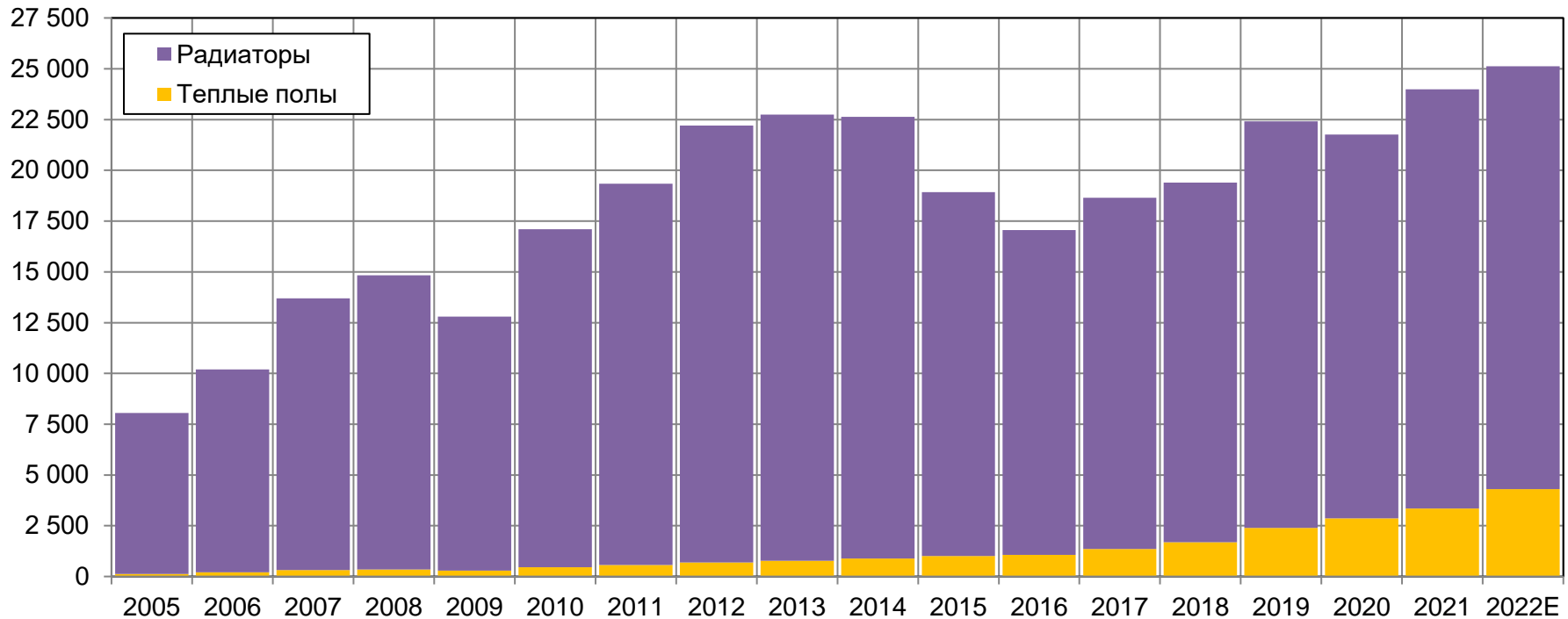


РОССИЙСКИЙ РЫНОК ПРИБОРОВ ВОДЯНОГО ОТОПЛЕНИЯ В 2022 ГОДУ

Антон Тотмаков

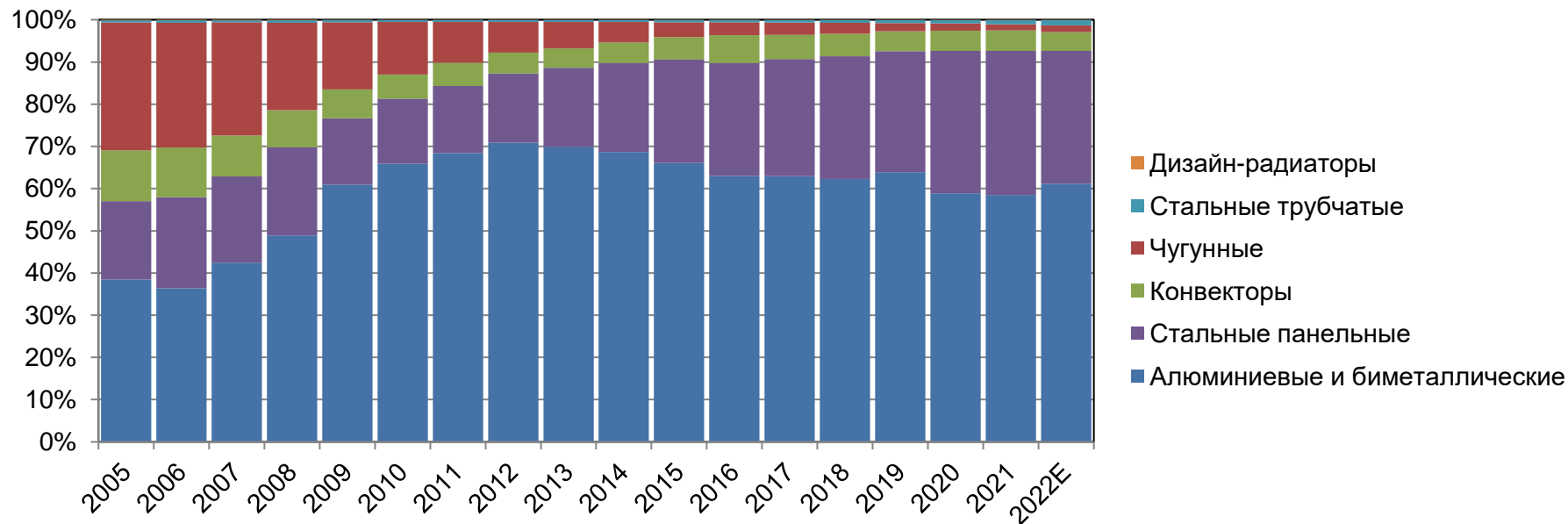
«РАДИАТОРЫ» vs. «ТЕПЛЫЕ ПОЛЫ»



