www.pwc.ru/automotive

Автомобильный рынок России: результаты 2013 года и перспективы развития

Сергей Литвиненко
PwC, старший менеджер практики по оказанию услуг компаниям автомобильной отрасли

28 января 2014

pwc

Содержание

1. Результаты продаж новых легковых автомобилей в России и мире в 2013 году
2. Тенденции на рынке подержанных автомобилей в России

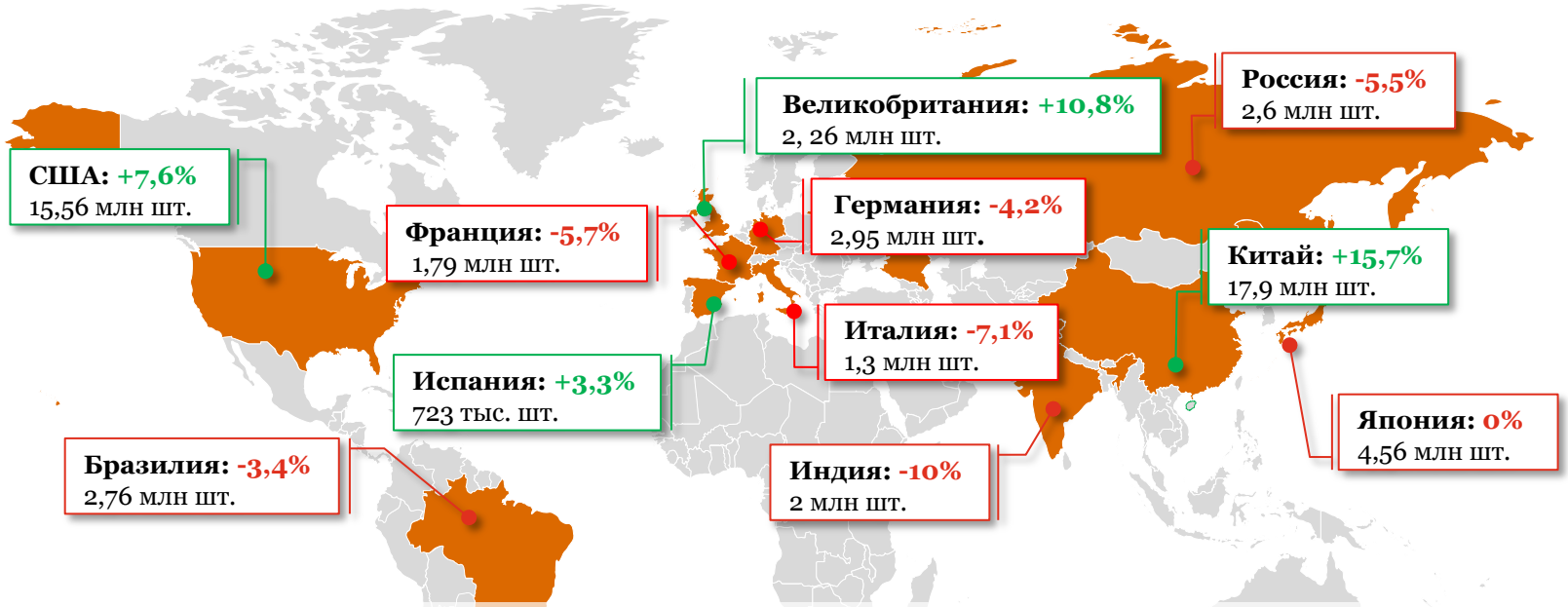
Результаты продаж новых легковых автомобилей в России и мире в 2013 году

1

Автомобильные продажи в мире

США и Китай – локомотивы роста в 2013 г. А что же другие страны БРИК?

Продажи новых легковых автомобилей на ключевых рынках в 2013 году



- Рост продаж новых автомобилей в **США** на 8% в 2013 году стал результатом улучшающейся экономической обстановки, снижающейся безработицы, предложением новых моделей на рынке, а также следствием удовлетворения отложенного спроса.
- В 2013 году **Китай** вновь стал крупнейшим авторынком мира. Среди основных факторов, поддерживающих рост продаж, можно отметить устойчивый экономический рост во внутренних районах Китая и стимулирующие меры государства.
- В остальных странах БРИК продажи в 2013 году снизились. В **Бразилии** продажи сдерживаются увеличившимися процентными ставками, высокой инфляцией и растущей задолженностью населения. На снижение потребительского спроса в **Индии** также повлияли высокая инфляция и процентные ставки и растущие цены на топливо. Спад продаж в **России** отчасти объясняется неопределенностью в экономике.

