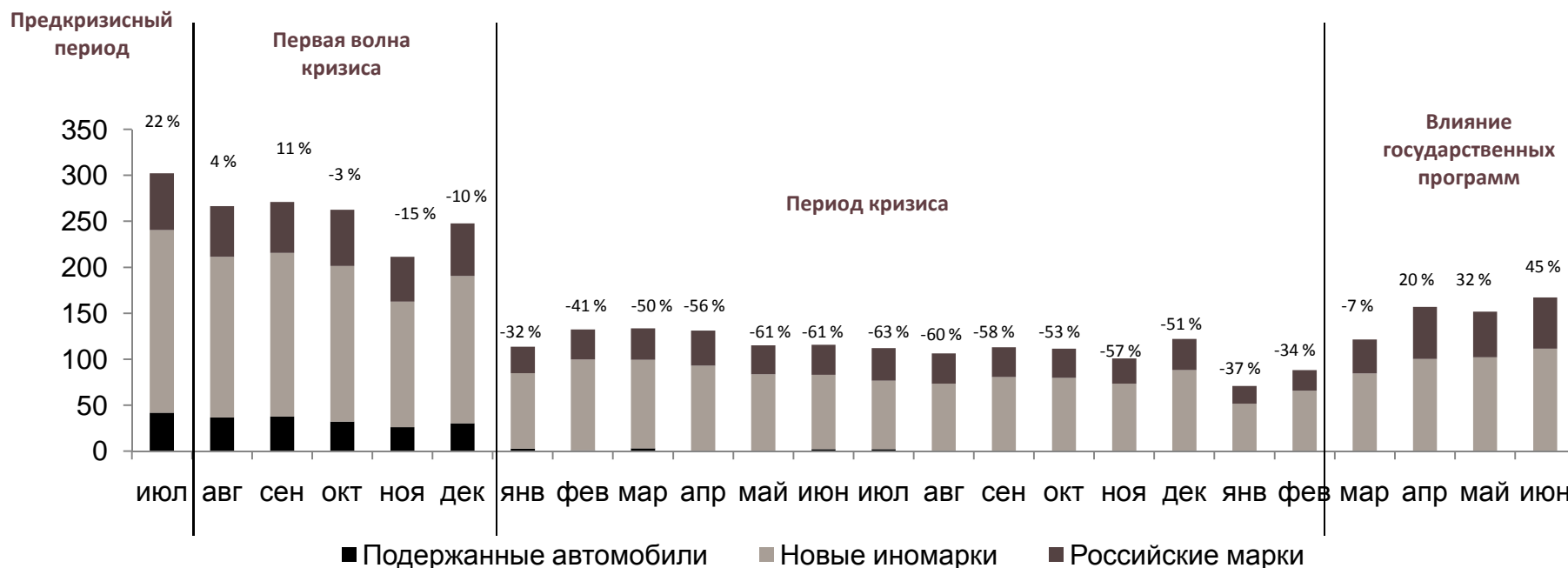
Источники: АЕБ, Госкомстат, ГТК, АСМ-холдинг, Автостат, данные PwC

* В анализ включены подержанные иномарки, не включены малотоннажные грузовики.

Помесячные продажи автомобилей

- Динамика продаж последних месяцев может свидетельствовать о том, что после года стагнации рынок начинает восстанавливаться и в количественном, и денежном выражении во многом благодаря государственной поддержке.
- В июне 2010 года был зафиксирован самый большой объем продаж, начиная с января 2009 года.

Продажи автомобилей в России с июля 2009 по июнь 2010 г.
и ежемесячное сравнение с результатами предыдущего года, тыс. штук



Источники: АЕБ, Госкомстат, ГТК, АСМ-холдинг, Автостат, данные PwC

Показатели основных автомобильных групп

Группы	1П 2010 г.	1П 2009 г.	%
АВТОВАЗ	220 774	179 870	23
GM Group	67 320	83 865	- 20
VW Group	55 599	51 801	7
Ford Group	43 514	53 155	- 18
TOYOTA Group	35 105	41 266	- 15
Hyundai	38 549	37 095	4
KIA	45 729	30 606	49
Renault	42 227	36 610	15
Nissan Group	28 933	42 335	- 32
Группа ГАЗ	30 009	26 865	12
DAEWOO	32 316	27 642	17
PSA	19 984	23 642	- 15
BMW Group	10 143	8 146	25
Mercedes-Benz	7 675	5 850	45
...			
Всего	790 517	767 213	3

- Утилизационная программа вызвала значительное увеличение спроса на традиционные российские бренды: АВТОВАЗ, ГАЗ, УАЗ.
- Покупательная способность обеспеченных слоев населения восстанавливается быстрее, как следствие, продажи премиальных брендов растут быстрее, чем рынок в целом.
- Показатели большинства брендов среднего сегмента, за исключением корейских и производимых локально, пока хуже рынка в целом.