Как хорошо видно из графика, рынок прошел нижнюю точку в 2016 году. В 2019 продажи вышли на уровень 2012-2014 годов, в 2020 – наблюдалось незначительное снижение. Затем рынок продолжил рост. Причем наибольшей динамикой обладали теплые полы, популярность которых в ИЖС стремительно растет. Уже сегодня порядка 17% тепла реализуется через теплые полы, что весьма много. Продажи радиаторов также выросли в 2022 году, правда на «скромные» 2%, а динамика была совершенно не однородна по разным видам радиаторов.



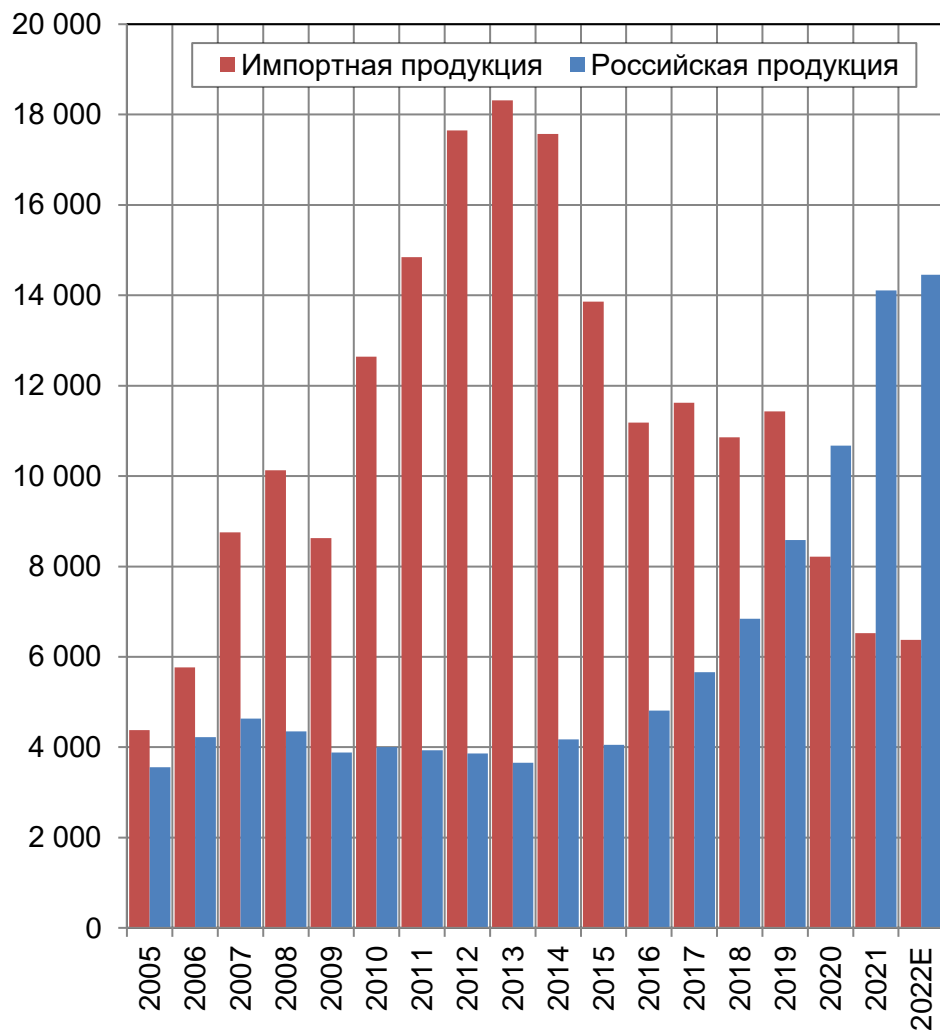
Динамика изменения рынка приборов водяного отопления (в МВт)



Как хорошо видно из графика, объединенный сегмент алюминиевых и биметаллических секционных радиаторов немного отыграл утерянные позиции и восстановился в объемах. Причин несколько, но самой очевидной видится более чем двукратное падение импортных поставок панельных радиаторов, ранее поставлявшихся преимущественно из Европы. Российские заводы по производству панельных радиаторов с конца лета были полностью загружены и, несмотря на рост реализации, не смогли компенсировать выпадающие объемы импортных поставок. По алюминиевым радиаторам к тому моменту наоборот был «профицит» - предложение значительно превышало спрос. Вклад остальных сегментов по-прежнему незначителен и они не в силах изменить сложившуюся ситуацию.



