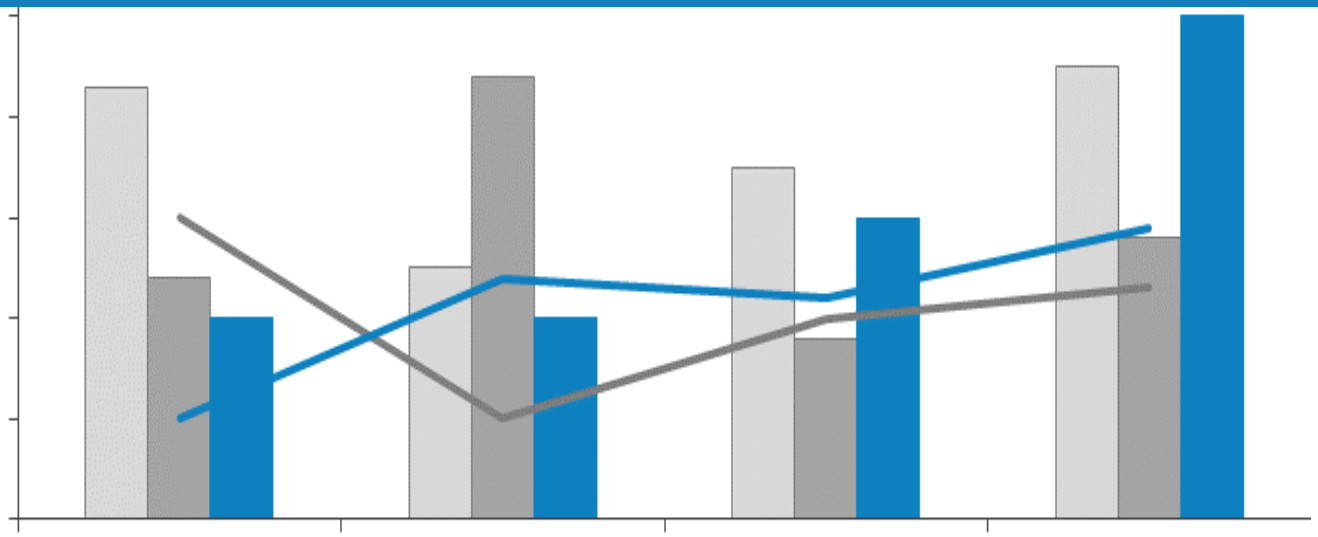
Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок переносных холодильников в России в 2013 – 2014 гг.



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка иключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
12. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
13. МатериалыВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
15. Материалы InternationalTradeCentre.
16. Материалы IndexMundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно*правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, Рбк-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Содержание 8

Список таблиц и диаграмм 9

Таблицы: 9
Диаграммы: 10

Резюме 11

Глава 1. Технологические характеристики исследования 13

Цель исследования 13
Задачи исследования 13
Объект исследования 13
Метод сбора и анализа данных 13
Источники получения информации 14
Объем и структура выборки 14

Глава 2. Классификация и основные характеристики переносных холодильников 15

Глава 2. Объем и темпы роста рынка переносных холодильников в России . 16

Объем и темпы роста рынка 16
Объем рынка по товарным группам ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Объем рынка по торговым маркам 17

Объем рынка переносных холодильников по торговым маркам ***Ошибка! Закладка не определена.***

Объем рынка переносных холодильников по торговым маркам ***Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 3. Импорт переносных холодильников в Россию и экспорт из России . 22

Импорт по товарным категориям ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Импорт по торговым маркам 22

Импорт переносных холодильников по торговым маркам ***Ошибка! Закладка не определена.***

Импорт переносных холодильников по торговым маркам ***Ошибка! Закладка не определена.***

Импорт по стране происхождения товара 25

Импорт переносных холодильников по стране происхождения товара ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Импорт переносных холодильников по стране происхождения товара ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Экспорт по товарным категориям 26
Экспорт по торговым маркам 27

Экспорт переносных холодильников по торговым маркам ***Ошибка! Закладка не определена.***

Экспорт переносных холодильников по торговым маркам ***Ошибка! Закладка не определена.***

Экспорт по стране назначения товара 27

Экспорт переносных холодильников по стране назначения товара ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Экспорт переносных холодильников по стране назначения товара ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка переносных холодильников и другого холодильного оборудования в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Влияние колебаний курса рубля ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка переносных холодильников в России..... 29

Зарубежные производители переносных холодильников 29

ООО «ТД ХотФрост» (HotFrost) ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Aqua Work..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Waterlogic International..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Российские производители переносных холодильников **Ошибка! Закладка не определена.**

BIORAY ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

ООО «Оазис РУС»..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 13таблиц и 6 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка переносных холодильников в России в 2013–2014* гг., $ тыс. и шт. 16

Таблица 2. Объем рынка переносных холодильников по торговым маркам в России в стоимостном выражении в 2013–2014* гг., $ тыс. 17

Таблица 3. Основные показатели рынка переносных холодильников по торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013- 2014*гг., шт.. и %. 19
Таблица 4. Импорт переносных холодильников в Россию 2013-2014* гг., $ тыс. и шт. 22
Таблица 5. Импорт переносных холодильников в Россию по торговой марке в 2013-2014* гг., $ тыс., шт. и %. 23
Таблица 6. Импорт переносных холодильников в Россию по стране происхождения товара в 2013-2014* гг., $ тыс.,шт. и %.....25
Таблица 7 Экспорт переносных холодильников из России 2013-2014* гг., $ тыс., шт. 26
Таблица 8. Экспорт переносных холодильников из России по торговой марке в 2013-2014* гг., $ тыс., шт. и %. 27
Таблица 9 Экспорт переносных холодильников из России по стране назначения товара в 2013-2014* гг., $ тыс. 28

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка переносных холодильников в России в 2010 – 2014* гг., шт. и %. 17
Диаграмма 1. Объем и темпы прироста импорта переносных холодильников в Россию в 2010 – 2014* гг., $ тыс. и %.....22
Диаграмма 3. Структура импорта переносных холодильников в Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %. 25
Диаграмма 5. Структура импорта переносных холодильников в Россию по стране происхождения в 2013 г., %. 26
Диаграмма 3. Структура экспорта переносных холодильников из России в стоимостном выражении в 2013 г., %. 27
Диаграмма 7. Структура экспорта переносных холодильников из России по стране назначения в 2013 г., %. 28

Резюме

В феврале 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка переносных холодильников.

