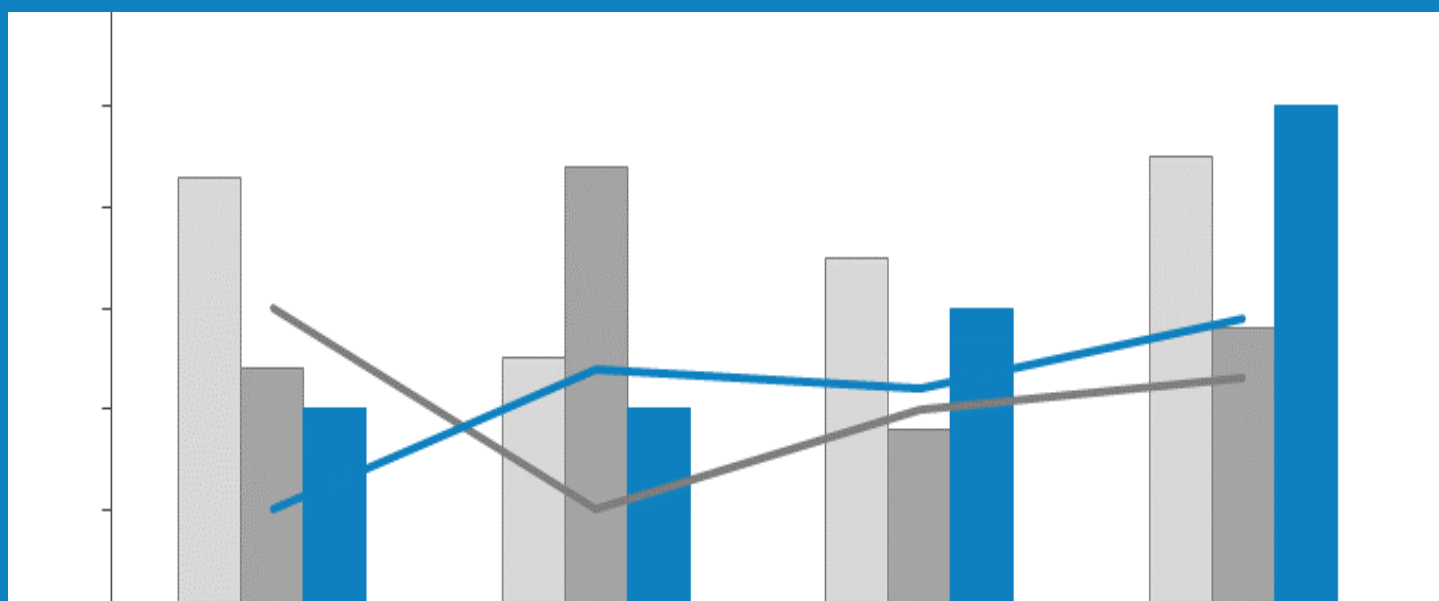




Анализ рынка искусственного акрилового камня в России



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 малоприменимой 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 и ключевых 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 анализируемом 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. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
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!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research 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 Ad hoc 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 РБК, Профиль 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	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	11
Резюме	12
Глава 1. Методология исследования	13
Объект исследования	13
Цель исследования	13
Задачи исследования	13
Метод сбора и анализа данных	13
Источники получения информации	14
Объем и структура выборки	14
Глава 2. Классификация и основные характеристики искусственного акрилового камня	16
Общая информация	16
Свойства и области применения искусственного акрилового камня	18
Глава 3. Объем и темпы роста рынка искусственного акрилового камня в России	20
Объем и темпы прироста рынка	20
Объем рынка искусственного акрилового камня по брендам	23
В натуральном выражении	23
В стоимостном выражении	31
Глава 4. Импорт искусственного акрилового камня в Россию и экспорт из России	39
Объем импорта и экспорта искусственного акрилового камня	39
Импорт искусственного акрилового камня по брендам	40
Импорт искусственного акрилового камня по странам происхождения	43
Цены импорта искусственного акрилового камня	46
Экспорт искусственного акрилового камня по брендам	47
Глава 5. Потребители искусственного акрилового камня в России	50
Глава 6. Производство искусственного акрилового камня в России	54
Глава 7. Основные события, тенденции и факторы развития рынка искусственного акрилового камня в России	55
Ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка искусственного акрилового камня в России	55
Разработка новых декоров искусственного акрилового камня	57

В 2016 г. поставщики искусственного акрилового камня вынуждены были снизить цену продукта в борьбе за рынок	58
Глава 8. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка искусственного акрилового камня в России	61
Основные участники рынка	61
TRISTONE	62
HI-MACS	63
STARON	64
CORIAN и MONTELLI	65
AKRILIKA	66
Глава 9. Прогноз развития рынка искусственного акрилового камня в России до 2023 г.	68

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 19 таблиц и 22 диаграммы.

