



Отчет: «Российский рынок фасадных материалов»



1. Описание исследования

Исследуемые продукты

К фасадным материалам в данном исследовании относятся следующие продукты:

ПРОДУКТ 1 - неокрашенный фиброцементный лист толщиной 6-8 мм

ПРОДУКТ 2 - окрашенный фиброцементный лист толщиной 8мм

ПРОДУКТ 3 - фиброцементная панель с фактурным покрытием и окраской, толщиной 14-16мм со скрытым креплением

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка фасадных материалов в России.

География исследования

Россия

Задачи исследования

1. Определить объем и темпы роста рынка фасадных материалов:
 - ПРОДУКТ 1.
 - ПРОДУКТ 2.

- ПРОДУКТ 3.

2. Определить объем и темпы роста производства фасадных материалов в России в 2011-2013 гг.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России фасадных материалов в 2011-2013 гг.
4. Определить ключевые отрасли, потребляющие фасадные материалы в России.
5. Охарактеризовать потребительские свойства различных товарных групп фасадных материалов. Определить уровень цен на рынке.
6. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке фасадных материалов в России.

Методы сбора и анализа данных, источники информации

1. Экспертный опрос участников рынка фасадных материалов

Формализованные интервью с производителями фасадных материалов.

2. Кабинетное исследование (Desk Research)

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

Источники получения информации

Базы данных ФТС РФ, ФСГС РФ (Росстат).

Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.

Ресурсы сети Интернет в России и мире.

Материалы участников отечественного и мирового рынков.

Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.

Материалы отраслевых учреждений и базы данных.

Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

2. Содержание

1. Описание исследования	2
Исследуемые продукты	2
Цель исследования.....	2
География исследования	2
Задачи исследования	2
Методы сбора и анализа данных, источники информации	2
Источники получения информации	3
2. Содержание	4
3. Список таблиц и диаграмм	6
Таблицы:.....	6
Диаграммы:.....	7
4. Резюме (Краткие выводы по исследованию)	8
5. Описание российского рынка фасадных материалов	10
6. Объем и темпы прироста рынка.....	12
6.1. Продукт 1. Определение емкости рынка	12
6.2. Продукт 2. Определение емкости рынка	12
6.3. Продукт 3. Определение емкости российского рынка фасадных материалов для коттеджного домостроения.....	13
7. Импорт-экспорт фасадных материалов	14
7.1. Импорт фасадных материалов	14
По категориям	14
По бренду.....	15
По странам-производителям	16
7.2. Экспорт фасадных материалов	Ошибка! Закладка не определена.

8.	Изучение потребителей	18
8.1.	Ключевые отрасли-потребители фасадных материалов	18
8.2.	Основные потребительские свойства фасадных материалов	Ошибка! Закладка не определена.
9.	Определение уровня цен	18
	Продукт 1	18
	Продукт 2	19
	Продукт 3	19
10.	Описание конкурентной ситуации	19
11.	Выводы	Ошибка! Закладка не определена.
12.	Приложения	Ошибка! Закладка не определена.
	Приложение 1. Сравнительные характеристики фиброцементных плит японских производителей	Ошибка! Закладка не определена.

3. Список таблиц и диаграмм

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка фасадных материалов в России в 2009-2012 гг, в млн.кв.м. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 2. Рассматриваемые сегменты рынка плит из фиброцемента 10

Таблица 3. Российские производители фиброцементных плит 11

Таблица 4. Основные бренды материалов из фиброцемента, в разбивке по бренду 11

Таблица 5. Объемы производства фиброцементных плит в России в 2011-2012 гг, в тыс.кв.м. и в млн.руб. 11

Таблица 6. Объем рынка и темп прироста неокрашенных фиброцементных листов в России в 2011-2013 гг., в тыс.кв.м. и млн.руб 12

Таблица 7. Объем рынка гипсокартона в России в 2011-2012 гг., в млн.кв.м. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 8. Объем импорта аквапанелей в Россию в 2011-2012 гг., в тыс.кв.м. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 9. Объем рынка окрашенных фиброцементных листов в России в 2011-2013 гг. в тыс.кв.м. и млн.руб 12