Результаты продаж новых легковых автомобилей в России в 2013 году[1]

- После 3 лет двузначных показателей роста в 2013 году на авторынке произошел спад. Продажи упали на 5,5% в штучном выражении и на 3% в денежном выражении по сравнению с прошлым годом.
- Иномарки российского производства стали единственной сектором, в котором произошел рост продаж. По результатам 2013 года доля продаж иномарок российского производства выросла до 50% всех продаж новых легковых автомобилей в России. Данная динамика в значительной степени объясняется перераспределением продаж вследствие сокращения импорта иномарок.
- Снижение продаж автомобилей отечественных брендов связано с происходящей модернизацией и обновлением модельного ряда на заводе АВТОВАЗ.

Категории легковых автомобилей	Продажи, тыс. шт.			Продажи, млрд. долл. США		
	Янв-Дек 2013	Янв-Дек 2012	Изменение	Янв-Дек 2013	Янв-Дек 2012	Изменение
Отечественные бренды	487	580	-16%	5,9	6,7	-12%
Иномарки российского производства	1 310	1 205	+9%	34,6	30,9	+12%
Импорт новых автомобилей	813[2]	975	-17%	28,5	33,4	-15%
ВСЕГО	**2 610**	**2 760**	**-5,5%**	**69**	**71**	**-3%**

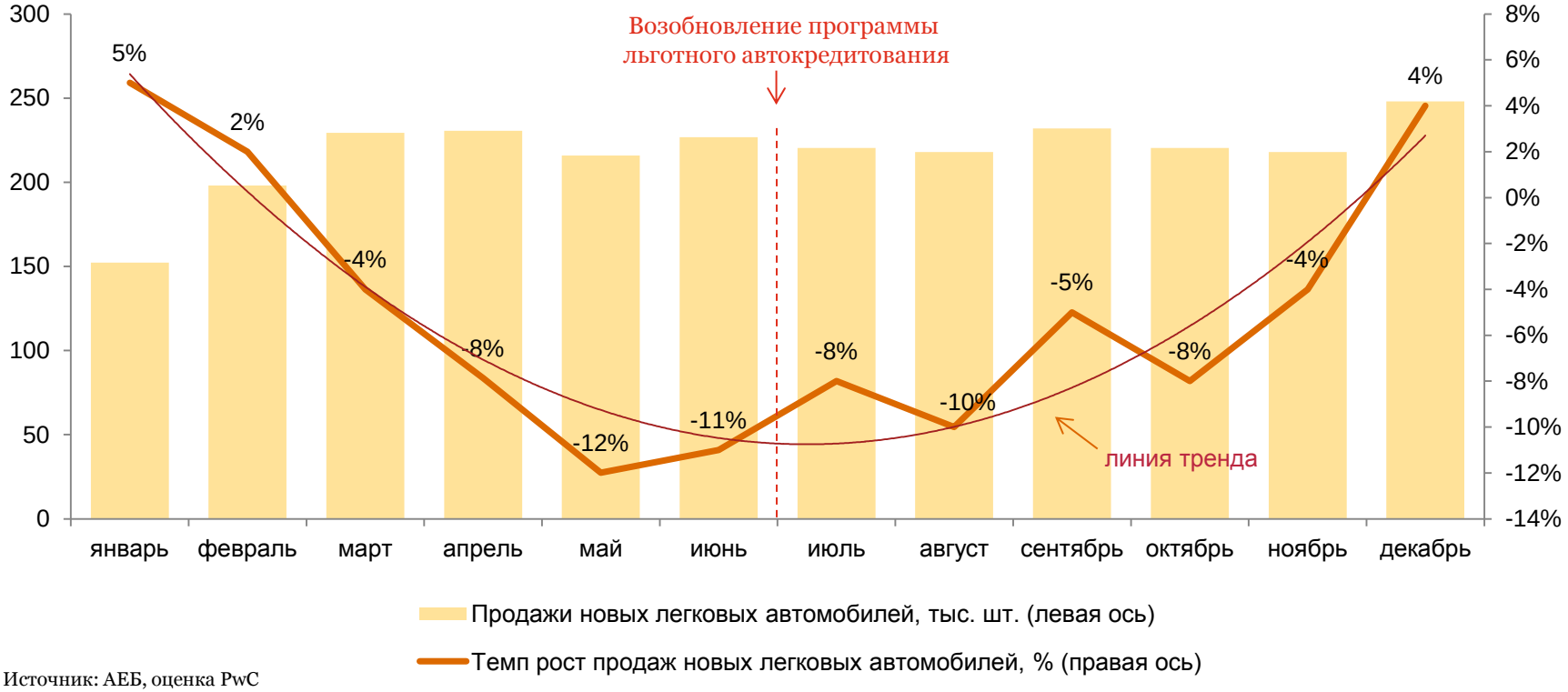
[1]Без учета легких коммерческих автомобилей