Таблицы:

- Таблица 1. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, м2 и % прироста
- Таблица 2. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, тыс. \$ и % прироста
- Таблица 3. Объем рынка искусственного акрилового камня в России по брендам, м2
- Таблица 4. Объем рынка искусственного акрилового камня в России по брендам, тыс. \$
- Таблица 5. Объем импорта в Россию и экспорта из России искусственного акрилового камня, м2 и тыс. \$
- Таблица 6. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по брендам, м2
- Таблица 7. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по брендам, тыс. \$
- Таблица 8. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по странам происхождения, м2
- Таблица 9. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по странам происхождения, тыс. \$
- Таблица 10. Цены импорта в Россию искусственного акрилового камня по брендам, \$/м2
- Таблица 11. Экспорт из России искусственного акрилового камня по брендам, м2 и тыс. \$
- Таблица 12. Импорт искусственного акрилового камня в Россию по получателям, м2
- Таблица 13. Импорт искусственного акрилового камня в Россию по получателям, тыс. \$
- Таблица 14. Цены на столешницы из акрилового камня Tristone в России
- Таблица 15. Цены на столешницы из акрилового камня Hi-Macs в России
- Таблица 16. Цены на столешницы из акрилового камня Staron в России
- Таблица 17. Цены на столешницы из акрилового камня Corian в России
- Таблица 18. Цены на столешницы из акрилового камня Montelli в России
- Таблица 19. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, м2, тыс. \$ и % прироста

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, м2 и % прироста

Диаграмма 2. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, тыс. \$ и % прироста

Диаграмма 3. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от натурального объема

Диаграмма 4. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от натурального объема

Диаграмма 5. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от натурального объема

Диаграмма 6. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от натурального объема

Диаграмма 7. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от натурального объема

Диаграмма 8. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 9. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 11. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 12. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России, % от стоимостного объема

Диаграмма 13. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по брендам, % от натурального объема

Диаграмма 14. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по брендам, % от стоимостного объема

Диаграмма 15. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по странам происхождения, % от натурального объема

Диаграмма 16. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по странам происхождения, % от стоимостного объема

Диаграмма 17. Структура экспорта искусственного акрилового камня из России по брендам, % от натурального объема

Диаграмма 18. Структура экспорта искусственного акрилового камня из России по брендам, % от стоимостного объема

Диаграмма 19. Доли потребителей в объеме импорта искусственного акрилового камня в Россию, % от натурального объема

Диаграмма 20. Доли потребителей в объеме импорта искусственного акрилового камня в Россию, % от стоимостного объема

Диаграмма 21. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, м2 и % прироста

Диаграмма 22. Объем рынка искусственного акрилового камня в России, тыс. \$ и % прироста

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка искусственного акрилового камня в России.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2019 г. составил в натуральном выражении 658 052 м² или 35 692 тыс. \$ в стоимостном.

На рынке искусственного акрилового камня в России в 2019 г. ключевыми брендами стали TRISTONE, HI-MACS и STARON как в натуральном, так и в стоимостном выражении. Первое место занял бренд TRISTONE. На втором месте ТМ HI-MACS. На третьем месте расположился бренд STARON (22,7% объема рынка в натуральном выражении). К крупным игрокам на российском рынке искусственного акрилового камня также можно отнести ТМ CORIAN производителя DUPONT (США). Однако конкурентная ситуация на рынке российского искусственного акрилового камня в течение периода 2015-2019 гг. несколько изменялась.

В 2019 г. в натуральном выражении импорт искусственного акрилового камня в Россию составил 659 689 м². В стоимостном выражении объем импорта искусственного акрилового камня в Россию в 2019 г. составил 35 826 тыс. \$. Экспорт акрилового камня из России в 2015-2019 гг. был обусловлены поставками камня зарубежных брендов с помощью российских представительств в другие страны.

На протяжении всего периода 2015-2019 гг. наблюдался рост средней цены импорта искусственного акрилового камня в России.

В России на сегодняшний день искусственный акриловый камень не производится.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок искусственного акрилового камня в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка искусственного акрилового камня в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка искусственного акрилового камня
2. Определить объем и темпы роста производства искусственного акрилового камня в России
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России искусственного акрилового камня
4. Определить рыночные доли основных участников рынка искусственного акрилового камня
5. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке искусственного акрилового камня в России
6. Провести анализ цен импорта-экспорта камня искусственного акрилового в России
7. Составить прогноз объема рынка искусственного акрилового камня в России до 2023 г. в натуральном и стоимостном выражении
8. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка искусственного акрилового камня в России в ближайшие несколько лет
9. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке искусственного акрилового камня и 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. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. 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.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России искусственного акрилового камня**. База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Группа продукта
3. Производитель
4. Бренд
5. Год импорта/экспорта
6. Месяц импорта/экспорта
7. Компании получатели и отправители товара
8. Страны получатели, отправители и производители товара
9. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении

10. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики искусственного акрилового камня

Общая информация

Искусственный камень — обобщённое название для некоторых видов промышленной продукции, представляющих собой имитацию природного камня:

- различные виды синтетической каменной продукции, на основе полиэфирных смол и наполнителя из крошки природного камня,
- облицовочные изделия из цветных бетонов с рельефом поверхности и цветом, приближёнными к натуральному камню,
- искусственный акриловый камень

При производстве искусственного камня используются смолы, наполнитель и пигменты. Смолы выполняют связующую роль. Минеральный наполнитель отвечает за твердость материала, а цветовые пигменты обеспечивают разнообразие декора и цветовой гаммы искусственного камня. Все ингредиенты объединяются и затем в процессе производства приобретают форму листа.

В составе большинства искусственных камней основную часть составляет алюминия тригидрат (АТН). АТН имеет очень хорошие физические свойства: очень стойкий к химическим веществам и пятнам; водостойкий; ударопрочный, легкообрабатываемый; также АТН имеет в составе воду, которая придает ему огнезащитные свойства.