Таблица 10. Емкость рынка облицовочных фасадных материалов для многоэтажного домостроения в России в 2008-2015 гг., в млн.кв.м. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 11. Объем рынка фиброцементных плит с фактурным покрытием и окраской в России в 2011-2013 гг. в тыс.кв.м. и млн.руб. 13

Таблица 12. Емкость рынка облицовочных фасадных материалов для малоэтажного домостроения в России в 2008-2015 гг., в млн.кв.м. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 13. Объем импорта и темп прироста фиброцементных листов и панелей в Россию в 2011-2013 гг., в разбивке по категориям, в тыс.кв.м. и млн руб. 14

Таблица 14. Объем импорта и темп прироста фиброцементных листов и панелей в Россию в 2011-2013 гг., в разбивке по брендам, в тыс.кв.м. и млн руб. 15

Таблица 15. Страны-производители крупнейших брендов фиброцементных листов и панелей 16

Таблица 16. Объем импорта и темп прироста фиброцементных листов и панелей в Россию в 2011-2013 гг., в разбивке по стране происхождения, в млн руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 17. Основные страны-производители фиброцементных листов и панелей, импортируемых в 2011-2013 гг. в Россию, в разбивке по категории, в тыс.кв.м. 17

Таблица 18. Объем экспорта и темп прироста фиброцементных листов и панелей из России в 2011-2013 гг., в разбивке по категориям и странам-получателям, в кв.м. и млн руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 19. Преимущества и недостатки различных фасадных материалов **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 20. Основные виды облицовочных материалов для фасадов здания **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 21. Цены на продукт 1 в 2013 г., руб за кв.м. 19

Таблица 22. Цены на продукт 2 в 2013 г., руб за кв.м. 19

Таблица 23. Цены на продукт 3 в 2013 г., руб за кв.м. 19

Диаграммы:

Диаграмма 1. Структура рынка фасадных материалов в России в 2009-2012 гг., в разбивке на навесные вентилируемые и штукатурные фасады, в % от млн.кв.м. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 2. Структура импорта фиброцементных листов и панелей в Россию в 2013 г., в разбивке по типу плиты, в % от количественного выражения 14

Диаграмма 3. Структура импорта фиброцементных листов и панелей в Россию в 2012-2013 гг., в разбивке по стране происхождения, в % от количественного выражения 16

Диаграмма 4. Потребность россиян в новом жилье: итоги опроса ФОМ-2012 г.....18

Диаграмма 6. Объем ввода нового жилья в 2012 г., в разбивке по регионам, в % от общего объема введенного **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 7. Средний уровень загрузки производственных мощностей предприятий строительной отрасли в России в 2006-2013 гг., в % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 8. Оценка конкурентной среды в строительстве в России в 2010-2013 гг., в разбивке по регионам **Ошибка! Закладка не определена.**

4. Резюме (Краткие выводы по исследованию)

Динамика объемов рынка фиброцементных плит напрямую зависит от динамики строительной отрасли. В настоящее время объемы вводимого жилья в России вернулись к докризисному уровню в 65 млн.кв.м. в год и продолжают увеличиваться. Согласно федеральной целевой программе «Жилище», к 2016 г. они должны увеличиться до 100 млн.кв.м. в год (для реализации данного плана необходимо обеспечить ежегодный рост рынка в 15,4%). Реализация программы (либо попытки ее реализации с минимальными отклонениями) обеспечит устойчивый спрос на облицовочные материалы.

Объем импорта в натуральном выражении в 2012 г. суммарно составил _____млн.кв.м., в 2013 г. - _____млн.кв.м. Небольшое падение объемов импорта в 2012 году связано с расширением внутреннего производства. В свою очередь, в 2013 году было введено на 5,5% больше жилья, чем в году 2012, что послужило причиной увеличения объемов импорта. Объемы экспорта незначительны и носят разовый характер.

По экспертным оценкам, соотношение между объемами импорта и внутреннего производства для каждого из рассматриваемых Продуктов различно. Если потребность

строительной отрасли в _____плитах на _____% удовлетворяется за счет _____, то в _____ – на _____%. Более «продвинутые» материалы – _____ – в России на настоящий момент не производятся.