[2]Оценка PwC

Источник: АЕБ, Автостат, PwC

Несмотря на то, что по результатам 2013 года рынок ушел в минус, с середины года наблюдаются некоторые признаки стабилизации, во многом благодаря программе льготного кредитования

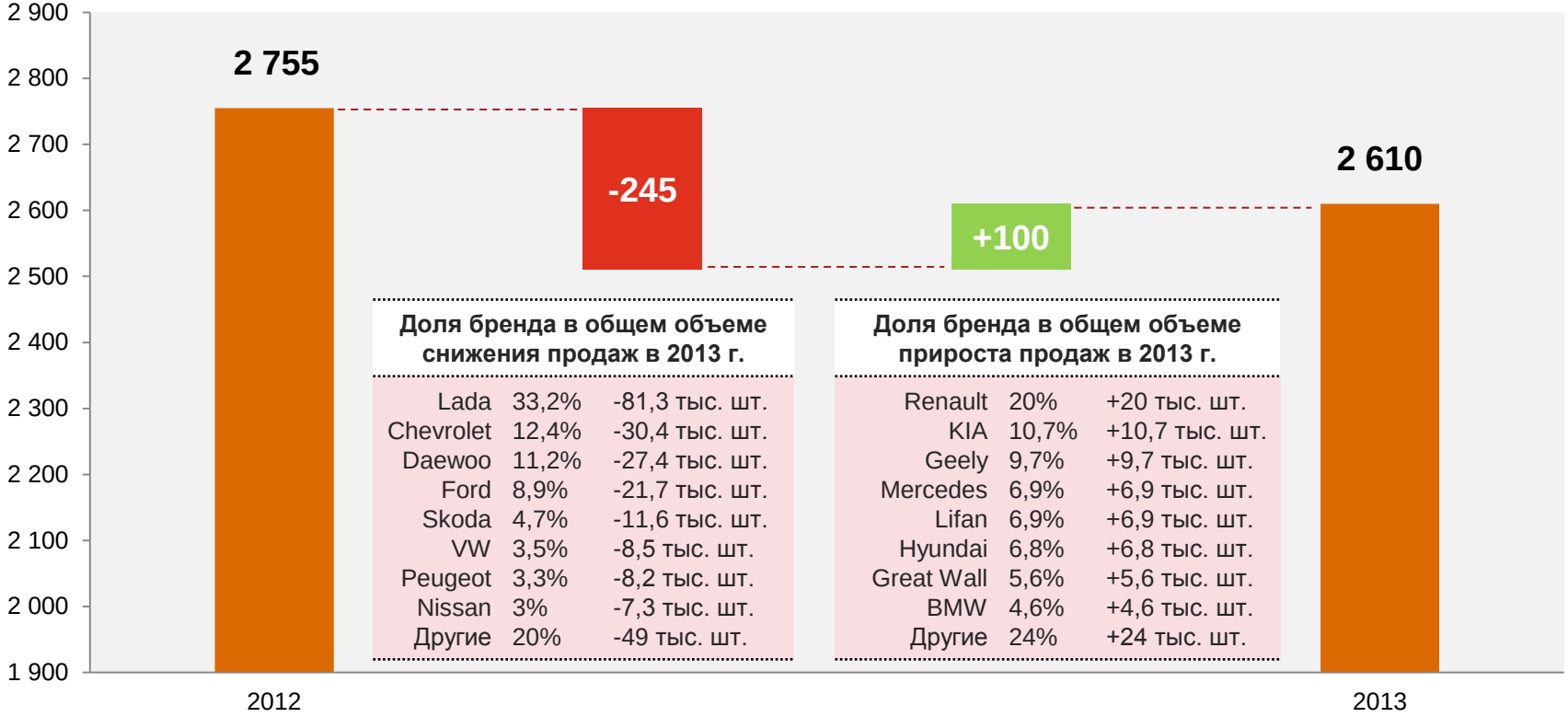
Продажи и темпы роста новых легковых автомобилей в России в 2013 году по месяцам



Источник: АЕБ, оценка PwC

Поддержку рынку оказывают растущие продажи внедорожников, премиальных брендов, корейских и китайских брендов, в то время как продажи АВТОВАЗа и в целом сегмента недорогих автомобилей снижаются

Продажи новых легковых автомобилей в 2012-2013 гг., тыс. шт.



Доля бренда в общем объеме снижения продаж в 2013 г.