Динамика рынка приборов водяного отопления (всех типов) в разрезе «Россия – Импорт» (в МВт).



Очень показательна динамика рынка в разрезе «отечественное – импорт» за длительное время по всем сегментам рынка в МВт.

Хорошо видно, что за десятилетие с 2005 до 2015 выпуск российской продукции держался на стабильном уровне, а растущий спрос на радиаторы удовлетворялся за счет импорта.

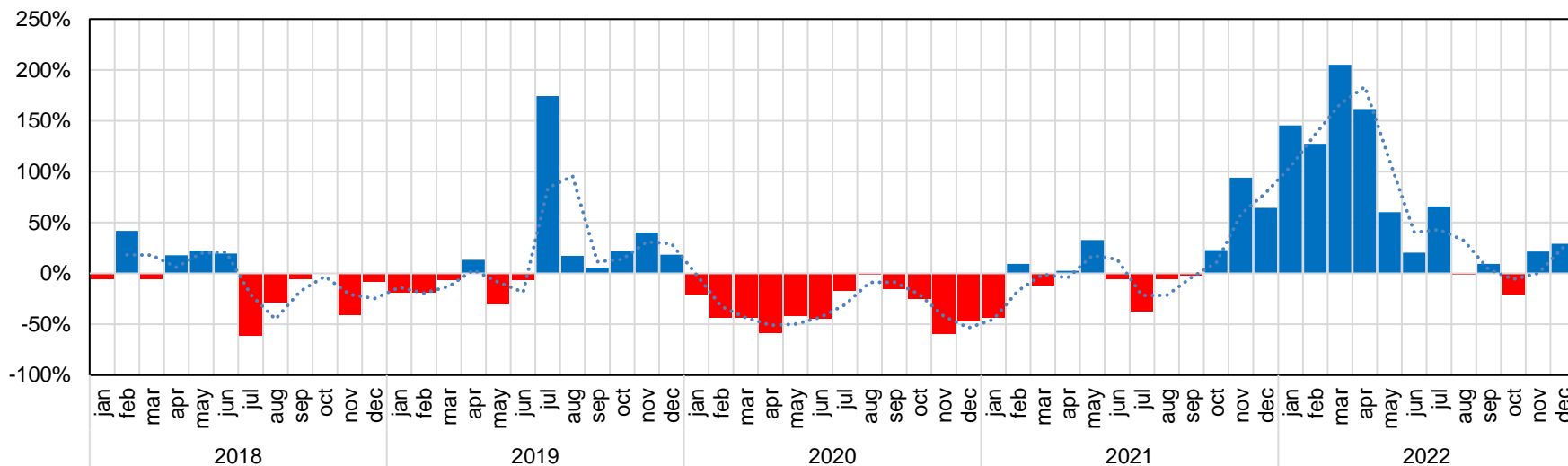
В 2012-2014 годах доля зарубежной продукции была максимальной. В 2015-2016 доля импорта снизилась за счет его сокращения. В 2016-2019 импорт медленно снижался, а рост доли отопительных приборов «made in Russia» происходил за счет увеличения выпуска на российских заводах.

С 2019 года **импорт сократился вдвое**, а доля российской продукции **выросла почти на 70%!**



Импортные поставки алюминиевых и биметаллических радиаторов за последние 5 лет

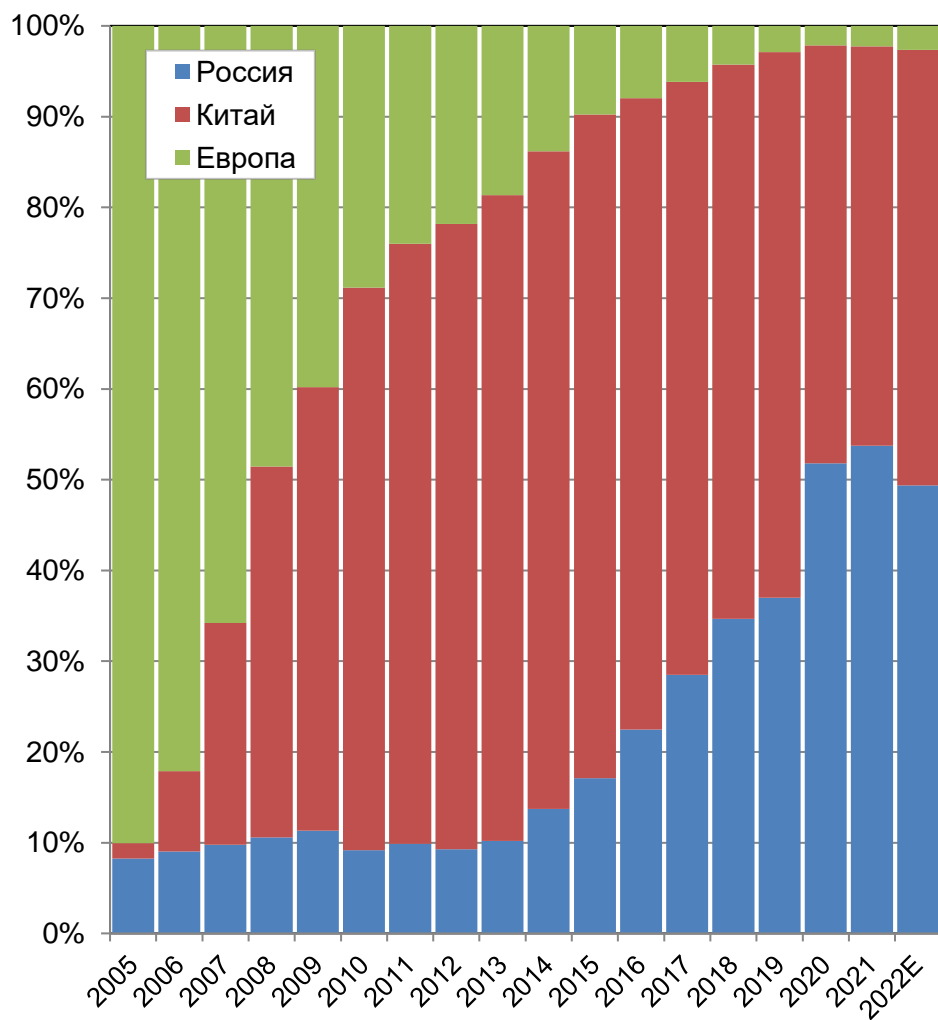
ДИНАМИКА ИМПОРТНЫХ ПОСТАВОК АЛЮМИНИЕВЫХ И БИМЕТАЛЛИЧЕСКИХ РАДИАТОРОВ
(ТЕКУЩИЙ МЕСЯЦ К АНАЛОГИЧНОМУ МЕСЯЦУ ПРЕДЫДУЩЕГО ГОДА)