Расчеты DISCOVERY Research Group показали, что объем рынка переносных холодильников в России в 2013-2014* гг. в среднем составил $ 12,7 млн. в стоимостном выражении. Средний объем рынка переносных холодильников за 2013-2014гг. составил $ 3 млн.

В 2013 году объем рынка переносных холодильников составлял $ 13,5 млн, переносных холодильников - $ 3,3 млн, а по прогнозу на 2014 г. объем рынков снизился до $ 11,9 млн и $ 2,8 млн соответственно.

Лидером на российском рынке переносных холодильников в стоимостном выражении в 2013 г. стала марка HOTFROST, на нее пришлось 24,8% общего объема рынка. На рынке переносных холодильниковлидирующие позиции в 2013 г. заняла марка WATERLOGIC, на которую пришлось 33,5% общего объема рынка; второе место - марка CLOVER (14,5%), а третье – VIVREAU (12,5%)..

Объем импорта переносных холодильников в Россию в 2013 году составил $ 13690,4 тыс., а по прогнозу на 2014* года снизился до $ 11968,6 тыс. Импорт переносных холодильников также показал отрицательную динамику с 2013 года, в котором он составлял $ 3347,5 тыс. по 2014 год - $ 2840,6 тыс.

В импорте переносных холодильников в 2013 году большую долю занимают марки HOTFROST (24,5%) и AQUA WORK (14,6%).Бренды WATERLOGIC и CLOVERзаняли вместе почти половину импорта переносных холодильников в 2013 году.

В 2013 году основной объем импорта переносных холодильников приходился на китайских производителей, которые занимали вместе более 80% всего объема импорта.В импорте переносных холодильников, как и в импорте переносных холодильников, в 2013 году преобладали китайские производители с долей 69%. На втором месте оказалась Южная Корея, из которой было импортировано 17% от всего объема импорта переносных холодильников.

[1] *Расчеты всех показателей в 2014 году являются прогнозом на основе данных ФСГС за первое полугодие 2014 года.

Объем экспорта переносных холодильников из России в 2013 году в стоимостном выражении составил $ 125,6 тыс. По данным прогноза за 2014 год объем экспорта переносных холодильников снизился до $ 10,2 тыс. На российском рынке переносных холодильников объем экспорта в 2013 году составлял $ 5,6 тыс., а в 2014 – всего $ 0,2 тыс.

В экспорте переносных холодильников в 2013году на первом месте оказалась марка AQUA WORK, занявшая 57,7% от объема всего экспорта в стоимостном выражении.

В 2013 году практически весь объем экспорта переносных холодильников из России ($ 120 тыс.) предназначался для Великобритании. В остальные годы, включая прогнозируемый 2014 год, лидирующими странами назначения экспорта переносных холодильников являлись Абхазия и Австрия.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка переносных холодильниковв России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка переносных холодильниковв 2013-2014 гг.
2. Определить объем и темпы роста производства переносных холодильниковв России в 2013-2014 гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России переносных холодильниковв 2013-2014 гг.
4. Выделить и описать основные сегменты рынка переносных холодильниковв России.
5. Охарактеризовать структуру потребления переносных холодильниковв России.
6. Определить рыночные доли основных участников рынка переносных холодильников.
7. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке переносных холодильниковв России.
8. Составить различные сценарии прогноза ключевых показателей рынка переносных холодильниковв России до 2016 г. в натуральном и стоимостном выражении.
9. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка переносных холодильниковв России в ближайшие несколько лет.
10. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка переносных холодильниковв России.
11. Определить факторы, препятствующие росту рынка переносных холодильниковв России.
12. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынкапереносных холодильников.

Объект исследования

Рынок переносных холодильниковв России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке переносных холодильникови получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
11. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
12. МатериалыВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
14. Материалы InternationalTradeCentre.
15. Материалы IndexMundi.
16. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристикипереносных холодильников

Сегментирование рынка переносных холодильников, как и большинства других рынков, можно проводить по различным критериям. В связи с этим подходы к сегментированию рынка в разных источниках колоссально отличаются. Мы приведем пример типологизации рынка переносных холодильников одного из самых успешных производителей данного вида продукции – компании Indel B

Все переносные холодильники можно разделить на три основные категории по способу охлаждения – компрессионные (их работа основана на свойстве вещества поглощать тепло при испарении), абсорбционные (испарения аммиака) и термоэлектрические.Меньше всего энергии потребляют компрессионные холодильники, в то время как самыми энергозатратными, но экологически безвредными являются термоэлектрические. Другое преимущество последнего типа – способность работать в режиме подогрева, очень полезное свойство для автомобильных холодильников. Абсорбционные холодильники отличаются способностью работать на бензине и газе, однако не выдерживают тряску, их нужно держать в вертикальном положении. Компрессионные автохолодильники отличаются от бытовых «домашних» холодильников только своими размерами, поэтому являются наиболее производительными и способны поддерживать достаточно низкую температуру.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка переносных холодильниковв России

Объем и темпы роста рынка

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

Объем рынка = Объем производства[2] + Объем импорта - Объем экспорта

показывают, что объем рынка переносных холодильниковв России в 2013г. составил 100,2 тыс. шт. или$ 4589,6тыс. в стоимостном выражении. По прогнозу на 2014* годобъем рынкав стоимостном выражении увеличился до $ 8085,9 тыс., а в натуральном выражении до 226,1 тыс. шт.

Таблица 1. Объем рынка переносных холодильников в Россиив 2013–2014* гг., $ тыс.и шт.