Lada	33,2%	-81,3 тыс. шт.
Chevrolet	12,4%	-30,4 тыс. шт.
Daewoo	11,2%	-27,4 тыс. шт.
Ford	8,9%	-21,7 тыс. шт.
Skoda	4,7%	-11,6 тыс. шт.
VW	3,5%	-8,5 тыс. шт.
Peugeot	3,3%	-8,2 тыс. шт.
Nissan	3%	-7,3 тыс. шт.
Другие	20%	-49 тыс. шт.

Доля бренда в общем объеме прироста продаж в 2013 г.

Renault	20%	+20 тыс. шт.
KIA	10,7%	+10,7 тыс. шт.
Geely	9,7%	+9,7 тыс. шт.
Mercedes	6,9%	+6,9 тыс. шт.
Lifan	6,9%	+6,9 тыс. шт.
Hyundai	6,8%	+6,8 тыс. шт.
Great Wall	5,6%	+5,6 тыс. шт.
BMW	4,6%	+4,6 тыс. шт.
Другие	24%	+24 тыс. шт.

Источник: АЕБ, анализ PwC

Среди факторов, негативно повлиявших на динамику продаж в 2013 году, - нестабильная экономическая ситуация, снижение потребительской уверенности и снижение спроса в сегменте бюджетных автомобилей

- В 2013 г. наблюдается в целом негативный макроэкономический фон (снижение темпов роста экономики, снижение курса рубля к евро и доллару, сокращение бюджетных расходов и т.п.)
- В связи с этим снижается уровень уверенности потребителей и, соответственно, уровень потребления.
- Не способствует увеличению продаж и уменьшение количества специальных предложений от дилеров (меньше стоков – меньше скидок). При этом необходимо учитывать, что в 2012 г. значительные скидки способствовали перегреву рынка.
- Сложная ситуация в сегменте бюджетных автомобилей негативно сказывается на продажах таких брендов, как АВТОВАЗ, Chevrolet, Daewoo, Ford и некоторых других.

Основные показатели развития экономики* (изменение по сравнению с прошлым годом)

Показатель	2012	Влияние на 2013	2013 оценка	Влияние на 2014	2014 прогноз
ВВП	3,4%	↓	1,4%	↑	2,5%
Инфляция	6,6%	↑	6,2%	↑	4,8%
Курс доллара к рублю	31,1	↓	31,8	↓	33,9
Средняя цена на нефть марки Urals, $ / барр.	110,5	↓	107,5	↓	101
Реальные располагаемые доходы	4,4%	↓	3,9%	↓	3,1%
Влияние на потребителей	Макроэконом. фон негативный			Макроэконом. фон нейтральный	
Индекс потребительской уверенности в IV квартале	-8%		-11%		н/д

Источник: Министерство экономического развития РФ, Росстат

Прогноз развития рынка новых легковых автомобилей в России на 2014 год

Негативный макроэкономический фон и умеренно-пессимистические настроения потребителей будут сдерживать продажи новых легковых автомобилей в 2014 году.

	2013 (факт)	2014 (прогноз)
Российские автомобили	487	460 (-6%)
Иномарки российского производства	1 310	1 360 (+4%)
Импорт новых автомобилей	813	720 (-12%)
Рынок в целом	**2 610**	**2 540 (-3%)**

Факторы, сдерживающие рост рынка

- Возможное повышение стоимости автомобилей;
- Ожидаемый рост цен на топливо вследствие повышения налога на добычу полезных; ископаемых, повышения акцизов на топливо и общемировое подорожание нефти;
- Валютные колебания;
- Сокращение государственных расходов и инвестиций.

Факторы, способствующие росту рынка

- Выход на российский авторынок новых моделей в массовом сегменте.

Тенденции на рынке подержанных автомобилей в России

2

Ключевые характеристики рынка подержанных автомобилей в России

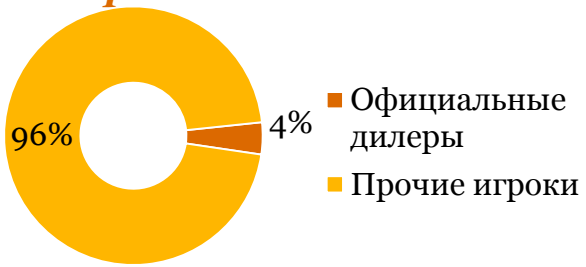
Вторичный рынок в России:

5,6 млн.	*В 2013 г. продажи подержанных а/м увеличились на 4% до 5,6 млн. ед.***
2x	*Число регистраций подержанных а/м превышает регистрацию новых а/м более чем в 2 раза*
Трейд-ин	*Программы трейд-ин набирают всё большую популярность*
Интернет-реклама	*Интернет-реклама является ключевым источником информации для участников вторичного рынка и клиентского трафика дилеров*