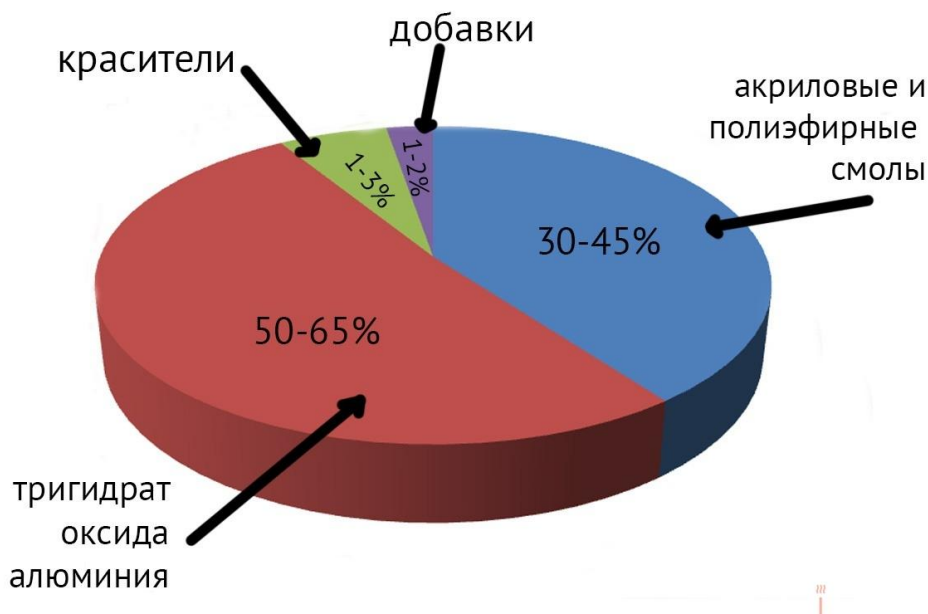
В качестве наполнителей для искусственного камня используются различные материалы. Например, карбонат кальция использовался для первых листов Corian. Кварцевые наполнители используются, чтобы сделать некоторые раковины, но они делают материал слишком твердым и хрупким. Иногда используется стекловолокно, чтобы добавить прочность и устойчивость продукции из искусственного камня.

В зависимости от вида используемых при производстве смол, различают акриловый и полиэфирный искусственный камень.

Акриловый камень был изобретён учеными фирмы DuPont под руководством Доналда Слокума в 1967 году и запатентован под брендом Corian в 1968 году.

Основными компонентами искусственного акрилового камня являются акриловые смолы Метилметакрилат (ММА) и Полиметилметакрилат (ПММА), гидроксид алюминия, натуральные минеральные наполнители и пигментные добавки. Часто называют просто искусственным камнем.

Рисунок 1. Состав искусственного акрилового камня



Содержание в составе камня того или иного вида смол напрямую влияет на его свойства.

Под действием высоких температур акриловый камень может принимать требуемую форму. Термоформинг позволяет создавать из акрилового камня изделия с радиусными элементами и плавными изгибами. Искусственный камень, содержащий в своем составе только полиэфирные смолы, не гнется, поэтому его можно использовать только для изготовления изделий с прямыми формами.

Другое основное отличие акриловых и полиэфирных смол - это то, что на акрил влияют ультрафиолетовые лучи, присутствующее в постоянном естественном свете. Полиэфирные смолы (в том числе те, которые в составе смешаны с акриловыми смолами) используются во многих изделиях, находящихся на открытом пространстве и

подверженных воздействию солнечных лучей. Искусственный камень, в составе которого содержатся полиэфирные смолы, как правило, не термостойкий.

Акриловый камень — более дорогой материал. Некоторые производители, стремясь удешевить свой продукт, часть акриловых смол заменяют полиэфирными. Такой камень хотя и можно гнуть при нагревании, его возможности сильно ограничены.

В обиходе все виды искусственного камня называют акриловым.

Свойства и области применения искусственного акрилового камня

В структуре акрилового камня отсутствуют микроскопические поры, которые характерны для натуральных материалов. Отсутствие микропор в материале дает возможность изготовления из него изделий, постоянно контактирующих с водой, компонентов мебели для ванных комнат.

Поверхность легко чистится, непроницаема для бактерий, что делает искусственный акриловый камень незаменимым материалом для использования в медицинских учреждениях и местах общественного питания.

Цвет и структура включений может быть различной в объеме листа. Листы одного и того же артикула могут незначительно отличаться по цвету в пределах установленных производителем, что позволяет получать изделия любых размеров и форм. Детали соединяются специальным клеем, подбираемого под цвет искусственного камня. Прекрасно шлифуется, после чего любое изделие выглядит вырезанным из единого куска. При грамотной склейке клеевые швы просто не видны.

Акриловый камень химически и радиационно инертен, ничего не выделяет в окружающую среду.

Прочность искусственного акрилового камня выше натуральных материалов, особенно материал стоек к ударным нагрузкам и другим механическим воздействиям (получить на нем сколы очень сложно). Царапается при определенном приложении усилий, царапины легко шлифуются.

Благодаря всем вышеперечисленным качествам искусственный акриловый камень широко используется дизайнерами для создания жилых и общественных интерьеров. У камня очень большая база его применения.

В общественном секторе — барные стойки в ресторанах, административные стойки в медицинских учреждениях, отелях, банках, офисах и салонах красоты, торговых центрах.

В быту — это кухонные столешницы, подоконники, отделка ванных комнат, изготовление предметов мебели.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка искусственного акрилового камня в России

Объем и темпы прироста рынка

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2019 г. составил в натуральном выражении 658 052 м2, что на% (или на м2), чем в г.

В период гг. наблюдалась динамика темпа прироста рынка искусственного акрилового камня в России. темп прироста рынка был зафиксирован в г., когда объем рынка на% (или на м2) относительно г.

В стоимостном выражении объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2019 г. составил тыс. \$, что на% показателя г.

..... темп прироста рынка наблюдался в г. - объем рынка на% (или на тыс. \$) относительно г.