Источник: АЕБ

* Данные о продажах включают продажи малотоннажных грузовиков

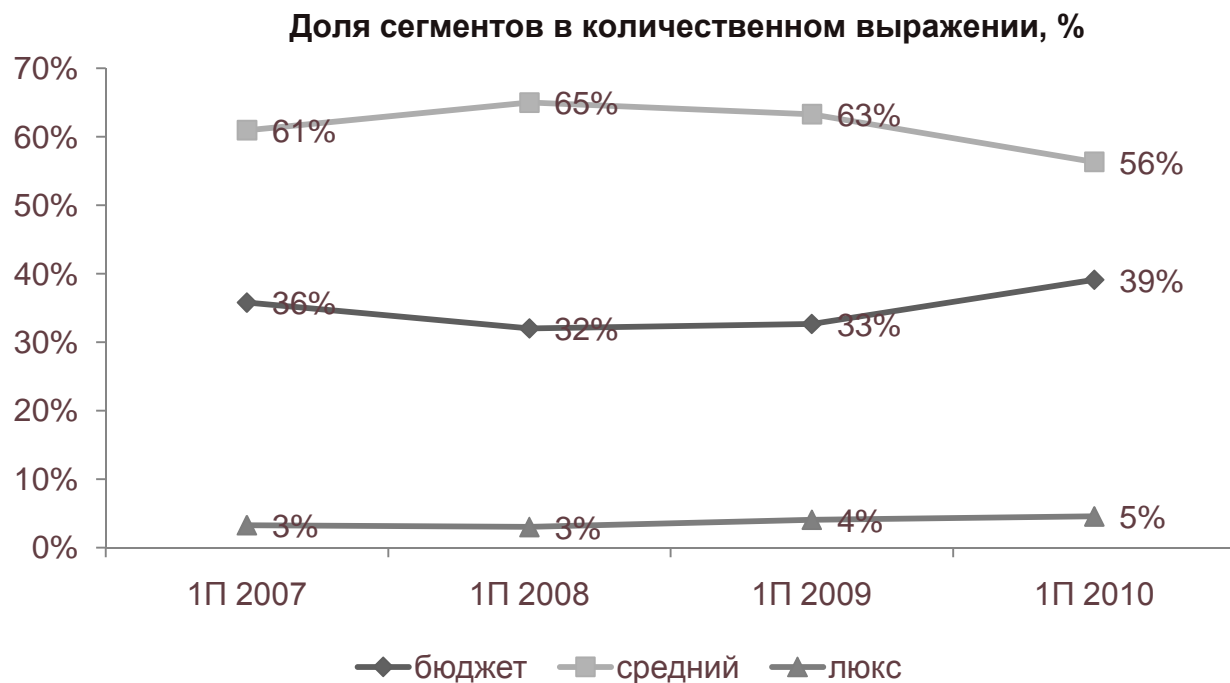
PricewaterhouseCoopers

21 июля 2010 года

Слайд 6

Распределение рынка по сегментам

- Предкризисный рост среднего сегмента сменился падением в течение последних полутора лет.
- В то время как сегменты люкс и в особенности бюджетный сегмент увеличили свои доли.



Источник: данные PwC

KIA один из наиболее успешных брендов в среднем сегменте

KIA показывала существенно лучшую динамику по сравнению с рынком в целом и по сравнению со средним сегментом.

Основными причинами успеха являются:

- свежий и быстро обновляемый модельный ряд;
- увеличенная до 5 лет гарантия;
- появление собственных кредитных программ;
- активная маркетинговая поддержка;
- выход на рынок нового единого импортера.



Возникновение очередей на покупку автомобилей

В связи с ростом спроса на покупку автомобилей многие дилерские центры оказались не в состоянии удовлетворить спрос. Возникли очереди на автомобили на несколько месяцев (например, очередь на автомобили Mercedes-Benz может составить 3 месяца, на Opel и Chevrolet - до 4 месяцев), а на наиболее популярную «классику» АВТОВАЗа и Renault Logan очереди в некоторых регионах превышают полгода.

Основные причины:

- «Турбулентность» экономики не позволяет более точно прогнозировать будущие продажи;
- Местные производители не в состоянии резко увеличить производство, это касается и производителей зарубежных брендов (во многом их производство базируется на импортируемых комплектующих, что увеличивает производственный цикл);
- Логистические и производственные ограничения импорта автомобилей в Россию, а также страновые квоты не дают возможность быстро нарастить объемы.

