



СВЕТОДИОДЫ: глубокая переработка мировой информации

Российский рынок светодиодной продукции растет в прогрессии. Пожалуй, сегодня это единственный сегмент экономики, который не почувствовал на себе влияние европейских санкций, хотя и не получил давно ожидаемого стимула от государства.



Оптимизм вселяет тот факт, что согласно одной из государственных программ доля энергоэффективных промышленных и уличных светильников к 2020 году должна составить 75 и 99 процентов соответственно. Это значит, что рост производства и продаж этой продукции должен быть обеспечен.

О том, какова нынешняя ситуация на мировом и отечественном рынках светодиодных светильников, как строятся взаимоотношения производителей и потребителей, как развивается конкуренция и какими стратегиями руководствуются все участники процесса, мы побеседовали с президентом компании «Лайтинг Бизнес Консалтинг» (ЛБК) Владимиром Габриеляном.

— Как вы оцениваете предварительные итоги по рынку светодиодных ламп и светильников, насколько активно развиваются продажи в этом году?

— По рынку светодиодных ламп у нас есть подробная информация, которую мы получаем из двух источников. Первый — это осуществляемая ЛБК обработка таможенной статистики по импорту в РФ и второй — это результаты мониторинга (или пулинга — от английского word pooling — объединять в общий фонд) рынка источников света, который мы запустили в 2013 году вместе с ведущими российскими светотехническими компаниями.

Итак, оценивая предварительные итоги года по рынку светодиодных ламп, необходимо отметить, что произошло серьезное увели-

чение импорта при одновременном усилении позиций крупнейших компаний. Теперь в деталях. За первую половину 2014 года в РФ было ввезено 43 миллиона светодиодных ламп, что в два с половиной раза больше, чем за аналогичный период 2013 года, — 17 миллионов штук. При этом, если в 2013-м топ-10 брендов (из 660 торговых марок, представленных на рынке) занимал 50 процентов рынка, то в первой половине 2014 года — уже 77 процентов рынка. Думаю, что динамика первой половины года продолжится и продажи светодиодных ламп будут активно развиваться и во втором полугодии, несмотря на определенное негативное влияние курса доллара на отпускные цены.

Это что касается светодиодных ламп. Как я и говорил, сбор информации по рынку ламп у нас налажен, потому что хорошо работает система отслеживания импорта в РФ — здесь работа со статистикой позволяет собрать максимальный объем информации (хотя и общего характера — штуки, цены). Более детальная информация (тип лампы, виды цоколей, мощность) поступает к нам с помощью пулинга, при участии компаний, которые дают более развернутые сведения.

Что же касается рынка светодиодных светильников — спрос ведущих светотехнических компаний (производителей светильников, компаний — импортеров светильников, дистрибьюторских компаний), проведенный ЛБК, свидетельствует о том, что продажи светодиодных светильников в 2014 году растут двузначными цифрами. Дать более подробную информацию о динамике продаж — как по лампам — невозможно. Это связано прежде всего с тем, что, в отличие от того, как декларируются импортируемые источники света — достаточно детально (штуки, тип, цена), импорт светильников представлен только в долларах и тоннах, без указания количества и типов светильников. Это что касается импорта. Что же касается местного производства — данные по нему (предоставляемые Росстатом со значительными временными задержками) есть только в штуках. Таким образом, на сегодняшний день не существует корректных цифр об общей емкости (импорт плюс мест-

ное производство минус экспорт) российского рынка светильников (в том числе светодиодных) и его динамике по типам и сегментам применения.

— Но статистику никто не ведет?

— Крупные производители светильников осуществляют сбор информации из открытых источников и /или получают данные продаж по типам светильников от дистрибьюторских компаний, однако эта информация общего порядка и не может быть использована для принятия своевременных управленческих решений.

Выход из положения — организация мониторинга рынка светильников — то, что компания «Лайтинг Бизнес Консалтинг» собирает и публикует уже в этом году с ведущими производителями и импортерами оборудования. Это позволит получать регулярную и детализированную информацию о рынке светильников и его динамике.

— Какие новые области применения светодиодных ламп и светильников появились в этом году?