Рынок искусственного акрилового камня в России на протяжении рассматриваемого периода формировался, т. к. данный материал

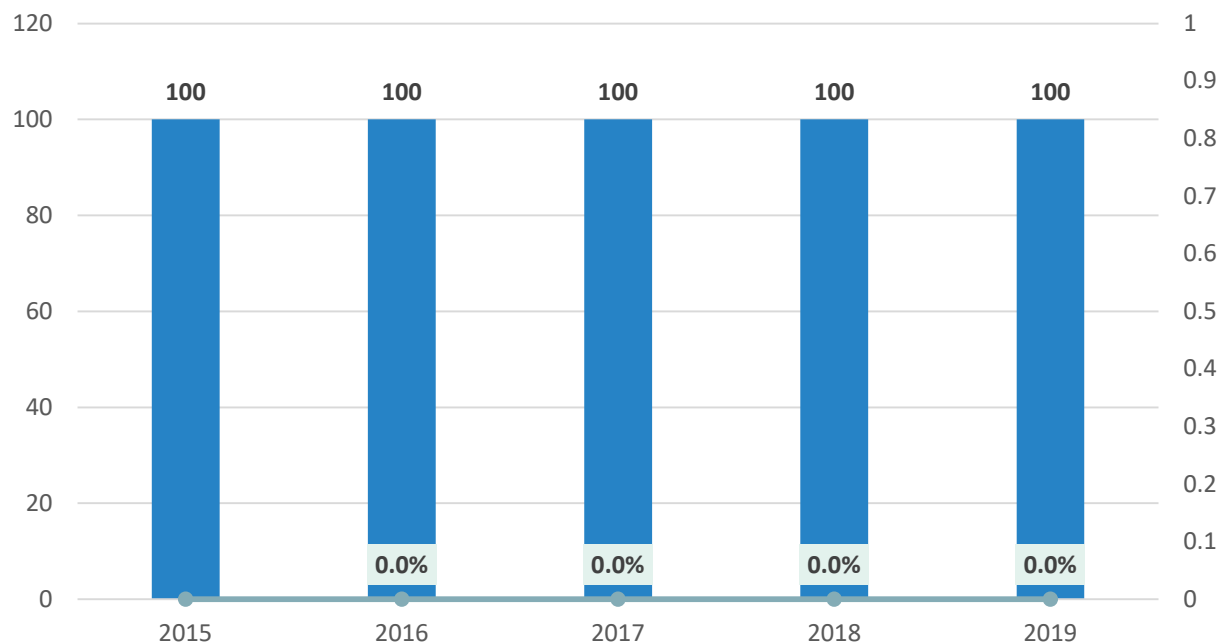
Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, групп, производителей и брендов). Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС в долларах США (ценах поставки товаров по информации в декларациях).

Таблица 1. Объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2015-2019 гг., м2 и % прироста

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
ИМ					
ЭК					
Объем рынка					658 052
% прироста					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 1. Объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2015-2019 гг., м2 и % прироста



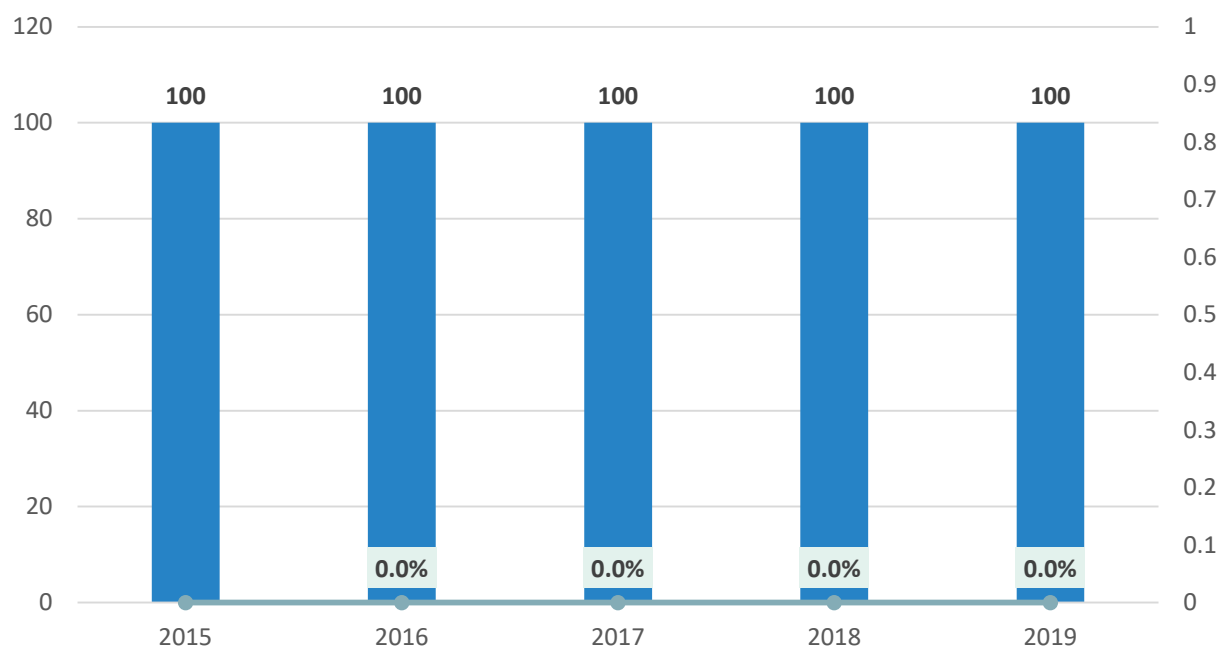
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Таблица 2. Объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2015-2019 гг., тыс. \$ и % прироста

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
ИМ					
ЭК					
Объем рынка					
% прироста					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 2. Объем рынка искусственного акрилового камня в России в 2015-2019 гг., тыс. \$ и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Объем рынка искусственного акрилового камня по брендам

В натуральном выражении

На рынке искусственного акрилового камня в России в 2019 г. ключевыми брендами стали TRISTONE, HI-MACS и STARON. Первое место занял бренд TRISTONE с долей% натурального объема рынка. На втором месте ТМ HI-MACS –.....% объема рынка. На третьем месте расположился бренд STARON (22,7% объема рынка в натуральном выражении). К крупным игрокам на российском рынке искусственного акрилового камня в 2019 г. также можно отнести ТМ CORIAN производителя DUPONT (США), доля которого составила% натурального объема рынка.