Источник: открытые источники

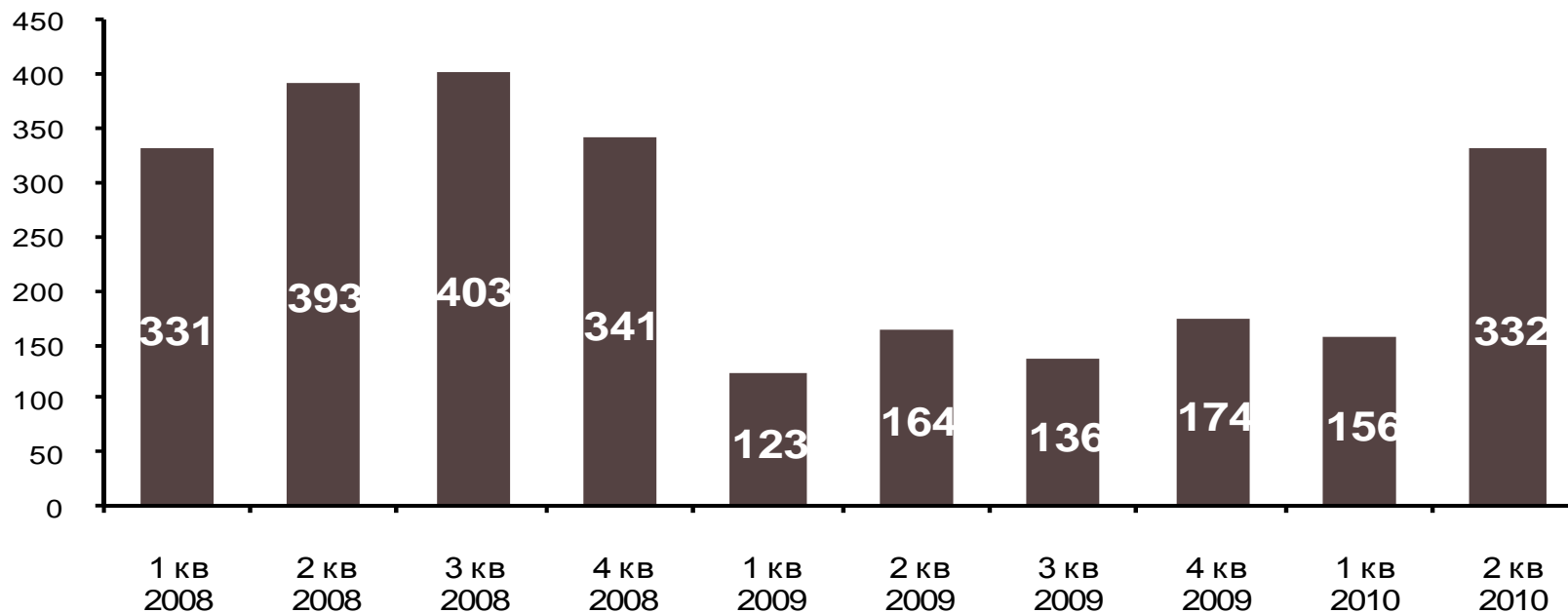
2

**Внутреннее
производство**

Внутреннее производство

- Существенно увеличившийся во 2-м квартале спрос на автомобили дал возможность автопроизводителям заметно нарастить объемы производства.
- В целом по сравнению с 1-м полугодием 2009 года рост в 1-м полугодии 2010 года составил около 70%.
- Рост объемов производства зарубежных брендов несколько выше роста производства традиционных российских марок, даже несмотря на эффект программы утилизации.