До конца 2021 года график поставок радиаторов выглядит весьма «плоским». Россия довольно быстро вышла из пандемии и темпы потребления рекордно ускорились в 2021 году. Но импортеры в начале 2021 не торопились с полномасштабными закупками и ждали падения цен на морскую логистику, которая к тому моменту подорожала в несколько раз. Но она лишь росла в цене. В связи с такой паузой в пополнении складов и того, что все российские производители и так работали на 100% мощности, осенью 21-го на рынке был острый дефицит. Учитывая то, что от момента заказа на китайских заводах и до момента поступления радиаторов на склад поставщика уходит порядка 4 месяцев, загруженность китайских заводов заказами от российских клиентов начала расти в конце лета 2021-го и начала снижаться только летом 2022-го. Доходило до +200% месяц к месяцу. Это в итоге привело к затовариванию российского рынка секционных радиаторов. Объем излишков, превышающих оптимальный остаток, сейчас может достигать 10-12 млн. секций.



Структура рынка алюминиевых и биметаллических приборов по странам-производителям.



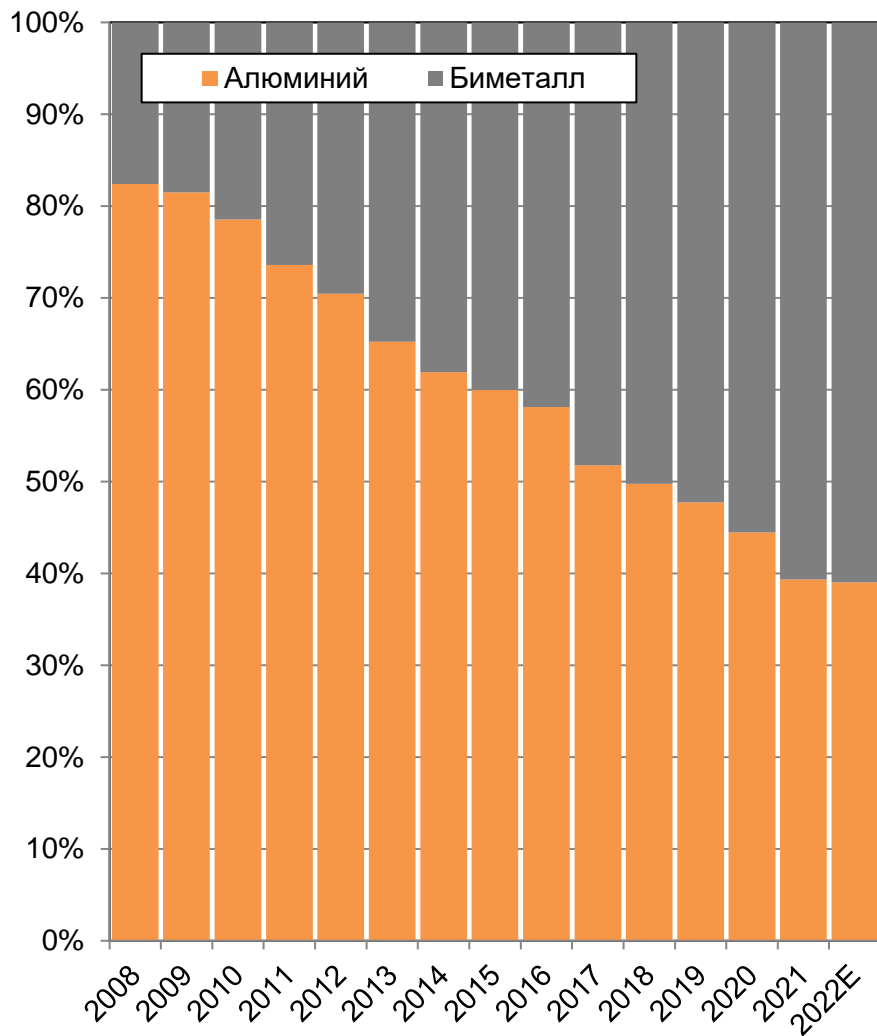
Из графика хорошо видно, как меняется структура рынка. До 2013 года доля европейских радиаторов сокращалась благодаря Китаю, с 2014 – благодаря российской продукции. При этом доля Китая начала сокращаться и падала вплоть до конца 2021 года.