В 2018 г. позиции ключевых игроков рынка искусственного акрилового камня в России в натуральном выражении Лидером на рынке акрилового в России в 2018 г. был бренд с долей% натурального объема. с небольшим отрывом занимала второе место –%, на третьем месте располагался –% натурально объема рынка. Далее следовал, доля которого в 2018 г. составляла 13,3%.

В 2017 г. первое место в списке наиболее крупных игроков рынка акрилового камня в России занимал бренд На втором месте расположился бренд Третье и четвертое место занимали и – 13,3%.

В 2015-2016 гг. лидером российского рынка акрилового камня был с долей% в 2015 г. и% в 2016 г. занимал второе место (.....% натурального объема рынка в 2015 г. и – в 2016 г.). На третьем месте располагался бренд американского производителя DUPONT (.....% объема рынка в 2015 г. и% – в 2016 г.). Далее следовали и – в 2015 г. доля рынка составляла%, – 8,7%, в 2016 г. – 9,7% и 7,4% соответственно.

Таким образом, на протяжении периода 2015-2019 гг. крупнейшим игроком рынка искусственного акрилового камня в России был бренд, место в 2018 г. Если сравнивать с 2017 г., то в 2018 г. поставки акрилового камня на российский

Анализ рынка искусственного акрилового камня в России.

рынок с м2 в 2017 г. до м2 в 2018 г., в то время как импорт камня в 2018 г. на м2 и составил м2.

..... на протяжении периода 2015-2019 гг. увеличивал поставки искусственного акрилового камня в Россию, что позволило ему в 2019 г. занять место в списке ключевых игроков российского рынка. Так, в 2015 г. в Россию было ввезено м2 акрилового камня, в 2019 г. импорт достиг значения м2., т.е. поставки увеличились почти в раза.

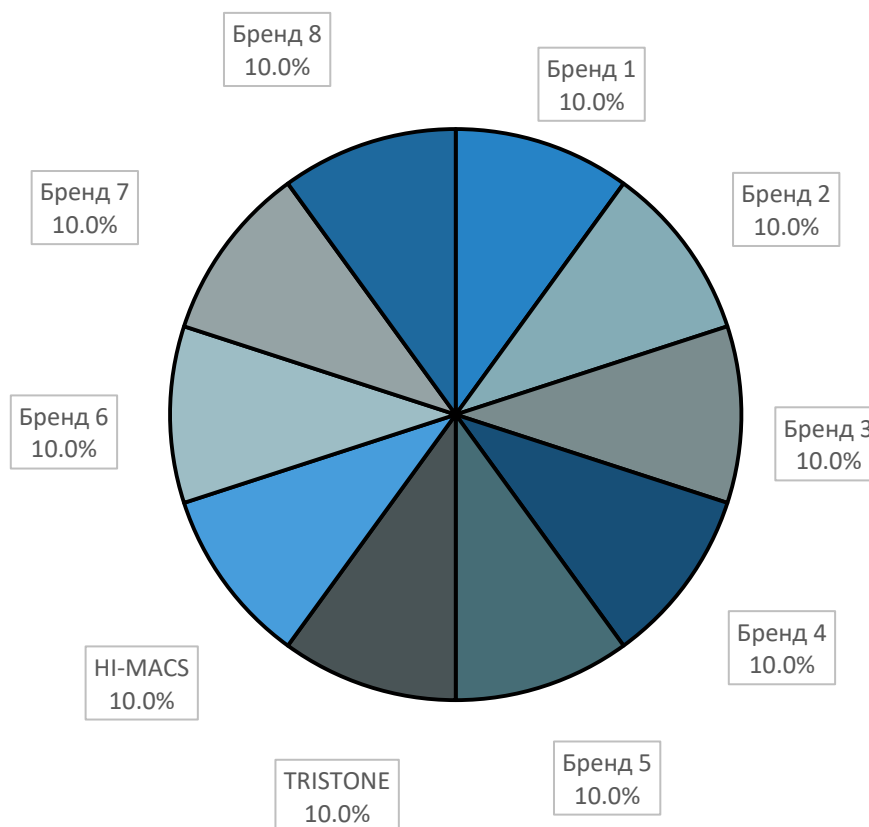
..... в 2015-2016 гг. занимала место в пятерке крупных игроков рынка, из-за поставок акрилового камня в Россию в 2017 г. Стоит отметить, что производителем обоих брендов является американская компания

Таблица 3. Объем рынка искусственного акрилового камня в России по брендам в 2015-2019 гг., м2

Бренд	2015			2016			2017			2018			2019		
	ИМ	ЭК	РЫНОК	ИМ	ЭК	РЫНОК	ИМ	ЭК	РЫНОК	ИМ	ЭК	РЫНОК	ИМ	ЭК	РЫНОК
HI-MACS															
TRISTONE															
Итого															

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2019 г., % от натурального объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2018 г., % от натурального объема

Диаграмма 5. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2017 г., % от натурального объема

Диаграмма 6. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2016 г., % от натурального объема

Диаграмма 7. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2015 г., % от натурального объема

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В стоимостном выражении

.....