Производство легковых автомобилей в России, тыс. штук

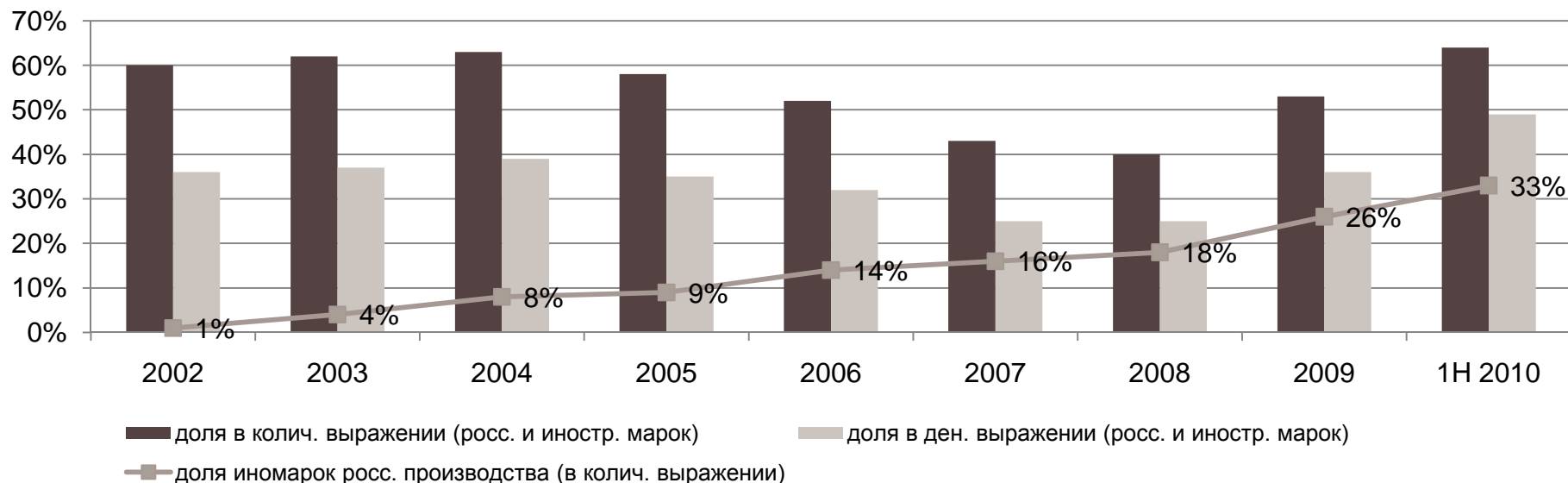


Источники: АСМ-Холдинг, Госкомстат, данные PwC

Доля автомобилей российского производства в общем объеме продаж

- Импортозамещение, таможенные пошлины и государственные программы стимулирования покупок автомобилей, произведенных на территории РФ, продолжают увеличивать долю внутреннего производства на рынке:
- 2008 год стал переломным для автомобилей «местной» сборки. Их доля, как в количественном, так и в денежном выражении, уменьшавшаяся до этого несколько лет подряд, на данный момент значительно выросла и достигла максимальных значений за последние 8 лет;
- Доля иномарок российского производства в количественном выражении, неуклонно растущая с 2002 года, в 1-м полугодии 2010 года превысила показатель в 30%.
- Мы полагаем, что предпосылки к изменению данных тенденций в среднесрочной перспективе отсутствуют.