— Если мы говорим про светодиодные лампы, то изначально считалось, что они должны, прежде всего, замещать лампы накаливания. Помните, несколько лет назад правительство достаточно четко заявило о своем решении идти параллельно с Евросоюзом по запрету использования ламп накаливания — как наиболее неэффективных источников света. Было объявлено, что программа рассчитана на несколько лет, были запрещены к использованию лампы накаливания мощностью 100 Вт и более, но потом все остановилось. Если процесс будет вновь запущен, то для светодиодных ламп появится дополнительный стимул. Пока же надо признать, что светодиодные лампы все еще очень дороги, и, несмотря на то что многие потребители знают об общей стоимости владения и что светодиодные лампы работают дольше, так или иначе, цена остается серьезным барьером для их массового распространения и замещения ламп накаливания.

Поэтому пока мы видим, что светодиодные лампы замещают гало-



геновые лампы, тогда как сегмент компактных люминесцентных ламп и ламп накаливания остаются достаточно стабильными. Однако, учитывая, что ежегодная ценовая эрозия на рынке светодиодных источников света оставляет 20-30 процентов, в ближайшие год-два светодиодные лампы начнут активно замещать компактные люминесцентные лампы.

Что касается светодиодных светильников, то они уже массово применяются в ЖКХ (там нет особых требований к качеству света, но важны энергоэффективность и срок службы). Следующей областью применения на сегодняшний день можно назвать общее освещение прожекторами: стройки, дворы — то, что раньше подсвечивалось галогеновыми лампами. Далее — функциональное освещение, например подземные пешеходные переходы.

В начале года некоторые производители светильников заявили, что разрабатывают доступные светодиодные светильники 600х600 (это наиболее популярный тип светильника с люминесцентными лампами для внутреннего освещения) для офисного и магазинного освещения. В ближайшие год-два эти сегменты и станут основными для проникновения светодиодных светильников.

— Каковы объемы и динамика развития основных сегментов светодиодного освещения на российском рынке: промышленное; уличное; офисное; архитектурное; ЖКХ; декоративное?

— Чтобы дать ответ на этот вопрос, необходимо, прежде всего, запустить систему мониторинга рынка светильников. Без него дать объективную и подкрепленную цифрами оценку по размерам и динамике развития того или иного сегмента рынка не представляется возможным. Если же говорить о тенденциях — усиление позиций светодиодного освещения в том или ином сегменте зависит от многих факторов и прежде всего от цены изделия и требований к качеству света. Про ЖКХ и офисное освещение я уже сказал. Декоративное освещение уже представлено достаточно широко благодаря тем возможностям, которые дает цифровой свет (свето-

диодное освещение). В уличном освещении в ближайшие годы натриевое освещение останется доминирующим, проникновение светодиодных решений будет происходить постепенно, по мере повышения мощности светодиодов. То же, на мой взгляд, будет происходить и в промышленном сегменте.

— Ваш прогноз развития российского рынка светодиодных ламп и светильников на ближайшие год-два. Когда, на ваш взгляд, следует ожидать консолидации рынка?

— В ближайшие годы развитие рынка светодиодных изделий будет зависеть от двух факторов: состояния российской экономики и усилий государства по стимулированию проникновения светодиодного освещения для достижения целей, обозначенных в «Стратегии 2020».

Существует «Стратегия 2020», где продекларирована необходимость замещать неэффективные источники света — лампы накаливания (планировалось запретить их использование к 2015 году), «старые» (T12 и T8), люминесцентные лампы (они должны быть запрещены к использованию в 2016 году) энергоэффективными. Кроме этого, к 2020 году: 99 процентов всех уличных светильников должны быть энергоэффективными; доля энергоэффективных промышленных светильников должна вырасти до 73 процентов (в 2011 году — 37 процентов); доля светодиодных и компактных люминесцентных ламп должна вырасти с 15 процентов в 2011 году до 83 процентов; количество энергоэффективных светоточек в государственных учреждениях должно вырасти с 91 миллиона штук (2011 год) до 171 миллиона; системы управления освещением должны быть установлены не менее чем в 25 процентах госучреждений.

И есть факторы, которые могут помочь ускоренному проникновению именно светодиодного освещения. Один из них — это введение нулевой пошлины на ввоз светодиодных ламп с 1 сентября 2015 года. Второй фактор — это ожидаемое ежегодное снижение

себестоимости светодиодных изделий на уровне 20-30 процентов, связанное с тем, что себестоимость светодиодов будет падать, в то время как их мощность будет расти. Таким образом, количество светодиодов, используемых в лампе или светильнике, будет сокращаться без снижения количества света, что приведет к серьезному снижению стоимости светодиодных изделий и, как следствие, их более широкому распространению.