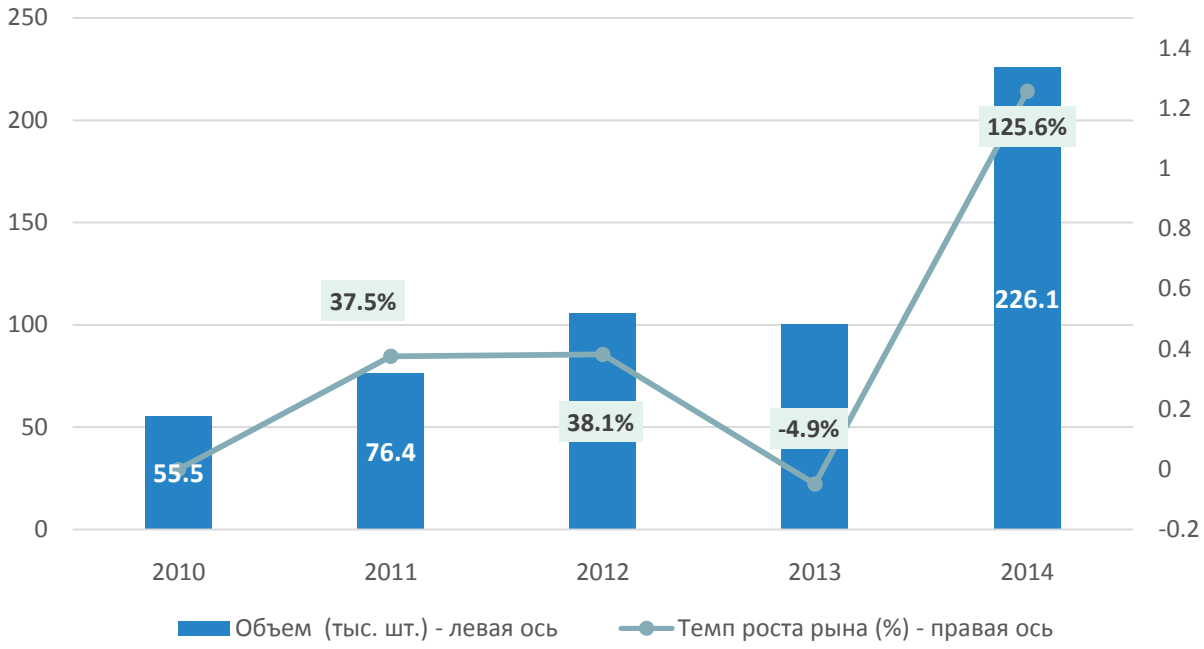
Год	$ тыс.			шт.		
	Импорт	Экспорт	Рынок	Импорт	Экспорт	Рынок
2010	1946,4		1946,4	55547		55547
2011	2391,2	0,7	2390,5	76366	2	76364
2012	3730,7		3730,7	105471		105471
2013	4590,9	1,3	4589,6	100249	7	100242
2014*	8085,9		8085,9	226145		226145

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

[2] Российское производство кулеров и диспенсеров отсутствовало на период исследования.

[3] *Расчеты всех показателей в 2014 году являются прогнозом на основе данных ФСГС за первое полугодие 2014 года.

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка переносных холодильников в Россиив 2010– 2014* гг., шт. и %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Объем рынка по торговым маркам

Лидером на российском рынке переносных холодильников в стоимостном выражении в 2013 г. стала марка EZETIL, на нее пришлось 25,8% общего объема рынка. Далее наиболее значительные ниши на рынке переносных холодильников заняли такие производители, как WAECO (15,4%), INDEL B (7,3%), WELLTON (6,9%), VOLVO (6,6%).

Таблица 2. Объем рынка переносных холодильниковпо торговым маркамв Россиив стоимостномвыражении в 2013–2014* гг., $ тыс.

Бренд	2013			2014*			Доля бренда в рынке
	Импорт	Экспорт	Рынок	Импорт	Экспорт	Рынок	(в 2013г.)
EZETIL	1186,5	0,4	1186,1	1328,1		1328,1	25,8%
WAECO	708,7		708,7	415,0		415,0	15,4%
INDEL B	334,8		334,8	135,7		135,7	7,3%
WELLTON	315,5		315,5			0,0	6,9%
VOLVO	303,2		303,2	57,9		57,9	6,6%
MOBICOOL	237,4		237,4	88,9		88,9	5,2%
ВОЯЖ	135,4		135,4	106,6		106,6	3,0%
MYSTERY	131,6		131,6	53,8		53,8	2,9%
HIRSING	130,6		130,6			0,0	2,8%
LAND ROVER	125,6		125,6	28,2		28,2	2,7%
DOMETIC	94,9		94,9	40,9		40,9	2,1%
SUPRA	66,9		66,9	30,2		30,2	1,5%

CAMPINGAZ	51,1		51,1	35,0		35,0	1,1%
EVER COOL	35,0		35,0			0,0	0,8%
CAMPING	33,5		33,5	24,7		24,7	0,7%
BMW	33,2		33,2			0,0	0,7%
ZIPOWER	31,6		31,6	5,5		5,5	0,7%
RAVANSON	30,3		30,3	5,4		5,4	0,7%
ENERGY	25,5		25,5	23,4		23,4	0,6%
NEW GALAXY	23,8		23,8	13,4		13,4	0,5%
SKODA	22,4		22,4	0,8		0,8	0,5%
VOLKSWAGEN	20,3		20,3	35,6		35,6	0,4%
AUTOLEADER	19,7		19,7			0,0	0,4%
PIECE OF MIND	17,0		17,0	7,3		7,3	0,4%
RAFFER	16,2		16,2			0,0	0,4%
ARB	15,4		15,4	17,4		17,4	0,3%
DEFORT	13,0		13,0			0,0	0,3%
SCANIA	12,0		12,0	3,3		3,3	0,3%
SKODASEAT	10,0		10,0	10,8		10,8	0,2%
NEVE	9,9		9,9			0,0	0,2%
GRAND CAR ACCESSORIES	8,8		8,8	35,9		35,9	0,2%
AUDI	8,2		8,2	18,9		18,9	0,2%
SMILE	8,1		8,1	5,1		5,1	0,2%
YODO	7,9		7,9			0,0	0,2%
NFA	7,8		7,8			0,0	0,2%
ATLANTIC	5,6		5,6	16,4		16,4	0,1%
PORSCHE	5,4		5,4	2,4		2,4	0,1%
ELECTRIN COLD OR WARN BOX	4,7		4,7	1,0		1,0	0,1%
MAN	4,4		4,4	2,0		2,0	0,1%
BERCO	4,0		4,0			0,0	0,1%
PSV	4,0		4,0	10,4		10,4	0,1%
OMNIPLUS	4,0		4,0			0,0	0,1%
SUZUKI	3,6		3,6	1,6		1,6	0,1%
EASY CAMP	3,4		3,4			0,0	0,1%
EXPEDITION	2,1		2,1			0,0	0,0%
COLKU	1,8		1,8			0,0	0,0%
HANGZHOU POWERLEADING ELECTRONIC	1,7		1,7			0,0	0,0%
HUANGGANG JIAZHI TEXTILE	1,7		1,7			0,0	0,0%
EXCELLENT ELECTRICS	1,5		1,5			0,0	0,0%
BIOQUIP	1,4		1,4			0,0	0,0%
KAMBUROGLU	1,2		1,2			0,0	0,0%
FK	0,7		0,7			0,0	0,0%
HANGZHOU POWERLAEDING ELECTRONIC	0,7		0,7			0,0	0,0%
COOLFORT	0,6		0,6	43,3		43,3	0,0%
SCANIAШВЕЦИЯ	0,5		0,5			0,0	0,0%
SUB-ZERO	0,5		0,5			0,0	0,0%
WHIRLPOOL	0,2		0,2			0,0	0,0%
CAIS	0,1		0,1			0,0	0,0%
SEAT	0,1		0,1			0,0	0,0%