Доля автомобилей российского производства в общем объеме продаж, %



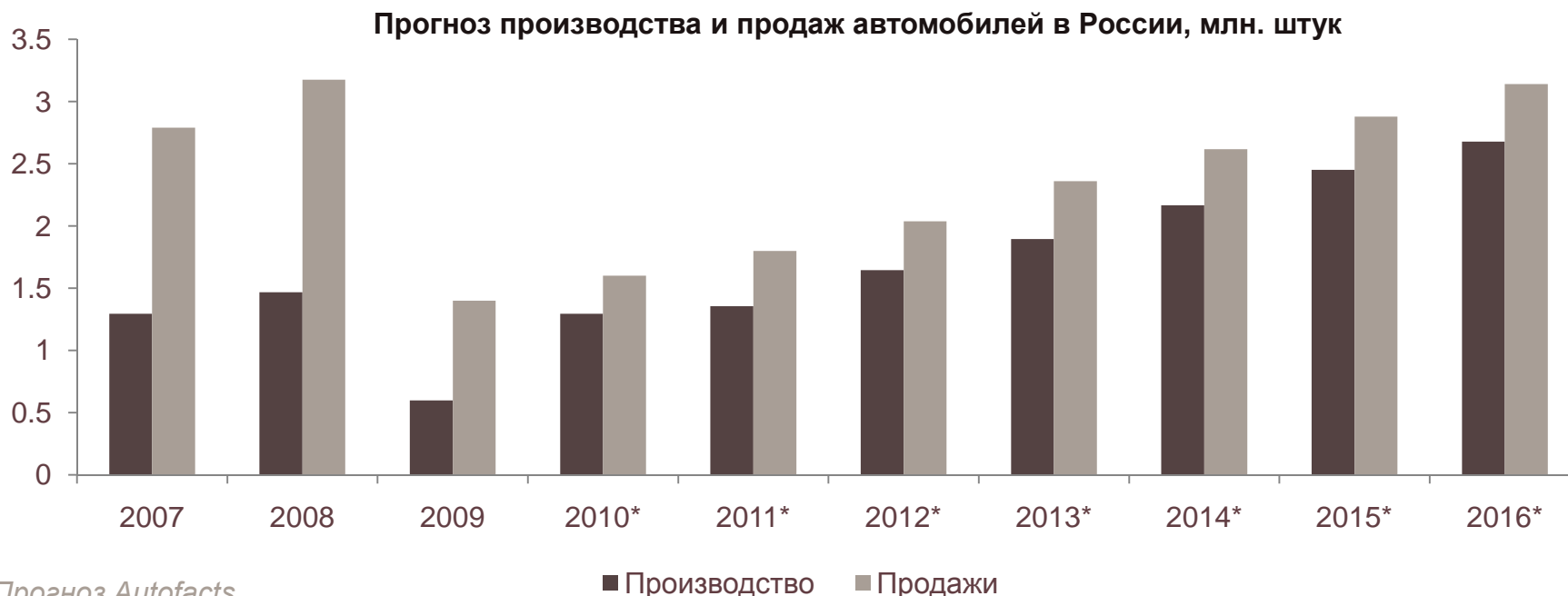
Источник: данные PwC

Прогноз производства автомобилей в России

При отсутствии на рынке масштабных изменений мы ожидаем рост объемов производства в следующие несколько лет.

Основные факторы, способствующие росту объемов производства:

- Общий рост спроса на автомобили из-за изношенности автопарка России, низкой автомобилизации населения, улучшения макроэкономической ситуации;
- Продление действия высоких пошлин;
- Масштабные инвестиционные планы автопроизводителей;
- Программы развития как самой отрасли, так и поддержка спроса со стороны государства.



* Прогноз Autofacts

Источники: данные PwC, АСМ-Холдинг, Autofacts, производство включает данные по автомобилям на экспорт

Инвестиционные планы мировых производителей в России

С оживлением рынка активность мировых производителей в России также возрастает

Новые мощности:

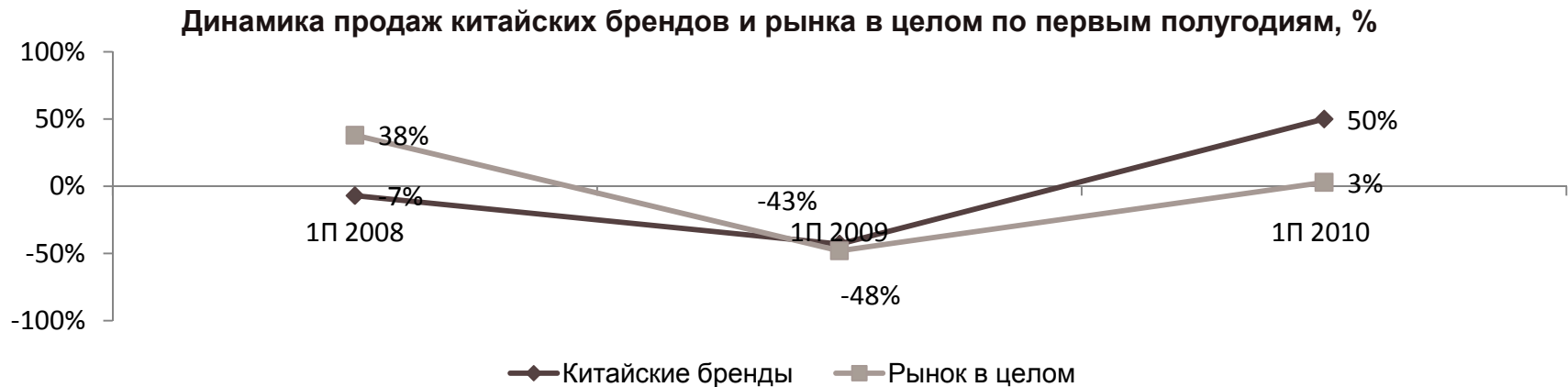
- Запущен новый завод «ПСМА Рус», совместное предприятие Peugeot Citroën и Mitsubishi Motors. Объем инвестиций составил 470 млн евро, проектную мощность в течении нескольких лет планируется довести до 125 тыс. штук;
- В начале 2011 года Hyundai запустит новый конвейер, способный производить до 150 тыс. автомобилей в год, в Санкт-Петербурге;
- К 2014 году Fiat Sollers планирует увеличить свои производственные мощности в Татарстане до 300 тыс. автомобилей в год, к 2016 году – 500 тыс.

Модельный ряд:

- Большой интерес производители проявляют к сектору бюджетных автомобилей. Volkswagen в сентябре начинает продажи, созданного специально для российского рынка Polo Sedan ценой 10 тыс. евро. О своем желании увеличить долю в бюджетном ценовом сегменте сообщили практически все производители, работающие в России, например Hyundai (Verna), Citroën (модификация C4) и пр., которые также планируют представить на рынке свои российские варианты моделей экономкласса.