Суммарный объем рынка (без разбивки по сегментам) за 2011-2013 гг. увеличился с _____до _____млн.кв.м. (темп прироста в 2013 г. составил _____%).

При расчете объемов рынка по 3 рассматриваемым продуктам были получены следующие данные:

- Объем рынка неокрашенных фиброцементных плит _____ с _____ тыс.кв.м. в 2012 г. до _____ тыс.кв.м. в 2013 г.
- Объем регионального рынка окрашенных фиброцементных плит в 2013 г. составлял _____ тыс.кв.м. (+ _____% в сравнении с 2012 г.)
- Объем российского рынка фиброцементных плит с фактурным покрытием и окраской _____ составляет порядка _____тыс.кв.м.

В рамках исследования мы также рассчитали емкость рынка (т.е. максимально количество необходимых материалов исходя из текущего и планового объемов застройки) облицовочных материалов для коттеджного строительства. В 2012 г. она составила 31 млн.кв.м.

Уровень цен Цена на продукт 1 колеблется в интервале от _____ до _____ руб. за кв.м. При этом цена отечественных плит

ниже, чем импортируемых. Цена на Продукт 2 колеблется в интервале от _____ до _____ руб. за кв.м. Цена на Продукт 3 колеблется в интервале от _____ до _____ руб. за кв.м. В данной ценовой категории находится исключительно продукция _____ производителей, отечественных продуктов-аналогов нет.

5. Описание российского рынка фасадных материалов

Типы облицовочных материалов можно разделить на 2 группы:

- Навесные вентилируемые фасады (НВФ)
- Штукатурные фасады

Основным отличительным свойством является их конструкция: НВФ монтируются поверх основного материала стен (между слоями вентиляции образуется воздушное пространство, удерживающее тепло), штукатурка может наноситься непосредственно на него. В вентилируемом фасаде отдельные слои конструкции располагаются следующим образом: ограждающая стена, теплоизоляция, воздушный промежуток, защитный экран. Такая схема является оптимальной, т.к. слои различных материалов располагаются по мере уменьшения показателей их теплопередачи, а сопротивление паропроницаемости возрастает снаружи вовнутрь.

Ежегодный темп роста рынка фасадных материалов превышает темпы ввода в эксплуатацию новых жилых площадей. Это связано с необходимостью проведения фасадных работ при ремонте зданий.

...

В классе вентилируемых фасадов важное место занимают плиты из фиброцемента.

Фиброцемент – строительный материал, в состав которого входит портландцемент, кварцевый песок, минеральные наполнители, органические и неорганические волокна, а также армирующие вещества.

В рамках данного исследования мы сегментируем продукцию из фиброцемента по 3 категориям:

Таблица 1. Рассматриваемые сегменты рынка плит из фиброцемента

Продукт	Толщина, в мм.	Описание
Продукт 1	6-8	...
Продукт 2	8-9	...
Продукт 3	14 и более (16,18,21)	...

На российском рынке представлено ____ основных производителей, обладающих суммарными производственными

мощностями не менее, чем ____ кв. м. фиброцементных плит в
год.

...	...	...	...	...
-----	-----	-----	-----	-----

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Таблица 2. Российские производители фиброцементных плит

Компания	Сайт	Месторасположение	Дата открытия	Производственные мощности, млн. кв. м.
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...

Источник: данные компаний

Помимо отечественной, на российском рынке представлена и продукция зарубежных производителей.

Таблица 3. Основные бренды материалов из фиброцемента, в разбивке по бренду

Основные бренды, представленные на российском рынке	Страна производства	Продукт 1	Продукт 2	Продукт 3
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...

По оценкам экспертов, соотношение между импортной и отечественной продукцией по окрашенным плитам составляет, в среднем, ____/____%, по неокрашенным – ____/____%.

Исходя из полученных данных экспертного опроса и данных по объемам импорта фиброцементных плит рассчитаем объем внутреннего рынка, в разбивке по типу Продукта. В 2012 г. прирост объемов производства составил ____%.

Таблица 4. Объемы производства фиброцементных плит в России в 2011-2012 гг, в тыс. кв. м. и в млн. руб.