Таблица 4. Объем рынка искусственного акрилового камня в России по брендам в 2015-2019 гг., тыс. \$

Диаграмма 8. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2019 г., % от стоимостного объема

Диаграмма 9. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2018 г., % от стоимостного объема

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2017 г., % от стоимостного объема

Диаграмма 11. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2016 г., % от стоимостного объема

Диаграмма 12. Доли брендов в объеме рынка искусственного акрилового камня в России в 2015 г., % от стоимостного объема

Глава 4. Импорт искусственного акрилового камня в Россию и экспорт из России

Объем импорта и экспорта искусственного акрилового камня

В 2019 г. в натуральном выражении импорт искусственного акрилового камня в Россию составил 659 689 м2, что на м2 (.....%) показателя г. Экспорт искусственного акрилового камня из России составил м2.

В стоимостном выражении объем импорта искусственного акрилового камня в Россию в 2019 г. на тыс. \$ (.....%) и составил 35 826 тыс. \$, объем экспорта составил тыс. \$.

Следует отметить, что так как искусственный акриловый камень в России, то объемы акрилового камня из России в 2015-2019 гг. были обусловлены камня

Таблица 5. Объем импорта в Россию и экспорта из России искусственного акрилового камня в 2015-2019 гг., м2 и тыс. \$

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Натуральное выражение					
ИМ					659 689
ЭК					
Стоимостное выражение					
ИМ					35 826
ЭК					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Импорт искусственного акрилового камня по брендам

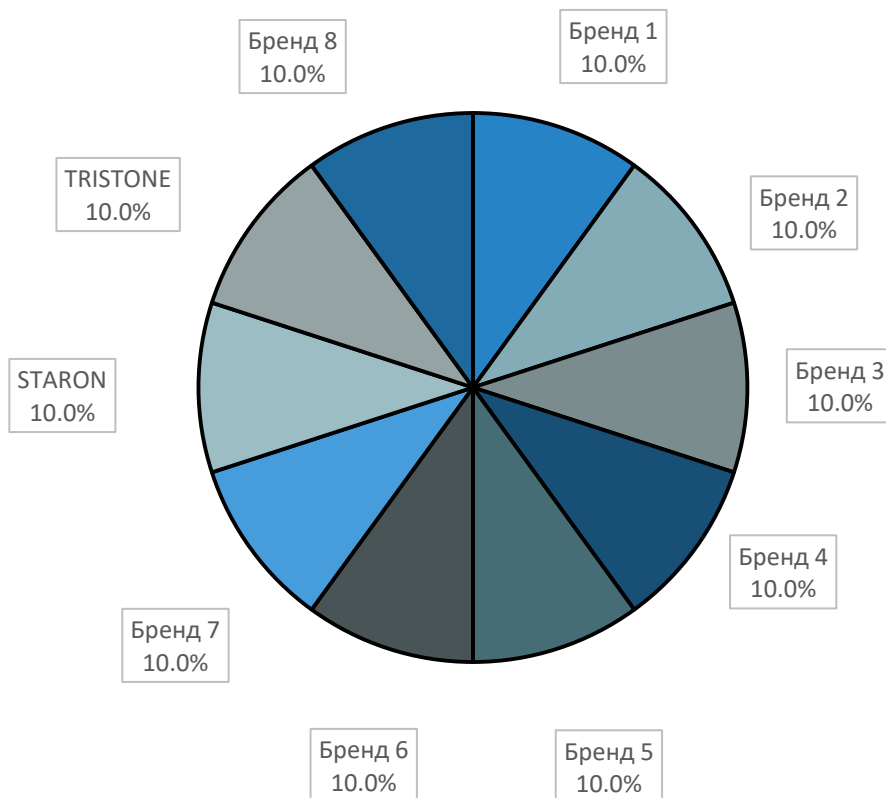
В структуре импорта в Россию искусственного акрилового камня в 2019 г. в натуральном выражении лидером стал бренд –% всего объема импорта. Второе место занял бренд (.....%). На третьем месте расположился бренд с долей 22,7% в объеме импорта в натуральном выражении.

Таблица 6. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по брендам в 2015-2019 гг., м2

Бренд	2015	2016	2017	2018	2019
HI-MACS					
STARON					
Итого					659 689

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 13. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по брендам в 2019 г., % от натурального объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

В стоимостном выражении в структуре поставок искусственного акрилового камня в Россию в 2019 г. ситуация Наиболее крупными стали (.....% стоимостного объема рынка), (.....%) и (24,8%).

Таблица 7. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по брендам в 2015-2019 гг., тыс. \$

.....

Диаграмма 14. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по брендам в 2019 г., % от стоимостного объема

.....

Импорт искусственного акрилового камня по странам происхождения

Среди стран, поставляющих искусственный акриловый камень на российский рынок в 2015-2019 гг. крупнейшей стала как в натуральном так и в стоимостном выражении.

В 2019 г. из было ввезено м2 (.....%) или тыс. \$ данного материала. На втором и третьем месте расположились - (.....%) и (6,4% импорта в натуральном выражении).

В стоимостном выражении на втором месте по объему поставок акрилового камня в Россию в 2019 г. расположился –%, на третьем – (3,3% стоимостного объема импорта).