В 2022 году российские производители выпустили на рынок тот же объем радиаторов, что и годом ранее, а вот импортеры свои позиции укрепили.

Поставки из Китая за год выросли на 50%, чему способствовал сначала дефицит осени 2021 года, а затем привлекательный курс иностранной валюты, который играл на руку импортерам и, наоборот, сильно мешал российским производителям.



Структура рынка алюминий – биметалл (млн. секций)



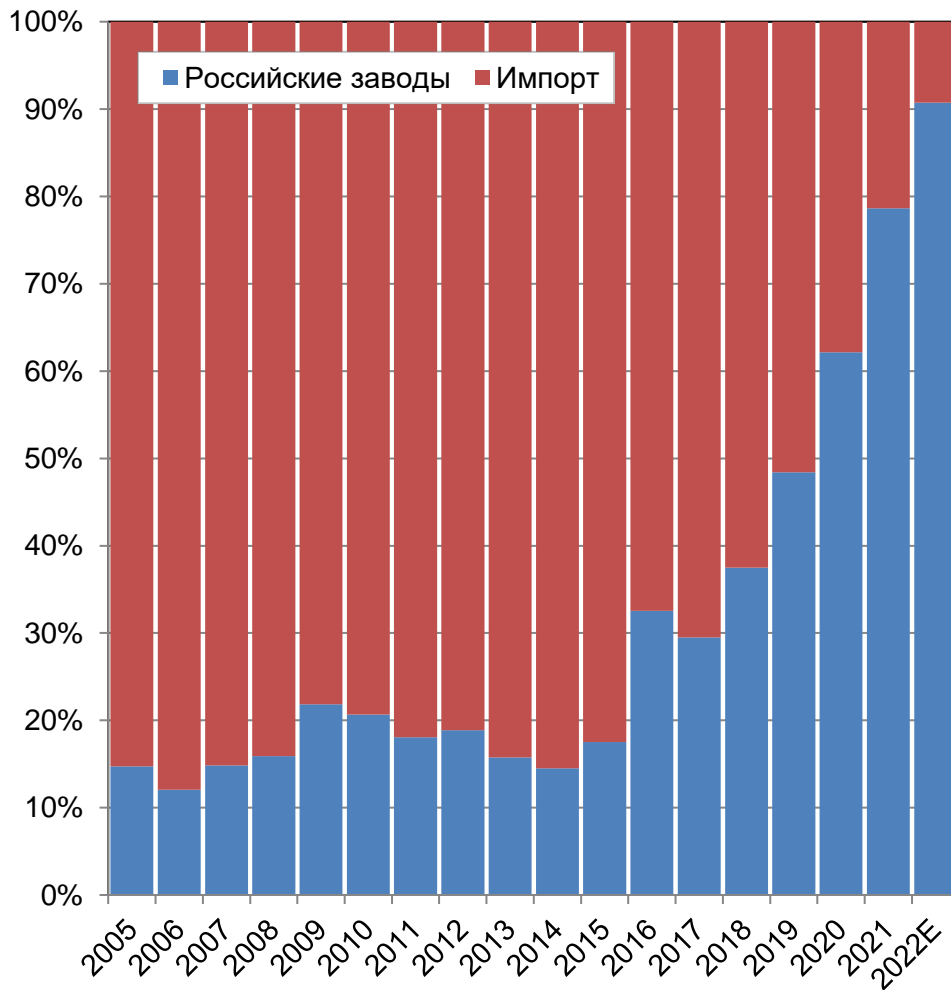
Из графика хорошо видно, что доля алюминиевых радиаторов падает, а биметаллических – растет. Если в конце 2000-х годов алюминий доминировал, в 2018 продажи выровнялись, а в 2019-2021 продажи биметаллических приборов превысили продажи алюминия.

Причина в том, что в новом строительстве алюминий вытесняется теплыми полами и стальными панельными приборами.

Дефицит по панельным радиаторам в 2022 году приостановил падение алюминиевых радиаторов, в ряде проектов и особенно в ИЖС. Так как объект, ушедший в зиму без приборов отопления – это провал, то панельные радиаторы переориентировали чаще на алюминий, реже – на биметалл, т.к. он все же дороже и предназначен преимущественно для замены отопительных приборов в старом жилом фонде.