*в 2012 году
** регистрации

Источник: PwC, Автостат

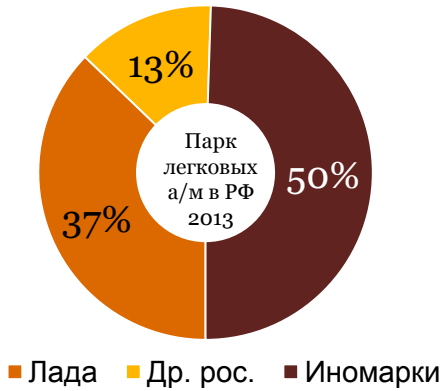
Доля официальных дилеров на вторичном рынке в России*



Регистрации подержанных легковых а/м в России в 2010-2013 гг., тыс. шт.

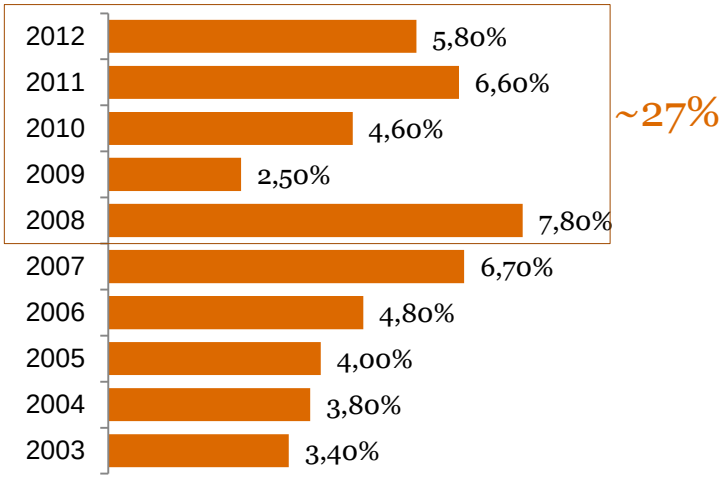
Парк автомобилей в России увеличивается, что является основой для дальнейшего роста рынка автомобилей с пробегом

Марочная структура парка в РФ



- Доля иномарок в парке легковых а/м в России растет – за 5 лет парк иномарок удвоился и превышает 18 млн. а/м
- Доля автомобилей в возрасте до 5 лет постепенно увеличивается и составляет в общем объеме парка 27%, в то время как по иномаркам данный показатель достигает 41%.