BENTLEY			0,0	0,3		0,3	0,0%
CLATRONIC			0,0	3,1		3,1	0,0%
ENGEL			0,0	3,1		3,1	0,0%
ISKY			0,0	71,2		71,2	0,0%
KOOLATRON			0,0	19,2		19,2	0,0%
LAIRUITE			0,0	0,4		0,4	0,0%
MERCEDES-BENZ			0,0	1,8		1,8	0,0%
NINGBO			0,0	1,2		1,2	0,0%
NINGBO TINGWEI ELECTRIC TECHNOLOGY			0,0	12,6		12,6	0,0%
OUTWELL			0,0	10,9		10,9	0,0%
PEUGEOT			0,0	0,4		0,4	0,0%
RESTART			0,0	1,9		1,9	0,0%
SENCOR'			0,0	9,6		9,6	0,0%
SKODA SEAT			0,0	5,0		5,0	0,0%
SUBARU			0,0	0,1		0,1	0,0%
VECTOR			0,0	76,4		76,4	0,0%
VOLKSWAGEN AUDI			0,0	1,0		1,0	0,0%
ZF			0,0	0,3		0,3	0,0%
СИБИРЯК			0,0	260,2		260,2	0,0%
ПРОЧИЕ	305,4	0,9	304,5	285,3		285,3	6,6%
Итого	**4590,9**	**1,3**	4589,6	**3369,1**		3369,1	100,0%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Лидирующая позиция на российском рынке переносных холодильников в натуральном выражении в 2013 г. остались за маркой EZETIL, которая заняла 35,8% общего объема рынка. Далее наиболее значительные ниши на рынке переносных холодильников заняли такие марки, как MYSTERY (10,3%),WELLTON (7,6%) и SUPRA (6,7%). Бренд WAECO оказался на 7 месте по объему рынка в натуральном выражении с долей рынка всего 4%.

Таблица 3. Основные показатели рынка переносных холодильниковпо торговым маркам в России, а также доли торговых марок в общем объеме рынка в натуральном выражении в 2013-2014*гг., шт.. и %.

Бренд	2013			2014*			Доля бренда в рынке
	Импорт	Экспорт	Рынок	Импорт	Экспорт	Рынок	(в 2013г.)
EZETIL	35855	2	35853	44097		44097	35,8%
MYSTERY	10340		10340	3891		3891	10,3%
WELLTON	7598		7598			0	7,6%
SUPRA	6698		6698	3030		3030	6,7%
MOBICOOL	5293		5293	2010		2010	5,3%
HIRSING	4210		4210			0	4,2%
WAECO	3960		3960	2398		2398	4,0%
ВОЯЖ	2700		2700	1761		1761	2,7%

NEW GALAXY	1434		1434	420		420	1,4%
CAMPINGAZ	1256		1256	755		755	1,3%
EVER COOL	1147		1147			0	1,1%
ZIPOWER	1048		1048	150		150	1,0%
ENERGY	1010		1010	874		874	1,0%
INDEL B	952		952	386		386	0,9%
YODO	600		600			0	0,6%
AUTOLEADER	560		560			0	0,6%
VOLVO	555		555	128		128	0,6%
DEFORT	534		534			0	0,5%
RAFFER	500		500			0	0,5%
LAND ROVER	427		427	158		158	0,4%
NFA	410		410			0	0,4%
NEVE	360		360			0	0,4%
DOMETIC	356		356	187		187	0,4%
CAMPING	352		352	352		352	0,4%
SMILE	341		341	202		202	0,3%
BMW	313		313			0	0,3%
PIECE OF MIND	280		280	120		120	0,3%
ELECTRIN COLD OR WARN BOX	254		254	40		40	0,3%
SKODA	254		254	10		10	0,3%
ATLANTIC	240		240	706		706	0,2%
EXPEDITION	158		158			0	0,2%
GRAND CAR ACCESSORIES	150		150	640		640	0,1%
VOLKSWAGEN	139		139	313		313	0,1%
HUANGGANG JIAZHI TEXTILE	136		136			0	0,1%
RAVANSON	110		110	130		130	0,1%
SKODASEAT	108		108	138		138	0,1%
EASY CAMP	100		100			0	0,1%
ARB	80		80	88		88	0,1%
AUDI	57		57	170		170	0,1%
EXCELLENT ELECTRICS	54		54			0	0,1%
PORSCHE	52		52	24		24	0,1%
PSV	50		50	200		200	0,0%
HANGZHOU POWERLEADING ELECTRONIC	37		37			0	0,0%
COLKU	35		35			0	0,0%
WHIRLPOOL	30		30			0	0,0%
SUZUKI	29		29	10		10	0,0%
SCANIA	25		25	5		5	0,0%
FK	18		18			0	0,0%
COOLFORT	11		11	4073		4073	0,0%
HANGZHOU POWERLAEDING ELECTRONIC	10		10			0	0,0%
BERCO	9		9			0	0,0%
MAN	6		6	3		3	0,0%
BIOQUIP	2		2			0	0,0%
CAIS	2		2			0	0,0%