СТАЛЬНЫЕ ПАНЕЛЬНЫЕ РАДИАТОРЫ



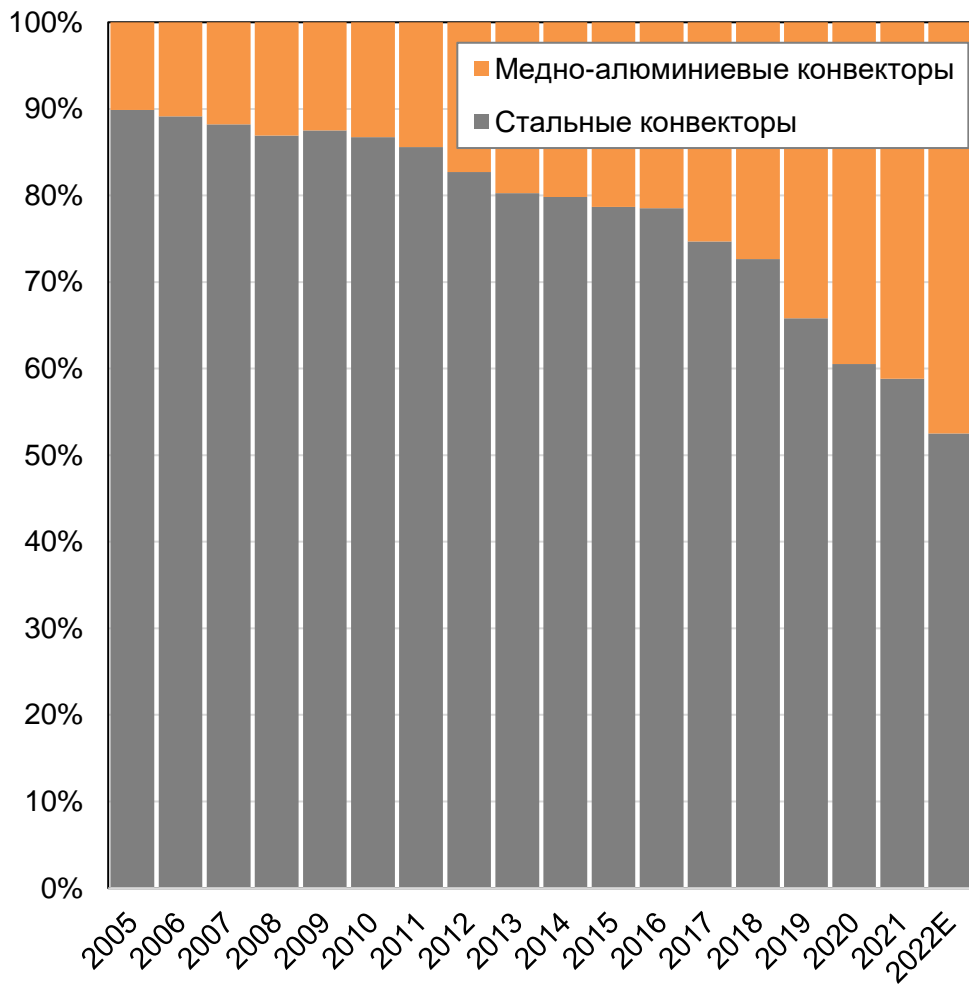
Из графика хорошо видно, как меняется структура рынка. Доля российских приборов начиная с 2015 года стремительно увеличивается. В 2017-2021 был построен целый ряд новых заводов, что отразилось на объемах производства.

В итоге доля отечественных приборов превысила 90%. То есть, за последние 5 лет ситуация полностью перевернулась.

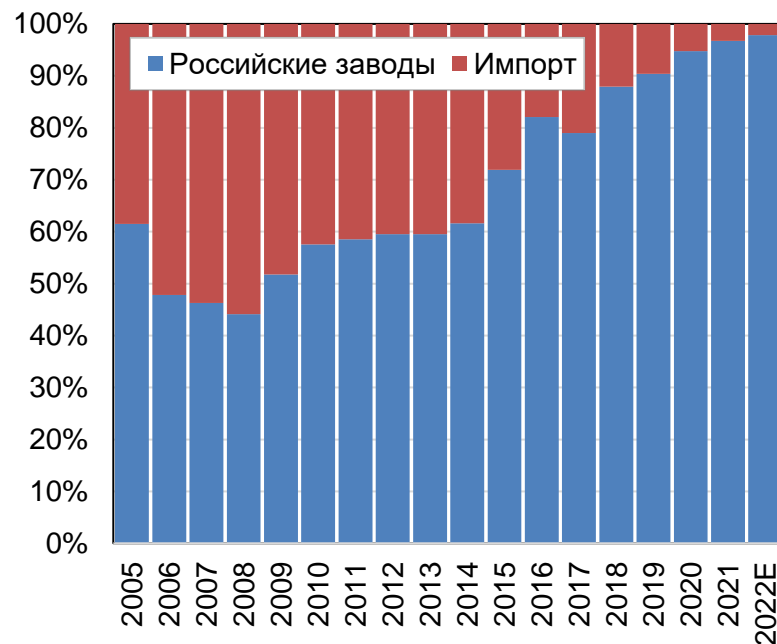
Большинство производителей 2022-й провели на тех же самых производственных мощностях, что и годом ранее, поэтому заметно нарастить объем выпуска могли лишь единицы. Импорт из Европы по понятным причинам практически сошел на нет. Турция сильно не выросла. И осенью 2022 года сложилась ситуация аналогичная той, что была в сегменте алюминиевых радиаторов годом ранее: спрос есть, а радиаторы взять негде.