Возрастная структура парка в РФ

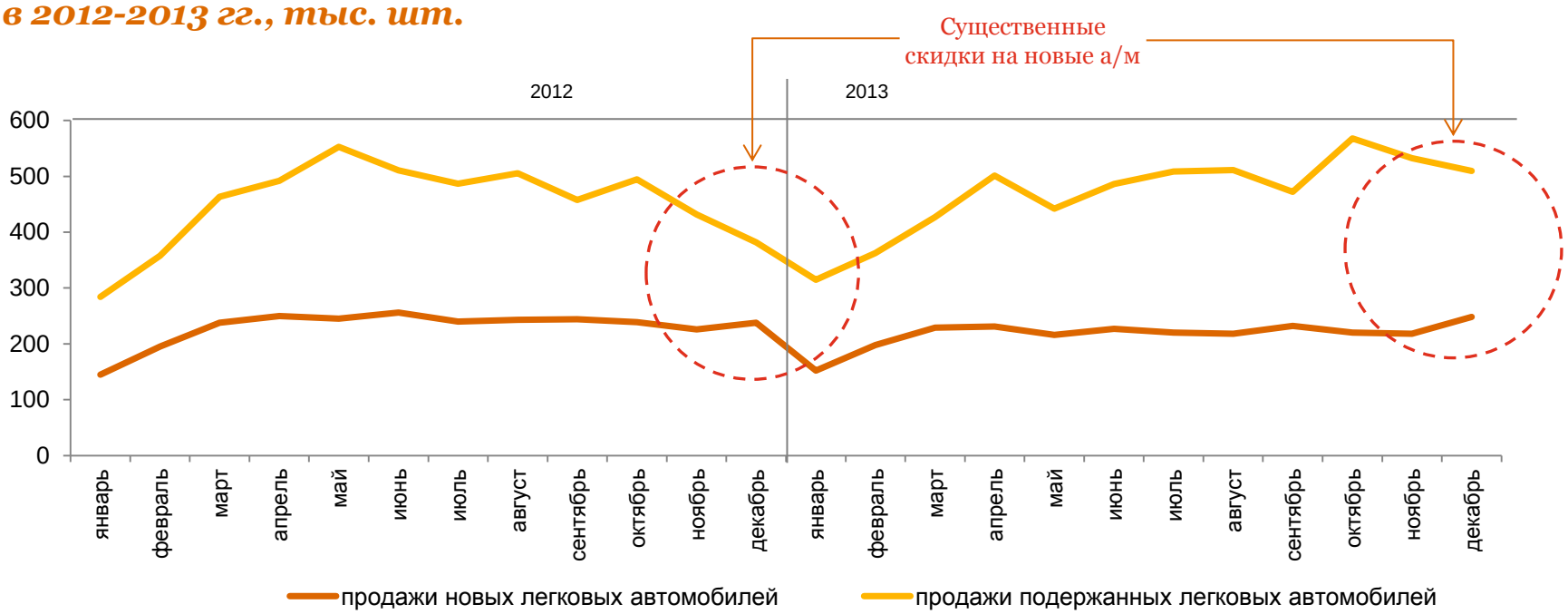


Динамика парка иномарок в РФ

Вторичный рынок неразрывно связан с рынком новых автомобилей

- Продажи новых автомобилей с каждым годом расширяют парк а/м, обращающихся на вторичном рынке. Вторичный рынок в целом более устойчив к ситуации в экономике и демонстрирует рост на фоне снижения продаж новых легковых а/м. При этом между рынками наблюдается непосредственная связь - в период скидок на новые а/м продажи а/м с пробегом сокращаются.

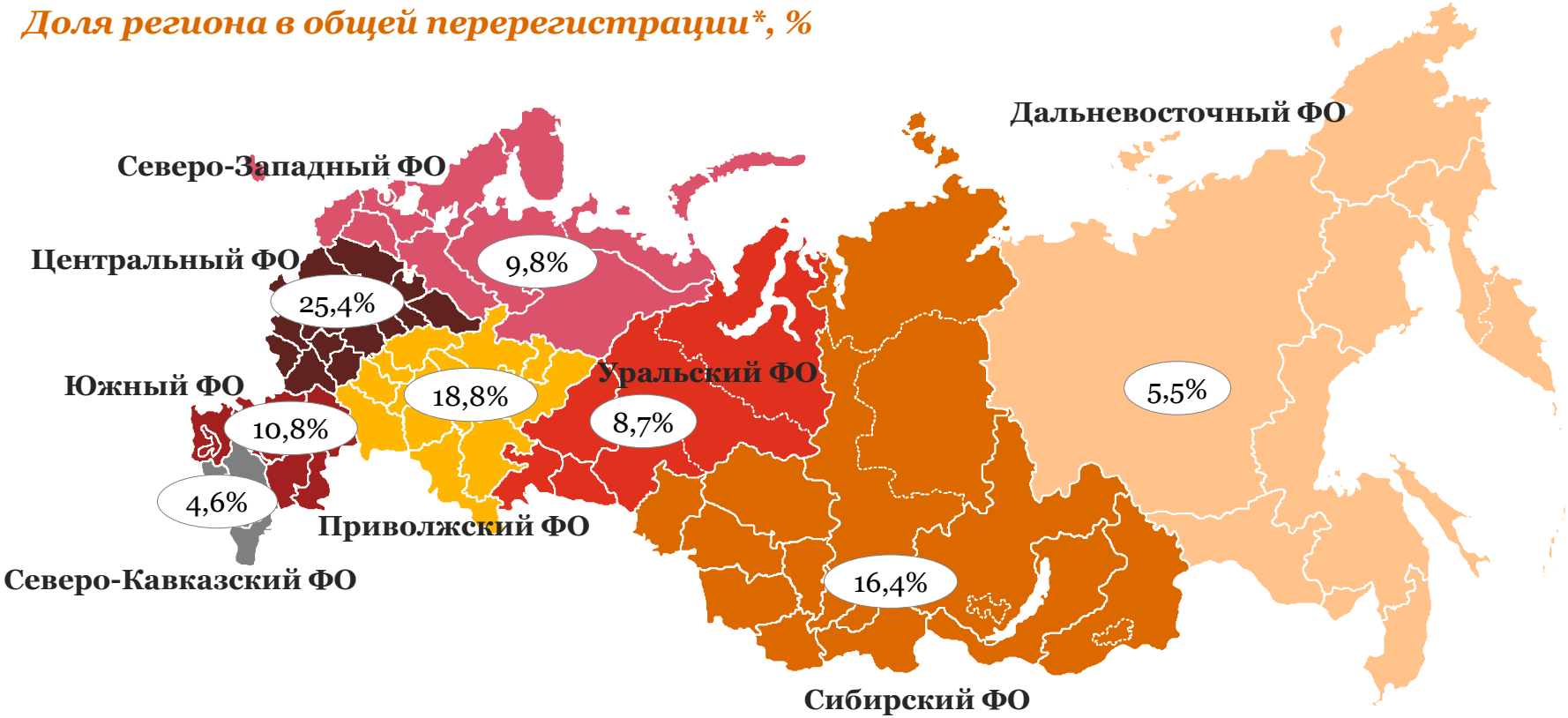
Регистрации новых и подержанных легковых автомобилей в России по месяцам в 2012-2013 гг., тыс. шт.