KAMBUROGLU	2		2			0	0,0%
OMNIPLUS	2		2			0	0,0%
SCANIAШВЕЦИЯ	1		1			0	0,0%
SEAT	1		1			0	0,0%
SUB-ZERO	1		1			0	0,0%
BENTLEY			0	1		1	0,0%
CLATRONIC			0	60		60	0,0%
ENGEL			0	20		20	0,0%
ISKY			0	2780		2780	0,0%
KOOLATRON			0	506		506	0,0%
LAIRUITE			0	30		30	0,0%
MERCEDES-BENZ			0	1		1	0,0%
NINGBO			0	28		28	0,0%
NINGBO TINGWEI ELECTRIC TECHNOLOGY			0	490		490	0,0%
OUTWELL			0	228		228	0,0%
PEUGEOT			0	12		12	0,0%
RESTART			0	1		1	0,0%
SENCOR'			0	200		200	0,0%
SKODA SEAT			0	62		62	0,0%
SUBARU			0	1		1	0,0%
VECTOR			0	2000		2000	0,0%
VOLKSWAGEN AUDI			0	1		1	0,0%
ZF			0	1		1	0,0%
СИБИРЯК			0	8800		8800	0,0%
ПРОЧИЕ	8997	5	8992	11536		11536	9,0%
Итого	**100249**	**7**	100242	**94227**		94227	100,0%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Глава 4. Импортпереносных холодильниковв Россию и экспорт из России

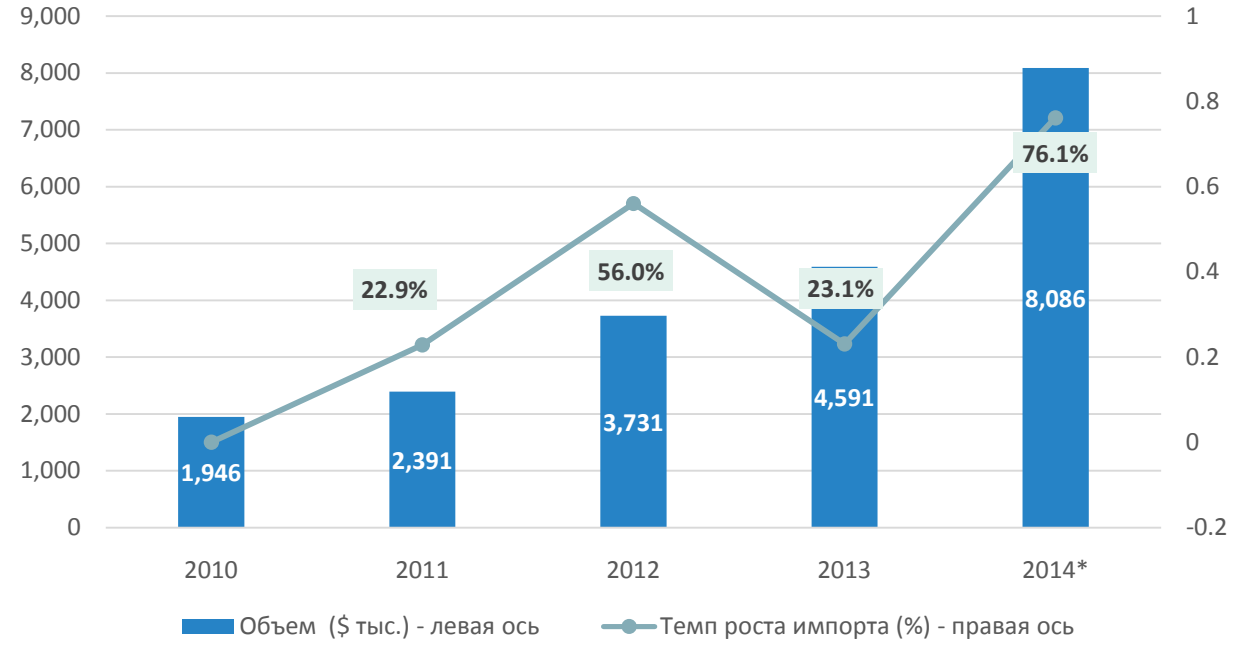
Объем импорта переносных холодильниковв Россию в 2013 году составил $ 4590,9 тыс. или, а по прогнозу на 2014* года повысился до $ 8085,9 тыс. Импорт показал положительную динамику с 2010 по 2014 год включительно, как в натуральном, так и в стоимостном выражении.

Таблица 4. Импорт переносных холодильниковв Россию 2013-2014* гг., $ тыс. и шт.

Год	Импорт	
	$ тыс.	шт.
2010	1946,4	55547
2011	2391,2	76366
2012	3730,7	105471
2013	4590,9	100249
2014*	8085,9	226145

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 2. Объем и темпы прироста импортапереносных холодильниковв Россию в 2010– 2014* гг., $ тыс. и %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Импорт по торговым маркам

В импорте переносных холодильников, как и в объеме рынка в 2013 году лидером стала марка EZETIL, на нее пришлось 25,8% общего объема импорта в стоимостном выражении. Далее наиболее значительные ниши на рынке переносных холодильников заняли такие производители, как WAECO (15,4%), INDEL B (7,3%), WELLTON (6,9%), VOLVO (6,6%).

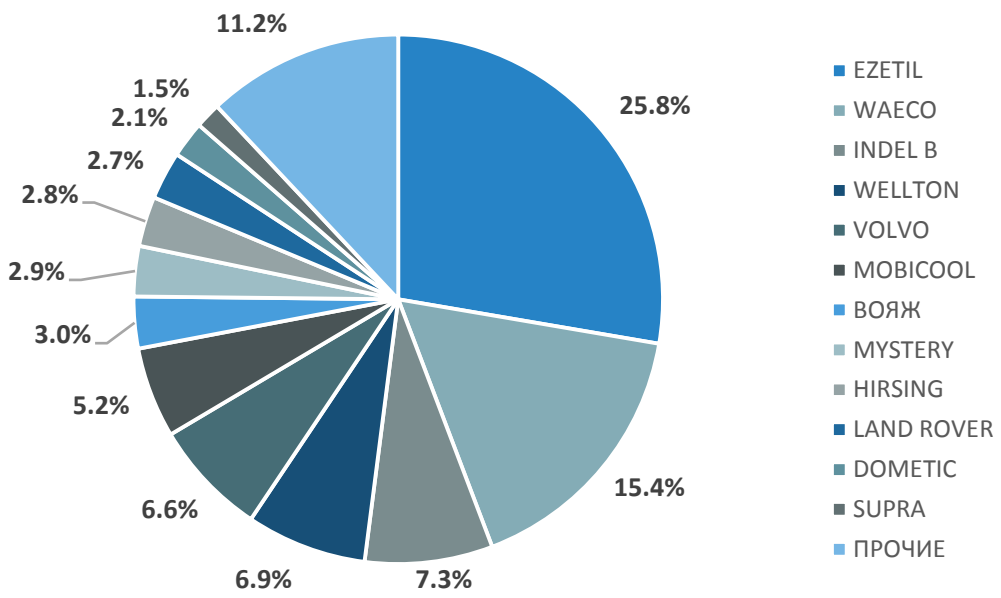
Таблица 5. Импортпереносных холодильниковв Россию по торговой марке в 2013-2014* гг.,$ тыс., шт. и %.