Китайские производители пытаются закрепиться в России

- В предыдущие годы китайским автомобилям так и не удалось получить значимой доли на российского рынке. По окончании кризиса, в этом году мы наблюдаем очередной выход китайских производителей на российский рынок.
- В июле 2010 года на «ТагАЗе» начнется производство китайского седана BYD F3. До конца года планируется выпустить 10 тыс. таких автомобилей;
- В августе на Черкесском заводе Дервейс начнется производство автомобилей Haima 3 (дочернее предприятие FAW Group). В 2010 году запланировано производство 1,5 тыс. автомобилей, в 2011 году до 7 тысяч единиц. На данный момент на заводе уже собираются китайские Lifan Breez (план на 2010 год – 7 200 автомобилей) и Geely (запланировано выпустить до 25 тыс. авто);
- Китайский автопроизводитель JAC (Jianghuai Automobile Co.) намерен выйти на российский рынок во второй половине 2010 года. В Россию планируется импортировать микрокар А0, хетчбэк и две модели семейных кроссоверов.



Источники: данные PwC, открытые источники

3

Влияние
стабилизационных
программ на российский
автопром

Автокредитование становится более дешевым и доступным

- По сравнению с 2009 годом существенно снизились ставки по автокредитам (классический автокредит до 5 лет можно получить по ставке около 14%) и банки стали более активно выдавать этот тип кредитов.
- Хотя доля машин, продающихся в кредит еще не достигла предкризисных показателей, когда каждая вторая машина продавалась в кредит, этот показатель растет значительными темпами из месяца в месяц.
- За первое полугодие 2010 года подано около 170 тысяч заявок на получение льготного кредитования (2/3 ставки рефинансирования), из них удовлетворено 76 тысяч заявок.
- За период с февраля 2010 года субсидируемых кредитов выдано больше, чем за весь 2009 год.
- Многие автопроизводители, в сотрудничестве с банками, также субсидируют автокредиты (1%-5% в зависимости от условий), например:
 - АВТОВАЗ через программу «ЛАДА ФИНАНС - LADA В КРЕДИТ» позволяет клиентам платить сниженные процентные ставки по кредитам;
 - «Форд Мотор Компани», KIA Motors Rus в сотрудничестве с российскими банками субсидируют своим покупателям кредитные ставки.

Источник: Минпроторг, данные PwC, открытые источники

Меры поддержки государства: программа утилизации

В целом программа признана успешной, по результатам первого этапа было принято решение удвоить объемы программы;

- На начало июля выдано около 214 тысяч сертификатов, продано около 150 тысяч автомобилей (36 тыс. из них зарезервировано по предварительным договорам);
- Хотя по прогнозам Минпромторга в 2010 году все 400 тысяч сертификатов будут выданы, всего по программе будет продано около 230 тысяч автомобилей;
- Около 75% проданных по утилизационной схеме машин проходит на продукцию АВТОВАЗа.

Помимо федерального правительства, свои дополнительные бонусы к программе утилизации предоставляют:

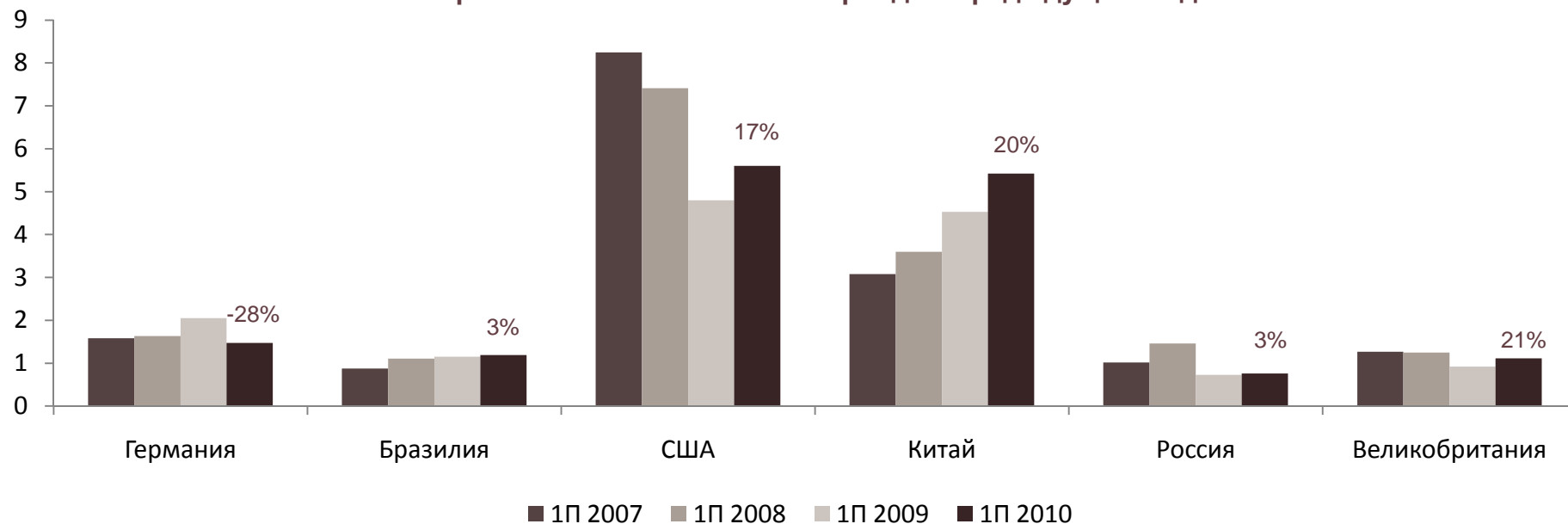
- В Татарстане: на продукцию Sollers (Fiat), 40 тыс. руб. – легковой автомобиль, 100 тыс. руб. – легкий коммерческий автомобиль, объем программы – 100 млн руб. от правительства Татарстана + 100 млн руб. от Sollers;
- В Ульяновской области: на продукцию Sollers (УАЗ), 70 тыс. руб. – легковой автомобиль, объем программы – 25 млн руб. от правительства Ульяновской области + 10 млн руб. от Sollers;
- В Нижегородской области: 50-100 тыс. руб. на продукцию ГАЗа, объем – 232 млн руб. от правительства Нижегородской области.