Показатель	в тыс. кв. м.			в млн. руб			2012/ 2011		2013/ 2012	
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	% от тыс. кв. м.	% от млн. руб.	% от тыс. кв. м.	% от млн. руб.
Продукт 1	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
Продукт 2	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
ИТОГО	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

6. Объем и темпы прироста рынка

6.1. Продукт 1. Определение емкости рынка

По расчетам DISCOVERY Research Group, суммарный объем рынка неокрашенных фиброцементных листов в России в 2012 г. составил ... млн.кв.м. (+...% в сравнении с 2011 г.). В 2013 году объем рынка неокрашенных фиброцементных панелей ____- _____ на ...% в натуральном выражении (... млн.кв.м.), а в стоимостном на ...% и стал составлять ... млн.руб.

Таблица 5. Объем рынка и темп прироста неокрашенных фиброцементных листов в России в 2011-2013 гг., в тыс.кв.м. и млн.руб

Объем рынка	в тыс.кв.м.			в млн.руб		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Производство	...	...	...	...	...	...
Импорт	...	...	...	...	...	...
Экспорт	...	...	...	...	...	...
ИТОГО	...	...	...	...	...	...
ТЕМП ПРИРОСТА ОБЪЕМА РЫНКА		...%	...%		...%	...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Ниже приводятся данные по объемам рынка продуктов-конкурентов. По данным _____, объемы российского рынка гипсокартона в 2012 г. вырос на ...%.

...

6.2. Продукт 2. Определение емкости рынка

По расчетам DISCOVERY Research Group, объем рынка окрашенных фиброцементных листов в России в 2013 г. составил ... млн.кв.м. (+...% в сравнении с 2012 г.). В стоимостном выражении объем рынка равен ... млн. руб.

Таблица 6. Объем рынка окрашенных фиброцементных листов в России в 2011-2013 гг. в тыс.кв.м. и млн.руб

Объем рынка	в тыс.кв.м.			в млн.руб		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Производство	...	...	...	...	...	...
Импорт	...	...	...	...	...	...
Экспорт	...	...	...	...	...	...
ИТОГО	...	...	...	...	...	...
ТЕМП ПРИРОСТА ОБЪЕМА РЫНКА		...%	...%		...%	...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

...

...

6.3. Продукт 3. Определение емкости российского рынка фасадных материалов для коттеджного домостроения.

Таблица 7. Объем рынка фиброцементных плит с фактурным покрытием и окраской в России в 2011-2013 гг. в тыс.кв.м. и млн.руб.

Объем рынка	в тыс.кв.м.			в млн.руб		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Производство	...	...	...	...	...	...
Импорт	...	...	...	...	...	...
Экспорт	...	...	...	...	...	...
ИТОГО	...	...	...	...	...	...
ТЕМП ПРИРОСТА ОБЪЕМА РЫНКА		...%	...%		...%	...%

7. Импорт-экспорт фасадных материалов

7.1. Импорт фасадных материалов

По категориям

За 2012 год объем импорта фасадных плит ... на ...% в количественном выражении и на ...% - в Данная тенденция обусловлена _____. Темп прироста объема импорта в 2013 году в стоимостном выражении составил ...%, а в натуральном – ...%.

...

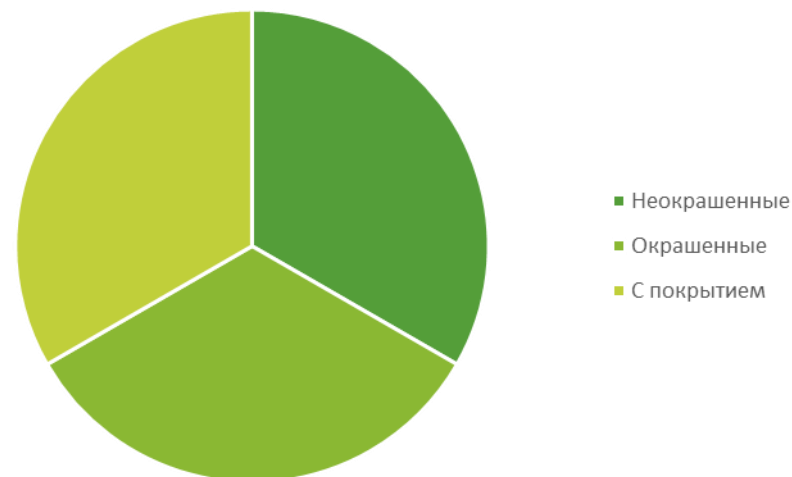
Таблица 8. Объем импорта и темп прироста фиброцементных листов и панелей в Россию в 2011-2013 гг., в разбивке по категориям, в тыс.кв.м. и млн руб.