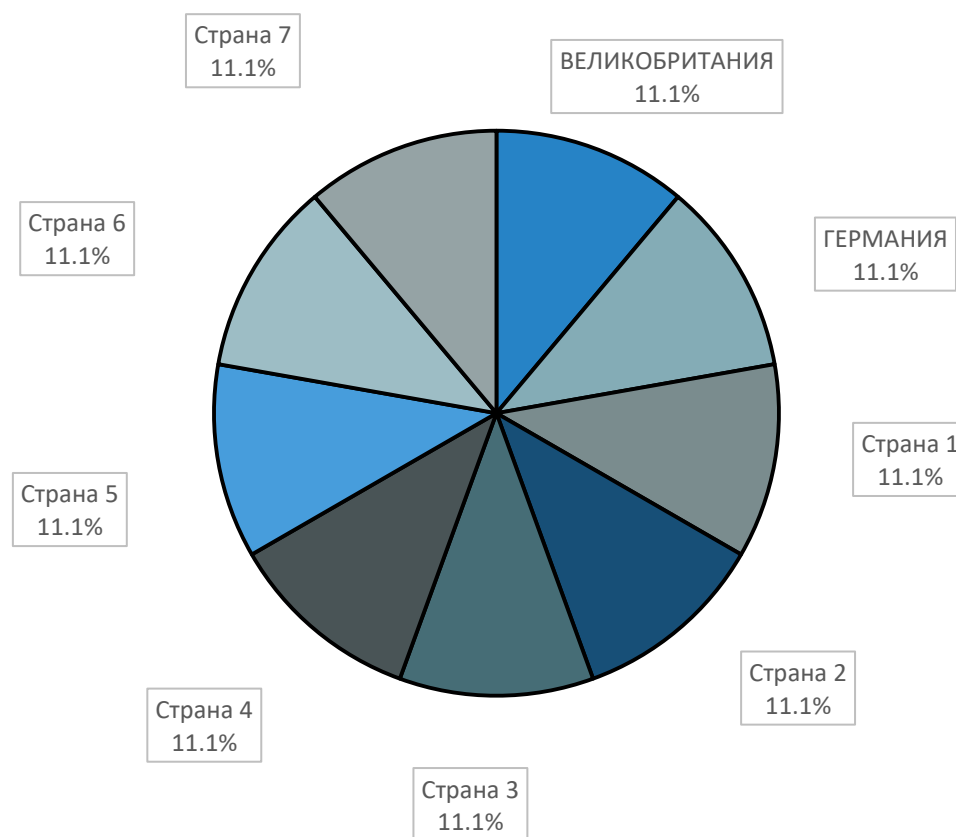
На всем протяжении рассматриваемого периода наблюдался поставок акрилового камня Так, в 2018 г. в Россию из этой страны было импортировано м2, в 2017 г. – м2, в 2016 г. – м2, в 2015 г. – м2.

Таблица 8. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по странам происхождения в 2015-2019 гг., м2

Страна происхождения	2015	2016	2017	2018	2019
АВСТРИЯ	.				
БЕЛЬГИЯ					
ВЕЛИКОБРИТАНИЯ					
ПРОЧИЕ					
Итого					659 689

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 15. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по странам происхождения в 2019 г., % от натурального объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Таблица 9. Импорт в Россию искусственного акрилового камня по странам происхождения в 2015-2019 гг., тыс. \$

Диаграмма 16. Структура импорта искусственного акрилового камня в Россию по странам происхождения в 2019 г., % от стоимостного объема

Цены импорта искусственного акрилового камня

На протяжении всего периода 2015-2019 гг. наблюдался рост средней цены импорта искусственного акрилового камня в России.

.....

Таблица 10. Цены импорта в Россию искусственного акрилового камня по брендам в 2015-2019 гг., \$/м2

Экспорт искусственного акрилового камня по брендам

.....

Таблица 11. Экспорт из России искусственного акрилового камня по брендам в 2015-2019 гг., м2 и тыс. \$

Диаграмма 17. Структура экспорта искусственного акрилового камня из России по брендам в 2019 г., % от натурального объема

Диаграмма 18. Структура экспорта искусственного акрилового камня из России по брендам в 2019 г., % от стоимостного объема

Глава 5. Потребители искусственного акрилового камня в России

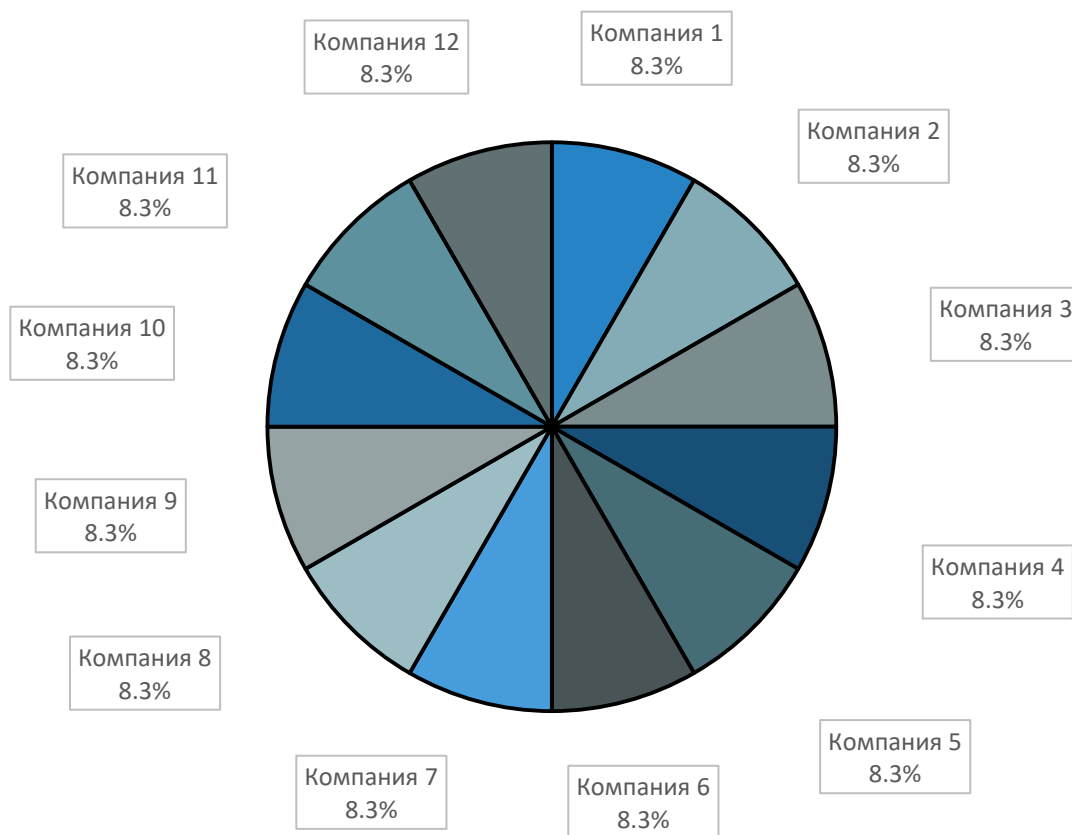
В 2019 г. больше всего искусственного акрилового камня было импортировано для компании –% объема импорта в натуральном выражении. На втором месте –%. Третье место заняла компания –%.