Бренд	2013		2014*		Доля бренда в импорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
EZETIL	1186,5	35855,0	1328,1	44097,0	25,8%
WAECO	708,7	3960,0	415,0	2398,0	15,4%
INDEL B	334,8	952,0	135,7	386,0	7,3%
WELLTON	315,5	7598,0			6,9%
VOLVO	303,2	555,0	57,9	128,0	6,6%
MOBICOOL	237,4	5293,0	88,9	2010,0	5,2%
ВОЯЖ	135,4	2700,0	106,6	1761,0	3,0%
MYSTERY	131,6	10340,0	53,8	3891,0	2,9%
HIRSING	130,6	4210,0			2,8%
LAND ROVER	125,6	427,0	28,2	158,0	2,7%
DOMETIC	94,9	356,0	40,9	187,0	2,1%
SUPRA	66,9	6698,0	30,2	3030,0	1,5%
CAMPINGAZ	51,1	1256,0	35,0	755,0	1,1%
EVER COOL	35,0	1147,0			0,8%
CAMPING	33,5	352,0	24,7	352,0	0,7%
BMW	33,2	313,0			0,7%
ZIPOWER	31,6	1048,0	5,5	150,0	0,7%
RAVANSON	30,3	110,0	5,4	130,0	0,7%
ENERGY	25,5	1010,0	23,4	874,0	0,6%
NEW GALAXY	23,8	1434,0	13,4	420,0	0,5%
SKODA	22,4	254,0	0,8	10,0	0,5%
VOLKSWAGEN	20,3	139,0	35,6	313,0	0,4%
AUTOLEADER	19,7	560,0			0,4%
PIECE OF MIND	17,0	280,0	7,3	120,0	0,4%
RAFFER	16,2	500,0			0,4%
ARB	15,4	80,0	17,4	88,0	0,3%
DEFORT	13,0	534,0			0,3%
SCANIA	12,0	25,0	3,3	5,0	0,3%
SKODASEAT	10,0	108,0	10,8	138,0	0,2%
NEVE	9,9	360,0			0,2%
GRAND CAR ACCESSORIES	8,8	150,0	35,9	640,0	0,2%
AUDI	8,2	57,0	18,9	170,0	0,2%
SMILE	8,1	341,0	5,1	202,0	0,2%
YODO	7,9	600,0			0,2%
NFA	7,8	410,0			0,2%
ATLANTIC	5,6	240,0	16,4	706,0	0,1%
PORSCHE	5,4	52,0	2,4	24,0	0,1%
ELECTRIN COLD OR WARN BOX	4,7	254,0	1,0	40,0	0,1%
MAN	4,4	6,0	2,0	3,0	0,1%
BERCO	4,0	9,0			0,1%
PSV	4,0	50,0	10,4	200,0	0,1%
OMNIPLUS	4,0	2,0			0,1%
SUZUKI	3,6	29,0	1,6	10,0	0,1%
EASY CAMP	3,4	100,0			0,1%
EXPEDITION	2,1	158,0			0,0%
COLKU	1,8	35,0			0,0%
HANGZHOU POWERLEADING ELECTRONIC	1,7	37,0			0,0%

HUANGGANG JIAZHI TEXTILE	1,7	136,0			0,0%
EXCELLENT ELECTRICS	1,5	54,0			0,0%
BIOQUIP	1,4	2,0			0,0%
KAMBUROGLU	1,2	2,0			0,0%
FK	0,7	18,0			0,0%
HANGZHOU POWERLAEDING ELECTRONIC	0,7	10,0			0,0%
COOLFORT	0,6	11,0	43,3	4073,0	0,0%
SCANIAШВЕЦИЯ	0,5	1,0			0,0%
SUB-ZERO	0,5	1,0			0,0%
WHIRLPOOL	0,2	30,0			0,0%
CAIS	0,1	2,0			0,0%
SEAT	0,1	1,0			0,0%
BENTLEY			0,3	1,0	0,0%
CLATRONIC			3,1	60,0	0,0%
ENGEL			3,1	20,0	0,0%
ISKY			71,2	2780,0	0,0%
KOOLATRON			19,2	506,0	0,0%
LAIRUITE			0,4	30,0	0,0%
MERCEDES-BENZ			1,8	1,0	0,0%
NINGBO			1,2	28,0	0,0%
NINGBO TINGWEI ELECTRIC TECHNOLOGY			12,6	490,0	0,0%
OUTWELL			10,9	228,0	0,0%
PEUGEOT			0,4	12,0	0,0%
RESTART			1,9	1,0	0,0%
SENCOR'			9,6	200,0	0,0%
SKODA SEAT			5,0	62,0	0,0%
SUBARU			0,1	1,0	0,0%
VECTOR			76,4	2000,0	0,0%
VOLKSWAGEN AUDI			1,0	1,0	0,0%
ZF			0,3	1,0	0,0%
СИБИРЯК			260,2	8800,0	0,0

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 3. Структура импорта переносных холодильниковв Россию в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Как видно по графику, упомянутые выше3 марки (EZETIL, WAECO иINDEL B)занимают вместе околополовины всего импорта переносных холодильниковв 2013 году.

Импорт по стране происхождения товара

В импорте переносных холодильниковв 2013 году преобладали китайские производители, занимая вместе более 80% всего объема импорта.