Все вышеперечисленное окажет серьезное влияние на динамику развития рынка светодиодной продукции. Если в 2013 году он оценивался в 259,3 миллиона долларов, то в 2016 году он вырастет до 881 миллиона, а в 2020 году — до 1,3 миллиарда долларов. В процентном соотношении в 2013 году доля светодиодной продукции составляла 37 процентов от всего рынка светотехники, в 2016-м со-

ци, процесс сертификации занимает много времени. У нас такого серьезного контроля за качеством ввозимой продукции со стороны государства нет. К счастью, а может, и к сожалению. С одной стороны, это привело и приводит к быстрому проникновению светодиодных изделий на рынок, но с другой — достаточно сильно бьет по имиджу светодиодной продукции, потому что в Россию, очень часто, везут продукцию низкого качества, не соответствующую заявленным техническим параметрам, быстро выходящую из строя.

Что касается основных драйверов развития, то в Европе это экономическая целесообразность. Стоимость энергоресурсов, электричества по сравнению с Россией очень высока — зачастую в разы выше, чем у нас, — и это стимулирует переход с традиционных на светодиодные решения.



ставит 59 процентов, а в 2020 году уже 83 процента.

Теперь что касается консолидации. Почти все светодиодные лампы, продаваемые в России, произведены в КНР. Как я уже говорил в области освещения, есть конкретные целевые показатели по проникновению светодиодных решений. Однако надо признать, что помимо деклараций серьезной поддержки со стороны государства светодиодная отрасль пока не получила. В отличие, например, от Китая, где правительство активно поддерживает своих производителей и экспортеров, используя разнообразные механизмы поддержки: субсидирование приобретения технологического оборудования; субсидирование процентной ставки; стимулирование внедрения светодиодного освещения; стимулирование экспорта (налоговые льготы (в том числе возврат НДС), специальные таможенные зоны, страновой бренддинг, субсидирование выставочных мероприятий, субсидирование привлечения покупателей с экспортных рынков).

— Если сравнить российский рынок с европейским: какие сегменты наиболее активно развиваются у нас и в Европе, каковы различия в основных драйверах развития?

— С точки зрения проникновения светодиодного освещения в те или иные сегменты большой разницы между Россией и Европой нет. Все, что я говорил о России, актуально и в Европе. Существенным различием является скорость адаптации — в Европе она идет намного медленнее, чем в России. Это связано с тем, что в Европе существуют более высокие требования к качеству светодиодной продук-

ции, процесс сертификации занимает много времени. У нас такого серьезного контроля за качеством ввозимой продукции со стороны государства нет. К счастью, а может, и к сожалению. С одной стороны, это привело и приводит к быстрому проникновению светодиодных изделий на рынок, но с другой — достаточно сильно бьет по имиджу светодиодной продукции, потому что в Россию, очень часто, везут продукцию низкого качества, не соответствующую заявленным техническим параметрам, быстро выходящую из строя.

— Уместно ли говорить о выходе российских производителей на европейский рынок?

— Об этом надо думать, особенно в условиях, когда российская экономика начинает буксовать. Понятно, что необходимо расширять рынки сбыта. И ясно, что интерес к зарубежным рынкам у наших производителей растет. Яркий пример — участие российских компаний в крупнейшей мировой выставке Light & Building во Франкфурте-на-Майне. В 2010 году там были представлены только две наши компании, площадь их стендов составляла 148 квадратных метров. А в этом году в выставке принимали участие уже тридцать российских компаний с площадью выставочных стендов более 1000 квадратных метров.