Источник: Автостат, анализ PwC

Крупнейшим региональным рынком подержанных автомобилей в 2013 году стал Центральный ФО, на долю которого пришлось более 25% всех перерегистраций

Доля региона в общей перерегистрации*, %



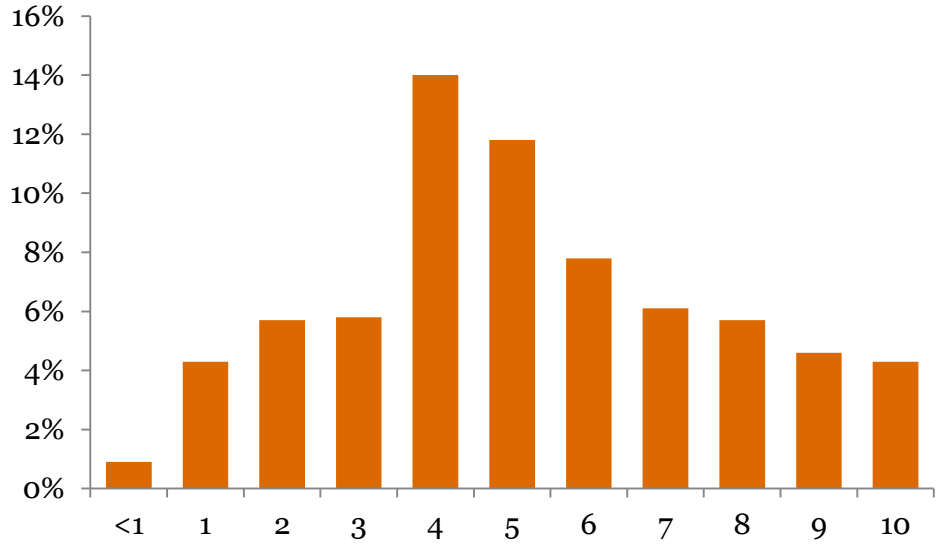
*по результатам 9 месяцев 2013 года

Источник: Автостат

Наиболее востребованными на вторичном рынке являются иномарки в возрасте до 5 лет. Регионы, имеющие более «молодые» парки имеют наибольший потенциал роста вторичного рынка

- В крупных городах спрос и предложение постепенно смещаются в пользу более «молодых» а/м. Наиболее востребованными являются а/м в возрасте от 3 до 5 лет.

Распределение интернет-объявлений о продаже а/м с пробегом по возрасту а/м, %



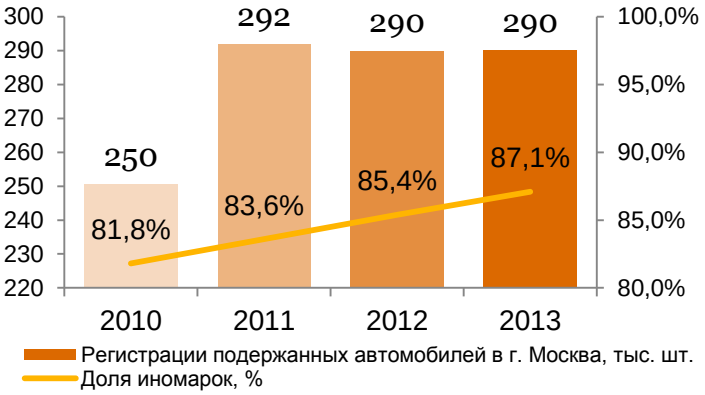
Источник: Автостат, Яндекс

Регион	Доля б/у автомобилей до 5 лет
Москва	50,4%
Татарстан	45,2%
Санкт-Петербург	44,6%
Московская область	41,4%
Самарская область	41,2%
Пермский край	41,1%
Башкортостан	38,0%
Нижегородская область	36,8%
Свердловская область	34,9%
Саратовская область	33,7%