Таблица 6. Импортпереносных холодильниковв Россию по стране происхождения товара в 2013-2014* гг., $тыс.,шт. и %

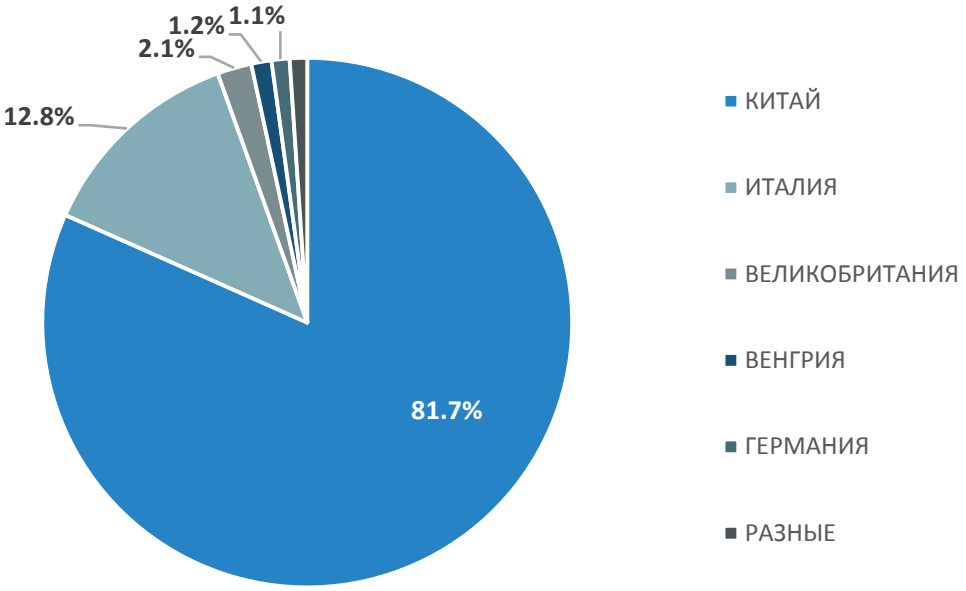
Страна происхождения	2013		2014*		Доля бренда в импорте
	$ тыс.	шт.	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
КИТАЙ	3749,0	86811	2483,2	79582	81,7%
ИТАЛИЯ	589,8	11705	212,8	4446	12,8%
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ	96,2	270	0,6	3	2,1%
ВЕНГРИЯ	56,6	276	29,5	127	1,2%
ГЕРМАНИЯ	50,4	194	220,2	4863	1,1%
ГОНКОНГ	19,7	560			0,4%
ШВЕЦИЯ	7,4	5			0,2%
ПОРТУГАЛИЯ	7,1	294			0,2%
ЧЕХИЯ	5,4	52	0,3	1	0,1%
НИДЕРЛАНДЫ	4,0	9			0,1%
США	1,4	2	3,1	20	0,0%

DISCOVERY RESEARCH GROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

ЯПОНИЯ	1,3	6	0,1	2	0,0%
ТУРЦИЯ	1,2	2			0,0%
ПОЛЬША	1,1	60	11,4	480	0,0%
КОРЕЯ ЮЖНАЯ	0,1	2			0,0%
ТАЙВАНЬ	0,0	1			0,0%
ДАНИЯ			0,6	9	0,0%
ИСПАНИЯ			10,4	356	0,0%
КАНАДА			3,7	90	0,0%
ФИНЛЯНДИЯ			1,3	1	0,0%
РАЗНЫЕ			391,9	4247	0,0%
Итого	**4590,9**	**100249**	**3369,1**	**94227**	100,0%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 4. Структура импортапереносных холодильниковв Россиюпо стране происхожденияв 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт по товарным категориям

Объем экспорта переносных холодильниковиз России в 2013 году в стоимостном выражении составил $ 1,3 тыс. или 7 шт. в натуральном выражении.

Таблица 7Экспортпереносных холодильниковиз России2013-2014* гг.,$ тыс., шт.

Год	Экспорт	
	$ тыс.	шт.
2010		
2011	0,7	2
2012		
2013	1,3	7

DISCOVERY RESEARCH GROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

2014*		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Экспорт по торговым маркам

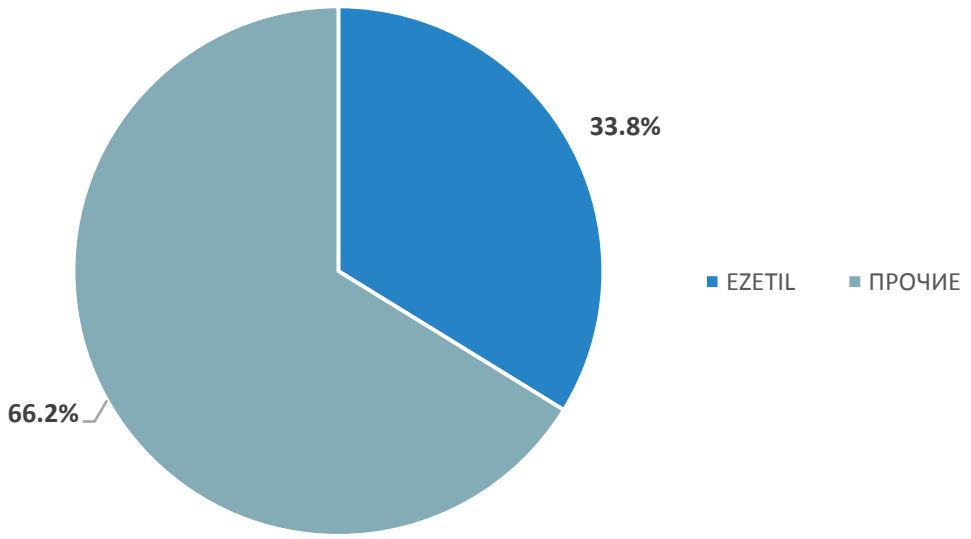
В экспорте переносных холодильников 2013 года участвовали марка-лидер по объему рынка EZETIL, однако общий объем экспорта был слишком мал, чтобы утверждать ее лидерство.

Таблица 8. Экспортпереносных холодильниковиз России по торговой марке в 2013-2014* гг., $ тыс., шт. и %.