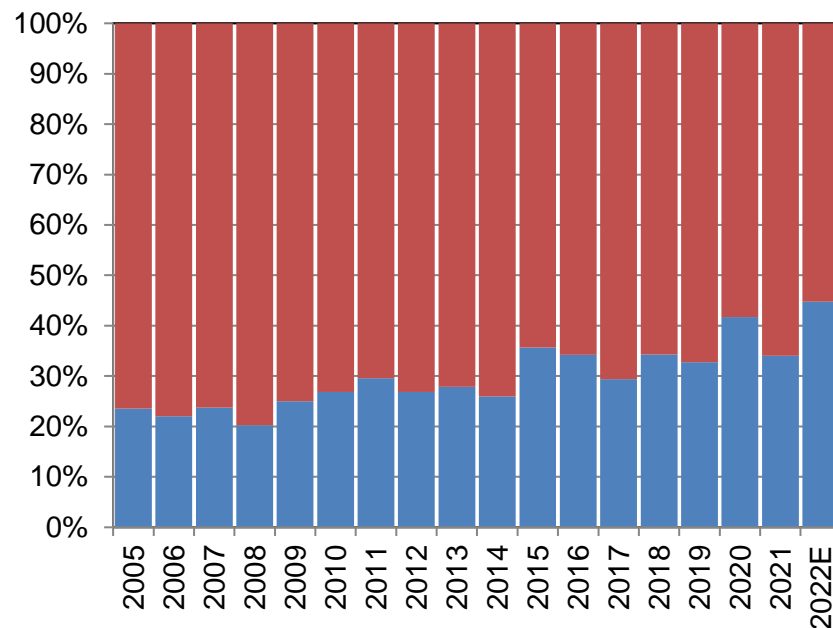
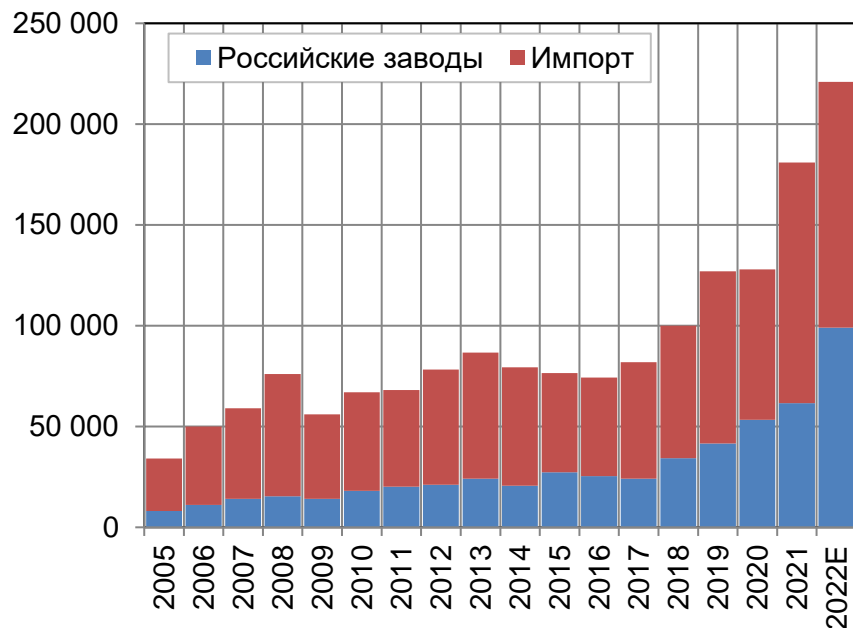
ВОДЯНЫЕ КОНВЕКТОРЫ ОТОПЛЕНИЯ



В наиболее маргинальном сегменте конвекторов – медно-алюминиевых приборах рост выпуска российской продукции идет с начала 2000-х. А доля импорта и его физический объем падает, начиная с 2009 года.