Источники: данные Минпромторга, администрации регионов, данные PwC

Сравнение по странам

- К настоящему времени программы по стимулированию (утилизация, налоговые льготы) автомобильной промышленности во многих странах подошли к концу.
- Хотя в целом мировая автомобильная промышленность растет, отдельные рынки показывают разнонаправленную динамику.

Продажи автомобилей на основных рынках, млн штук,
и сравнение с аналогичным периодом предыдущего года



Источники: CAAM, Fenabrave, Just-Auto, SMMT, VDA

Страны, где действие стабилизационных мер подошло к концу

США

- Программа утилизации закончилась в августе 2009 года. Продажи автомобилей в первом полугодии 2010 года выросли более чем на 17% благодаря рекордно низким процентным ставкам по кредитам.

Германия

- Программа утилизации закончилась в марте 2010 года. Падение продаж автомобилей в Германии за 1-е полугодие 2010 года составило 29%. Столь большое падение может быть объяснено рекордными продажами 2009 года.
- Текущий уровень продаж в Германии соответствует среднему значению за период 2002-2008 гг.

Великобритания

- Программа утилизации закончилась в марте 2010 года. Рост продаж за 1-е полугодие составил 20%.
- Продажи за 2-й квартал 2010 года выросли на 12%, что можно объяснить эффектом низкой базы. Важное значение будет иметь динамика продаж за второе полугодие, так как база для сравнения во втором полугодии будет выше благодаря программе утилизации.

Бразилия

- Меры по стимулированию продаж (налог на промышленные товары) закончили свое действие в марте этого года.
- Продажи за май-июнь 2010 года упали на 15% по сравнению с 2009 годом, и на 4% ниже уровня продаж 2008 года. Тем не менее, вероятно восстановление экономики, низкие процентные ставки по кредитам и низкий уровень насыщения рынка автомобилями позволят увеличить продажи за год.

Китай

- Меры по стимулированию продаж в Китае, превзошедшие все ожидания (рост продаж в 2009 году составил 48%), за исключением налоговых льгот, были продлены на 2010 год во избежание резкого падения продаж.
- В первом полугодии продажи выросли на 19%. Драйвером роста в этом году могут стать продажи автомобилей среди сельского населения, именно на них рассчитана программа субсидирования.

Стоимость программы утилизации в России

- При реализации программы государство получает следующие основные виды налогов:
 - НДС;
 - Налог с заработной платы (платежи в фонды Пенсионный, Медицинского и Социального страхования);
 - Налог на прибыль;
 - Акцизы;
 - Таможенные сборы (на импорт компонентов).
- По данным Минпроторга в рамках программы утилизации государство на каждый вложенный рубль получает полтора рубля в виде налоговых отчислений.
- В то же время эти расчеты подразумевают тот факт, что ни одна из машин не была бы продана без программы утилизации.

Положительные эффекты программы утилизации

То, чего уже удалось добиться:

- Прозрачный и понятный способ поддержки рынка;
- Стимулирование спроса в кризисный период и как следствие поддержка производителей и дилеров;
- Вывод из автопарка наиболее аварийных автомобилей;
- Очистка улиц от «автохлама».