Таблица 12. Импорт искусственного акрилового камня в Россию по получателям в 2015-2019 гг., м2

Получатели	2015	2016	2017	2018	2019
ИП НИКИФОРОВ ЕВГЕНИЙ АЛЕКСАНДРОВИЧ					
ООО ДЭЙЛИТРЕЙД					
ООО СЛО-САН					
ООО ТОПС					
Итого					659 689

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 19. Доли потребителей в объеме импорта искусственного акрилового камня в Россию в 2019 г., % от натурального объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В стоимостном выражении в 2019 г. наиболее крупными получателями акрилового камня в России стали –%, –% и компания –% импорта в стоимостном выражении.

Таблица 13. Импорт искусственного акрилового камня в Россию по получателям в 2015-2019 гг., тыс. \$

Диаграмма 20. Доли потребителей в объеме импорта искусственного акрилового камня в Россию в 2019 г., % от стоимостного объема

Глава 6. Производство искусственного акрилового камня в России

.....

Глава 7. Основные события, тенденции и факторы развития рынка искусственного акрилового камня в России

Ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка искусственного акрилового камня в России

.....

Разработка новых декоров искусственного акрилового камня

Главные тенденции на рынке искусственного камня в России в основном заключаются в разработке производителями новых декоров. Например, компания LG выпустила новую коллекцию Lucia. Появились новые декоры в коллекциях Marmo, отражающие современные тренды в дизайне.

«У компании LG появилось очень много интересных декоров. Интересно, что для их разработки они привлекают большое количество именитых дизайнеров, которые разрабатывают новые коллекции, впоследствии адаптированные под серийное производство», - комментирует Дмитрий Литвинов, директор компании «Азбука Акрила».

Еще одна тенденция – стремление к классике. Если два-три года назад пользовались спросом яркие декоры с прозрачными чипами, так называемые 3D декоры, то сейчас по мнению экспертов заказчики все чаще выбирают лаконичные монохромные декоры. Это происходит вместе с общими тенденциями в дизайне интерьеров. Также под влиянием моды набирают популярность декоры, имитирующие бетон.

«Каждый производитель стремится заинтересовать покупателя своим материалом. Для этого дизайнеры постоянно разрабатывают новые актуальные коллекции. Так компания DuPont внедрила новую линейку DeepColour которая, по утверждению производителя, делает менее заметными царапины на темных декорах. HI-MACS, совместно с дизайнером Марселем Вандерсом, разработали коллекцию Lucia с прозрачными чипсами и металлическими вкраплениями. Nanex предлагает уникальную коллекцию Glittering, которую очень любят наши дизайнеры за актуальные «бетонные» цвета. Новинок много и на любой вкус», - рассказали о тенденциях в разработке новых декоров для акрилового камня в компании «Гетакрил».

В 2016 г. поставщики искусственного акрилового камня вынуждены были снизить цену продукта в борьбе за рынок

Глава 8. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка искусственного акрилового камня в России

Основные участники рынка

.....

TRISTONE

Искусственный акриловый камень Tristone производится в Южной Корее компанией Lion Chemtech Co. Ltd.

Компания Lion Chemtech Co. Ltd была основана в 1973 году под названием SAEHAN INDUSTRY. В 2001 году была переименована в Lion Chemtech. В 2002 компания закупает и устанавливает оборудование для производства искусственного 100% акрилового камня.

С 2002 г. Lion Chemtech Co. Ltd. выпускает акриловый искусственный камень под брендом Tristone и Grandex.

В 2019 году Tristone представлен 8-ю коллекциями: Modern (4 цвета), Classical (9 цветов), Renaissance (6 цветов), Romantic (10 цветов), Baroque (7 цветов), Romanesque (4 цвета), Byzantine (10 цветов), Avant-Garde (8 цветов).

Листы Tristone поставляются в размерах 12,3х3680х760 мм, 6х2500х760 мм.

В таблице ниже представлены цены на столешницы из акрилового камня Tristone.

Таблица 14. Цены на столешницы из акрилового камня Tristone в России в феврале 2019 г.

Серия	Столешница, руб./м2	Столешница, руб./мп.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

HI-MACS

.....

Таблица 15. Цены на столешницы из акрилового камня Hi-Macs в России в феврале 2019 г.

STARON

.....

Таблица 16. Цены на столешницы из акрилового камня Staron в России в феврале 2019 г.

Глава 9. Прогноз развития рынка искусственного акрилового камня в России до 2023 г.

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