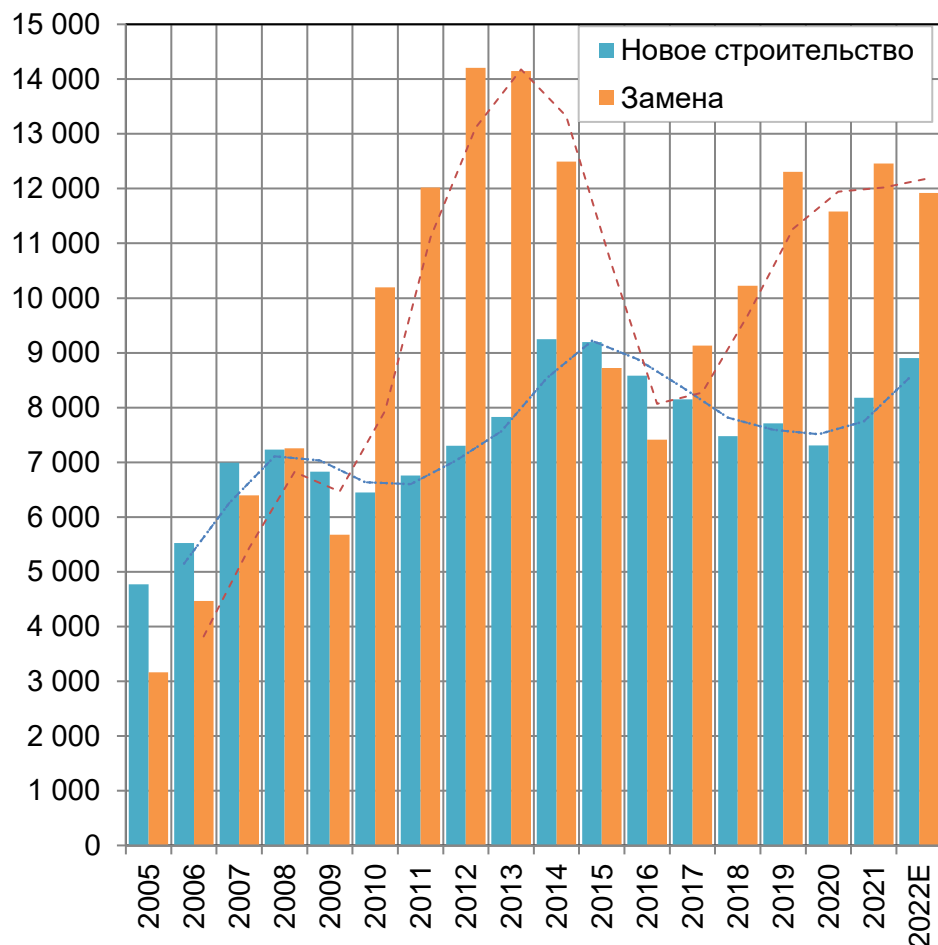
СТАЛЬНЫЕ ТРУБЧАТЫЕ РАДИАТОРЫ



В сегменте стальных трубчатых радиаторов до последних нескольких лет практически весь объем локальной продукции формировался одним российским заводом. В целом же преобладал импорт из Европы. После кризиса 2014-2015 годов стали постепенно появляться новые, преимущественно небольшие производители. С 2017 по 2022 продажи в сегменте **выросли почти в 3 раза!** Трубчатый радиатор превратился из нишевого товара в достаточно традиционный отопительный прибор премиум-класса. В 2022 году на рынок вышли сразу 2 больших производителя из смежных сегментов.



Перспективы рынка. Продажи в МВт в разрезе «новое строительство – замена».



Как видно из графика, наибольшую динамику рынку обеспечивает не новое строительство, а замена оборудования:

В 2010 – 2014 годах это была форсированная замена чугунных радиаторов.

В 2016 – 2019 годах – увеличившееся число ремонтов.

По ситуации на 2022 год парк приборов отопления очень свежий, поэтому объем замены в ближайшее время расти не будет. И можно ожидать некоторую стабилизацию рынка.

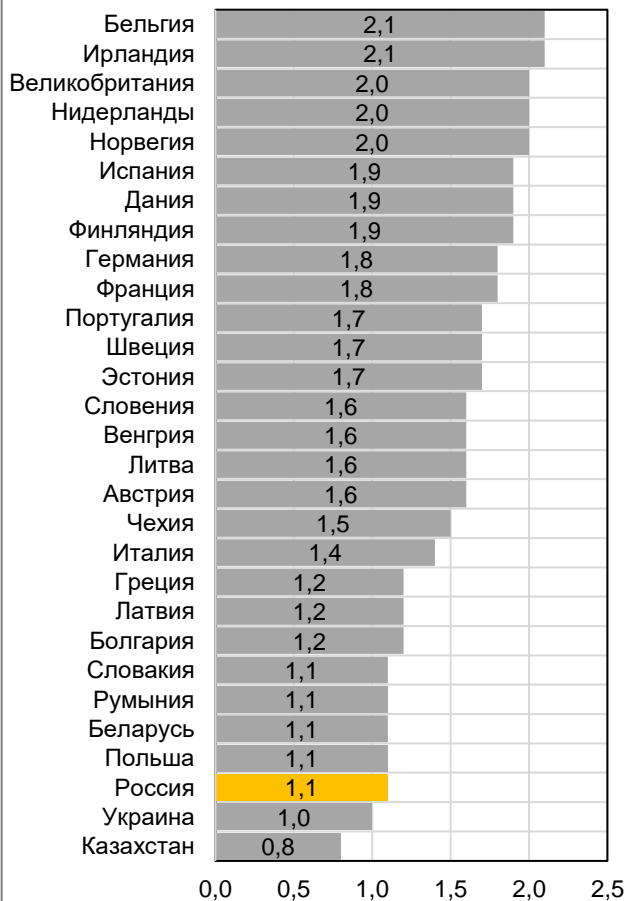


Перспективы рынка. Новое жилое строительство.

Кол-во построенных квартир за период 2017–2019 годов, кол-во штук на 10,000 жителей



Среднее текущее количество комнат на одного человека



По показателям обеспеченности жильем Россия находится внизу рейтинга, а по темпам строительства, наоборот, занимает первую строчку.

Для того, чтобы достичь среднеевропейских показателей, нашей стране необходимо строить новое жилье нынешними темпами еще не менее 10 лет

Поэтому можно ожидать весьма высоких показателей по вводу жилья в будущем

* Источник: «РИА Рейтинг», обработано «Литвинчук Маркетинг»