Категория	тыс.кв.м.			млн.руб.		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Неокрашенные	...	...	...	...	...	...
Окрашенные	...	...	...	...	...	...
С покрытием	...	...	...	...	...	...
ИТОГО	...	...	...	...	...	...
ТЕМП ПРИРОСТА		...%	...%		...%	...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Структура рынка (в разбивке по типу панелей) не изменилась: по-прежнему наибольший объем импорта плит приходится на плиты _____. Это связано с _____.

Диаграмма 2. Структура импорта фиброцементных листов и панелей в Россию в 2013 г., в разбивке по типу плиты, в % от количественного выражения



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

По бренду

Ниже представлена таблица с основными импортными брендами по различным категориям. В категории неокрашенных и окрашенных листов лидерами в 2013 году являлись ____, ____ и ____, в категории – панелей с покрытием – _____. Также в этой категории представлены бренды _____.

Таблица 9. Объем импорта и темп прироста фиброцементных листов и панелей в Россию в 2011-2013 гг., в разбивке по брендам, в тыс.кв.м. и млн руб.

Бренд	тыс.кв.м.			млн.руб.			тыс.кв.м.		млн.руб.	
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2012/2011, в %	2013/2012, в %	2012/2011, в %	2013/2012, в %
Неокрашенные	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
Окрашенные	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
С покрытием	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%
	...	...	...	...	...	...	...%	...%	...%	...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

...

Бренды-лидеры по объемам импорта в Россию производятся в

_____.

Таблица 10. Страны-производители крупнейших брендов фиброцементных листов и панелей

Бренд	Доля импорта в 2013 г (в % от количественного выражения импорта)	Страна производства
	...%	
	...%	
	...%	
	...%	
	...%	
	...%	
	...%	
	...%	

Источник: DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

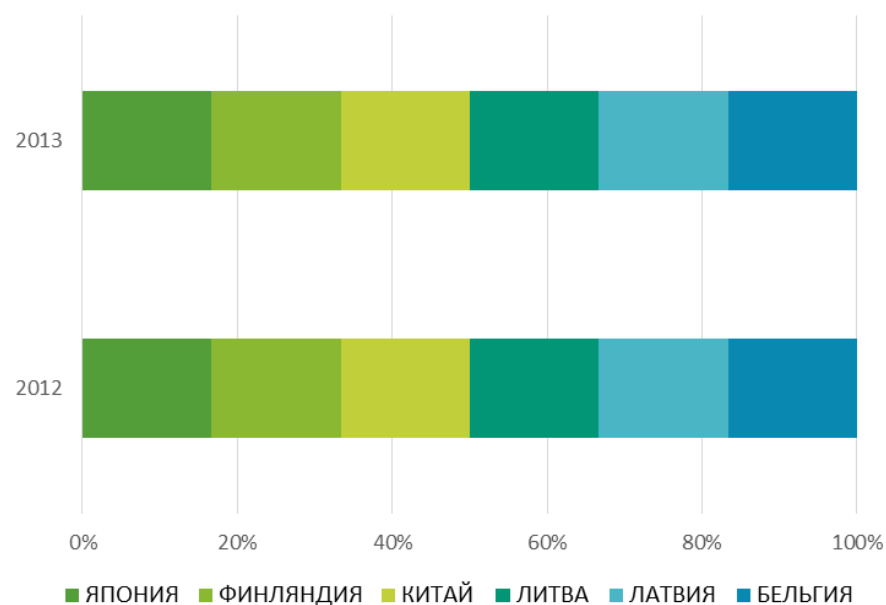
По странам-производителям

...