Бренд	2013		Доля бренда в экспорте
	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
EZETIL	0,4	2,0	33,8%
ПРОЧИЕ	0,9	5,0	66,2%
Итого	**1,3**	**7,0**	**100,0%**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 5. Структура экспортапереносных холодильников из России в стоимостном выражении в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Экспорт по стране назначения товара

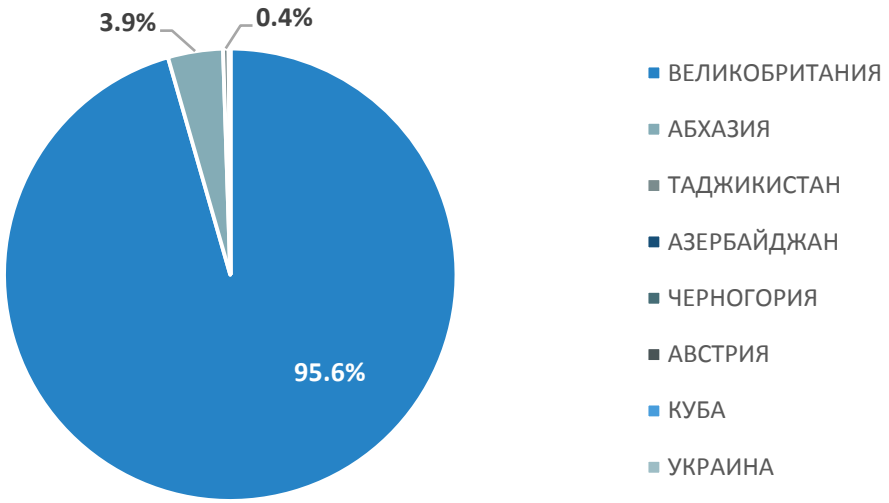
В 2013 году практически весь объемэкспорта переносных холодильниковиз России ($ 0,9 тыс.) предназначался дляУкраины.

Таблица 9 Экспортпереносных холодильниковиз России по стране назначения товара в 2013-2014* гг., $ тыс.

Страна назначения	2013		Доля бренда в экспорте
	$ тыс.	шт.	($ тыс., 2013г.)
УКРАИНА	0,9	5	66,2%
КОНГО, ДЕМОКРАТИЧЕСКАЯ РЕСПУБЛИКА	0,4	2	33,8%
Итого	**1,3**	**7**	**100,0%**

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 6. Структура экспортапереносных холодильниковиз Россиипо стране назначения в 2013 г., %.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка переносных холодильниковв России

Зарубежные производители переносных холодильников

«Технологии Холода 2000»

Ссылка на сайт компании - <http://ezetil.ru/>

Компания «Технологии Холода 2000» является официальным дистрибутором переносных холодильных контейнеров, автохолодильников, и изотермических пластиковых боксов и сумок-холодильников торговых марок IGLOO (США) и и EZETIL (Германия) с 1999 года, с 2002 – английской маркиThermos, а с 2010 компания распространяет продукцию еще одной немецкой марки Delta-T.

Компания специализируется на дистрибуции автомобильных холодильников и сумок-холодильников, но также предлагает портативные морозильные камеры компрессорного типа, аккумуляторы холода и другие аксессуары для мобильных холодильников. Производится продукция немецких, итальянских, чешских и китайских фабриках компании IPV.

INDEL B

Ссылка на сайт компании - <http://www.indelb.com/>

Компания Indel B была основана в 1967 году в связи с изобретением полу-герметичного компрессора для создания низких температур в небольших помещениях. С этого времени компания специализировалась на холодильных устройствах, способных работать при движении, т.е. для использования на судах и других транспортных средствах. Сегодня компания специализируется на создании продуктов с низким уровнем потребления энергии и экологической устойчивости. В ассортименте итальянской компании-производителя холодильного оборудования INDEL B представлены устройства различных размеров и функциональных характеристик: автохолодильники этой марки способны хранить запасы при температурах до -12 или -18 градусов.

На рынке мобильной холодильной Indel B является лидером в производстве 12/24 холодильников для грузовых автомобилей. Продукция поставляется таким крупным производителям европейских грузовиков как Scania, Iveco, Daf, Renault, Volvo, Kenworth, Peterbilt, IRIZAR, Irisbus, Karosa. Компания предлагает автохолодильники встраиваемого типа, подключающиеся к аккумуляторам транспортного средства. Продуктовое предложение Indel B DC включает в себя также кондиционер для грузовиков и грузовых автомобилей.

DometicDeuchlandGmbH (WAECO)

Ссылка на сайт компании - <http://ru.waeco.com/>

Компания Dometic GROUP, поглотившая компанию WAECO, является мировым производителем инновационных товаров для создания комфорта дома, на отдыхе и в дороге. Техническая разработка создателей компании WAECO братьев Вениг стала первой в мире автономной системой охлаждения, это событие проложило дорогу современным представлениям о мобильных холодильниках.

В ассортименте компании представлены следующие виды мини- холодильников:

- Переносные термоэлектрические
- Портативные абсорбционные холодильники
- Переносные компрессорные холодильники
- Абсорбционные холодильники
- Компрессорные холодильники
- Встраиваемые компрессорные холодильники

Помимо холодильного оборудования Dometic GROUP предлагает кондиционеры, мобильные энергосистемы, мобильные кухни и другую технику для отдыха и дороги.

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

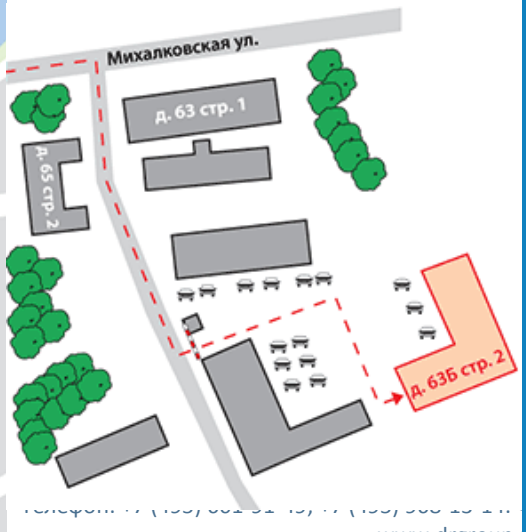



Схема проезда