Рынок автомобилей с пробегом в Москве

- В 2013 г. в Москве зарегистрировано около 290 тыс. а/м с пробегом (210 тыс. «московских» а/м и 80 тыс. из других регионов)
- При этом всего в Москве было продано около 0,5 млн. а/м с пробегом, из которых почти 60% «уехали» в другие регионы, в т.ч. около 19% были поставлены на учет в Московской области.
- Благодаря тому что рынок новых а/м в Москве крупнейший в России, в Москве также и самый молодой парк: 50% автомобилей с пробегом, приобретаемых в Москве не старше 5 лет.
- Более 87% а/м с пробегом, регистрируемых в Москве, - это иномарки.
- Около 27% рынка занимают официальные дилеры, и их доля постоянно увеличивается.
- На вторичном рынке Москвы в 2013 г. в количественном выражении пока еще лидируют автомобили ВАЗ (Лада), но их доля стремительно сокращается и составляет около 10%. При этом среди иномарок наиболее популярной моделью является Ford Focus, в ТОР-10 находятся такие премиальные модели как Mercedes-E-Class, BMW Series 5 и BMW X5.

Регистрации подержанных легковых а/м в Москве в 2010-2013 гг., тыс. шт.



ТОР-10 марок а/м с пробегом в Москве

Марка	Доля марки на вторичном рынке
Lada	10,6%
Ford	6,1%
Nissan	5,9%
Toyota	5,9%
BMW	5,8%
Mercedes	5,4%
Volkswagen	5,3%
Mitsubishi	4,3%
Hyundai	4,3%
KIA	3,6%

Способы приобретения автомобиля с пробегом

Взгляд со стороны покупателя

«Из рук в руки»	У официального дилера	У компании, специализирующейся на продаже а/м с пробегом
• Наиболее привлекательная оценка а/м • Возможность встретиться с реальным хозяином и узнать об условиях эксплуатации	• Проверка юридической чистоты а/м и предпродажная подготовка • Спец. программы производителей по контролю качества а/м с пробегом и дополнительные гарантии • Широкий выбор кредитных программ и наиболее привлекательные условия по кредиту • Комфортные условия для сделки, минимальные затраты времени	• Как правило, наиболее широкий ассортимент а/м под одной крышей • Менеджеры и механики «знают» автомобили разных марок • Подход к оценке, в основном, экспертный
• Отсутствие гарантий юридической и технической исправности а/м • Ограниченные возможности по кредитованию (потреб. кредит) • Существенные затраты времени на поиск, осмотр и диагностику а/м • Высокая вероятность мошенничества	• Оценка а/м «хуже», чем при сделке «из рук в руки» (на 5-10%) • Ограниченный выбор а/м с пробегом	• Оценка а/м менее предсказуема и может быть как близка к рынку, так и сильно «хуже» • Персонал, как правило, проходит менее строгий отбор - вероятность недобросовестных действий

Потенциал развития продаж подержанных автомобилей через официальных дилеров

Рынок а/м с пробегом

Сдерживающие факторы

- *Особенности бизнес-процессов по продаже а/м с пробегом*
- *Особенности работы с различными брендами*
- *Ограниченность площадок (шоу-румов) для выставления а/м с пробегом*

- Наибольший рост продаж через официальных дилеров возможен в крупных мегаполисах, имеющих развитые дилерские сети и значительные парки иномарок в возрасте до 5 лет.
- Дилеры стали предлагать более привлекательные условия при совершении сделок купли-продажи подержанных автомобилей и заинтересованы, прежде всего, в сделках трейд-ин. Трейд-ин рассматривается дилером, в первую очередь, как способ продажи нового автомобиля.
- На вторичном рынке ключевую роль играет ассортимент. Преимуществом будут обладать дилеры способные собрать под одной крышей максимальное количество автомобилей с пробегом.
- Производители также стали уделять вторичному рынку больше внимания – они вводят специальные программы по контролю за качеством а/м с пробегом, а также предоставляют дополнительные гарантии (Skoda Plus, BMW Premium Selection, Jaguar Selected, Mercedes-Benz StarClass и др.)
- Клиент все больше заинтересован в комфорте – клиенту нужна уверенность в юридической чистоте и техническом состоянии а/м и возможность затратить минимум времени.
- Все более важную роль на вторичном рынке играют корпоративные и лизинговые а/м. Парки корпоративных клиентов растут, в то время как корпоративные клиенты предпочитают работать с крупными дилерами.
- Многие ведущие дилеры создали обособленные подразделения, занимающиеся реализацией а/м с пробегом, например, BlueFish (Рольф) Major-Expert (Major).

Спасибо за внимание!

Сергей Литвиненко
Старший менеджер практики
по оказанию услуг компаниям
автомобильной отрасли, PwC

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 PwC, 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.

© 2014 PwC. Все права защищены.