За рассматриваемый период произошел _____ импорта фиброцементных плит из _____. Объем импорта ближайших конкурентов – плит производства _____ (небрендируемая продукция) _____ как в натуральном, так и в стоимостном выражении в 2012 году, однако в 2013 году

наблюдался _____ темп прироста объема импорта в стоимостном выражении.

Диаграмма 3. Структура импорта фиброцементных листов и панелей в Россию в 2012-2013 гг., в разбивке по стране происхождения, в % от количественного выражения



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Для каждой категории плит страны-импортеры различны. Если _____ и _____ импортные фиброцементные листы

производятся, преимущественно, в _____, то основные
производители _____находятся в _____.

Таблица 11. Основные страны-производители фиброцементных листов и панелей, импортируемых в 2011-2013 гг. в Россию, в разбивке по категории, в тыс.кв.м.

Топ-3 стран-лидеров по импорту плит	2011	2012	2013	2012/2011, %	2013/2012, %
Неокрашенные, ИТОГО	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
Окрашенные, ИТОГО	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
С покрытием, ИТОГО	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%
	...	...	...	...%	...%

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

8. Изучение потребителей

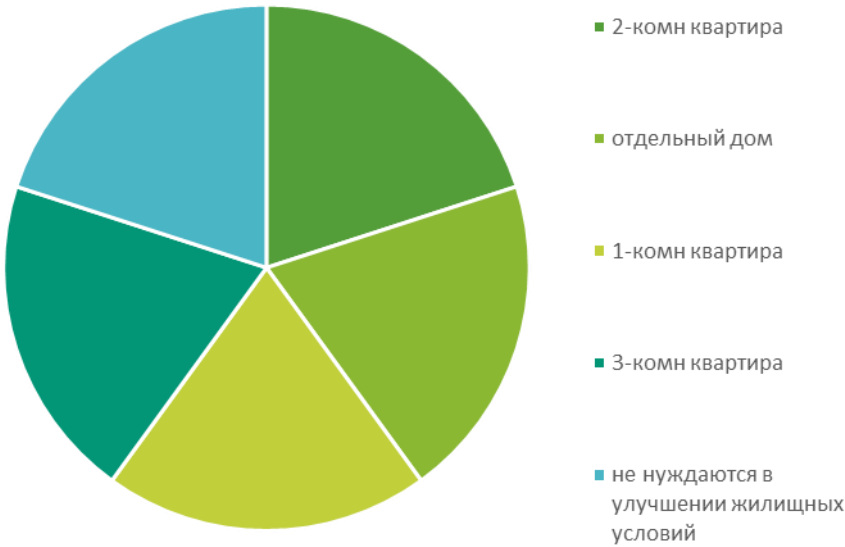
8.1. Ключевые отрасли-потребители фасадных материалов

Строительная отрасль является основным потребителем фасадных материалов. Объемы их внутреннего рынка напрямую связаны со степенью активности в строительном секторе.

Потребителей можно сегментировать по следующим категориям:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Диаграмма 4. Потребность россиян в новом жилье: итоги опроса ФОМ-2012 г.



Источник:

...
...

9. Определение уровня цен

Продукт 1.

Цена на продукт 1 колеблется в интервале от ... до ... руб. за кв.м.

Таблица 12. Цены на продукт 1 в 2013 г., руб за кв.м.

руб/кв.м.	Минимальная	Максимальная	Средняя
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
Средняя			

Источник: DISCOVERY Research Group

Продукт 2.

Цена на Продукт 2 колеблется в интервале от ... до ...руб. за кв.м. Средняя цена составляет ... руб. за кв.м.

Таблица 13. Цены на продукт 2 в 2013 г., руб за кв.м.

руб/кв.м.	Минимальная	Максимальная	Средняя
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
Средняя			949

Источник: DISCOVERY Research Group

Продукт 3.

Цена на Продукт 3 колеблется в интервале от ... до ... руб. за кв.м. В данной ценовой категории находится исключительно продукция _____.

Таблица 14. Цены на продукт 3 в 2013 г., руб за кв.м.

руб/кв.м.	Минимальная	Максимальная	Средняя
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
	...	...	...
Средняя			1682

Источник: DISCOVERY Research Group

10. Описание конкурентной ситуации