Рынок Евросоюза нам интересен: продукция наших ведущих компаний ни в чем не уступает, а зачастую превосходит международные аналоги, уровень цен в Европе значительно привлека-



ет. В России, как я уже говорил, основным драйвером развития светодиодного освещения выступает государство, которое в рамках «Стратегии 2020» в области освещения определило конкретные целевые показатели по проникновению светодиодных решений. Однако надо признать, что помимо деклараций серьезной поддержки со стороны государства светодиодная отрасль пока не получила. В отличие, например, от Китая, где правительство активно поддерживает своих производителей и экспортеров, используя разнообразные механизмы поддержки: субсидирование приобретения технологического оборудования; субсидирование процентной ставки; стимулирование внедрения светодиодного освещения; стимулирование экспорта (налоговые льготы (в том числе возврат НДС), специальные таможенные зоны, страновой бренддинг, субсидирование выставочных мероприятий, субсидирование привлечения покупателей с экспортных рынков).

— Уместно ли говорить о выходе российских производителей на европейский рынок?

— Уместно ли говорить о выходе российских производителей на европейский рынок?

Уральские машиностроители оснащают новую АЭС

ОАО «Уралмашзавод» поставило перегрузочную машину для строящейся Нововоронежской АЭС-2.

Оборудование МПС-1200 (перегрузочная машина специальная) — это сложный робот-манипулятор, который служит для перегрузки ядерного топлива в реакторе атомной станции. Все операции производятся с помощью рабочих телескопической штанги, а визуальный контроль перегрузки осуществляется с помощью телескопической телевизионной штанги.

Изготовление перегрузочной машины — долгий и сложный проект, к которому применяются высочайшие требования качества и надежности продукции. Разработкой и изготовлением оборудования МПС-1200 для Нововоронежской АЭС-2 занимались Уралмашзавод, НПО «ВНИИПТМАШ», Всесоюзный научно-исследовательский и проектно-конструкторский институт атомного и энергетического машиностроения (ОАО «ВНИИАМ») и Научно-исследовательский институт много-

процессорных вычислительных систем им. А. В. Каляева Южного федерального университета (НИИ МВС ЮФУ).

«Россети» и «Хевел» договорились о совместных проектах

ОАО «Россети» и компания «Хевел» (совместное предприятие ГК «Ренова» и ОАО «Роснаво») подписали соглашение о сотрудничестве по внедрению автономных электроустановок на основе солнечных электростанций.

Установки предназначены для энергоснабжения удаленных, не имеющих технологических связей с единой энергосистемой территорий. Документ стал развитием совместных планов компаний по организации надежного энергоснабжения удаленных территорий без строительства дорогостоящей электросетевой инфраструктуры, где это экономически нецелесообразно. В частности, речь идет о проектировании, строительстве и сервисном обслуживании гибридных дизель-солнечных энергоустановок.

Автономные гибридные электрические установки представляют собой солнечные электростанции, комбинация которых с дизельными генераторами и системами накопления электроэнергии. В дневные часы фотоэлектрические модули

Контрольные испытания перегрузочной машины длиной 4,3 метра, шириной 4,27 метра и высотой 2,7 метра проходили на Уралмашзаводе в цехе № 50 на специальном стенде и завершились успешно. Сейчас на Уралмашзаводе продолжают работы по изготовлению второй перегрузочной машины для Нововоронежской АЭС-2. Нововоронежская АЭС-2 — строящаяся российская атомная электростанция нового поколения, которая оснащается реакторами ВВЭР-1200.

ОАО Уралмашзавод (входит в группу «Объединенные машиностроительные заводы» (ОМЗ)) — один из лидеров российского рынка оборудования для металлургии, горнодобывающей, нефте- и газодобывающей промышленности, промышленности строительных материалов и энергетики.

Стратегия развития компании предусматривает создание машиностроительного предприятия мирового уровня, которое сможет комплексно обеспечивать потребности заказчиков в оборудовании. На Уралмашзаводе разработана и реализуется инвестиционная программа, предусматривающая коренную реконструкцию производства.

Игорь ГЛЕБОВ

преобразуют солнечную энергию в электрическую, которая поступает потребителям, а ее избыток накапливается в блоке аккумуляторов. Генератор работает во время пиков энергопотребления, обычно в утренние и вечерние часы, а также для зарядки аккумуляторных батарей в пасмурные дни. Ночью потребители расходуют электроэнергию, накопленную в аккумуляторах. Одним из первых проектов, который прорабатывается в настоящее время, может стать строительство дизель-солнечных электростанций в ряде удаленных населенных пунктов Забайкальского края, где на данный момент есть только дизельная генерация. Уже разработаны технические решения и экономические модели.

Иван СМОЛЬЯНИНОВ