Что еще можно сделать с помощью программы:

- Стимулировать появление полномасштабной отрасли утилизации автомобилей;
- Стимулировать производство наиболее инновационных, безопасных и экологически чистых автомобилей (путем изменения условий программы).

Программы стимулирования: когда их завершать?

Вариант 1:

- когда закончатся отведенные на программу деньги;

Вариант 2:

- ориентировочно через год (как в большинстве других стран);

Вариант 3:

- когда макроэкономическое положение в стране достигнет такого состояния, что автомобильный рынок стабилизируется и выйдет на траекторию положительного развития;

Вариант 4:

- когда традиционные российские автопроизводители начнут функционировать с прибылью, позволяющей им осуществлять планы по дальнейшей модернизации производства;

Вариант 5:

- когда зарубежные автопроизводители будут получать отдачу от уже сделанных инвестиций и будут заинтересованы в их увеличении;

Вариант 6:

- когда в России будет сформирована полноценная индустрия утилизации.

Прогноз объема продаж автомобилей в 2010 году

- В начале года в рамках оптимистического сценария мы предполагали 15%-й рост продаж в количественном выражении при общем объеме продаж около 1,6 млн автомобилей, при пессимистическом сценарии мы ожидали снижение продаж примерно на 5% при общем объеме продаж около 1,3 млн автомобилей.
- В связи с расширением программы утилизации и улучшением макроэкономической ситуации в стране мы считаем, что при условии отсутствия резких изменений в экономике рынок покажет результат по верхней границе нашего прогноза, около 1,6 млн автомобилей.
- В тоже время заметно возросшие продажи в июне могут быть индикатором изменения движения рынка. Так, например, в июне 2010 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года продажи KIA выросли на 91%, Ford:115%, Hyundai: 47%, Daewoo: 77%, Toyota: 28% и т.д.

Источник: данные PwC

4

Заключение

Заключение

- Пока еще слишком рано говорить об однозначном восстановлении рынка. Рост продаж и производства традиционных российских брендов был вызван в первую очередь программой утилизации. Увеличение сегмента иностранных брендов, произведенных в России, объясняется во многом эффектом импортозамещения. На рынке есть позитивные тенденции, но их пока еще нельзя считать доказательствами коренного изменения.
- При сохранении текущих макроэкономических тенденций мы ожидаем, что, благодаря успешной реализации государственных программ стимулирования отрасли, по итогам 2010 года объем рынка будет близок к нашему оптимистическому прогнозу, сделанному в начале года, и составит около 1,6 млн штук.
- Программы утилизации автомобилей и субсидирования процентных ставок в целом проходят успешно, однако, остается вопрос об их продлении и дополнительной модификации, с тем чтобы программы имели не только краткосрочный, но и долгосрочный стратегический эффект на развитие отрасли.

Спасибо за внимание!



Стенли Рут

Партнер, руководитель практики по оказанию услуг компаниям автомобильной отрасли

Настоящая презентация подготовлена исключительно для создания общего представления об обсуждаемом в ней предмете и не является профессиональной консультацией. Не рекомендуется действовать на основании информации, представленной в настоящей презентации, без предварительного обращения к профессиональным консультантам. Не предоставляется никаких гарантий, прямо выраженных или подразумеваемых, относительно точности и полноты информации, представленной в настоящей презентации. Если иное не предусмотрено законодательством РФ, компании сети PricewaterhouseCoopers, их сотрудники и уполномоченные представители не несут никакой ответственности за любые последствия, возникшие в связи с чьими-либо действиями (бездействием), основанными на информации, содержащейся в настоящей презентации, или за принятие решений на основании информации, представленной в настоящей презентации.

© 2010 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Под «PricewaterhouseCoopers (PwC)» понимаются ЗАО «ПрайсвотерхаусКуперс Аудит», компания «ПрайсвотерхаусКуперс Раша Б.В.» и компания «ПрайсвотерхаусКуперс Коммонсуэлф оф Индепендент Стейтс (СИС) Ло Оффисиз Б.В.» или, в зависимости от контекста, другие фирмы, входящие в глобальную сеть компаний PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Каждая фирма сети PwCIL является самостоятельным юридическим лицом и не выступает в качестве агента сети PwCIL или любой другой фирмы сети. PwCIL не оказывает услуги клиентам. PwCIL не несет ответственность за действия или бездействие любой фирмы сети, не может контролировать профессиональные суждения, высказываемые фирмами сети, и не может никаким образом связать их каким-либо обязательством. Ни одна из фирм сети PwCIL не несет ответственности за действия или бездействие любой другой фирмы сети PwCIL, не может контролировать профессиональные суждения другой фирмы PwCIL и не может никаким образом связать другую фирму сети или PwCIL каким-либо обязательством.