

Современный Камень

За последние 10 лет рынок строительных материалов претерпел существенные изменения. Наряду с классическими строительными материалами появились современные изделия. Например, керамический гранит, который постепенно вытесняет керамическую плитку и природный камень. В силу исключительных технических свойств и декоративных качеств на этот материал ежегодно увеличивается спрос, и, как следствие, возрастают объемы его производства.

О рынке керамогранита в России

из керамогранита является практически идеальным вариантом. В частном секторе потребность в искусственном камне не столь высока. Однако и здесь будет продолжаться стабильное увеличение спроса, тесно связанное с влиянием модных западных тенденций.

И даже если средняя продолжительность жизни керамогранита равна 100 годам (а благодаря большому числу специалистов материал вообще безоговорочно попал в категорию «вечных ценностей»), и через несколько лет в России окажутся облицованными абсолютно все фасады, полного насыщения рынка не произойдет никогда. Как любят повторять производители керамического гранита, «клиентам обязательно надоест смотреть на один и тот же материал из года в год. Они непременно захотят его сменить раньше, чем пройдет 100 лет».

Шаги роста

Все это приводит к тому, что «керамогранитная» отрасль развивается в России семимильными шагами. Все новые и новые компании выходят на рынок, предлагая товар, практически не уступающий по свойствам своим зарубежным аналогам. Российские производители из Московской, Ростовской, Самарской, Ленинградской, Челябинской, Свердловской, Тюменской и Воронежской

областей давно стали широко известны среди своих потребителей. Их продукция соответствует всем стандартам качества.

И все же, несмотря на бурный рост деятельности российских компаний, значительная доля существующего предложения исходит от стран-экспортеров. Причем пальма первенства в обеспечении керамогранитом потребительского рынка России безоговорочно принадлежит мировому лидеру по производству и экспорту искусственного камня – Китаю.

Сравним

Судите сами: объем предложения российского производителя в 2007 году составил 52,3 млн. м², из них 14 млн. м² пришлось на импорт (по данным Росстата, ФТС, экспертного опроса, аналитики IndexBox). Доля Китая в общем объеме ввезенного на территорию РФ керамогранита – 12,525 млн. м², что составляет 23,9% общего предложения или 86,46% общего



импорта (по данным, предоставленным специалистами компании Optim Consult).

Более того, объем доли экспорта китайского керамического камня стабильно растет. Если в 2007 году в Россию из Поднебесной было вывезено керамогранита на сумму \$66 млн., то в 2008, по прогнозам аналитиков, этот показатель однозначно должен перешагнуть 70-миллионный рубеж.

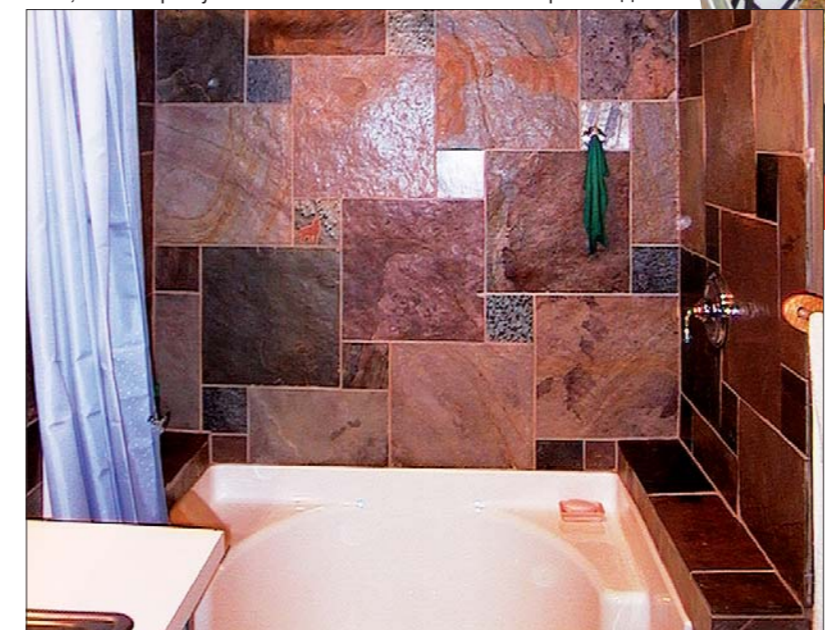
Тесная взаимосвязь прослеживается между увеличением объемов импорта китайского керамогранита и развитием строительства недвижимости в РФ. В среднем за последние 5 лет темп роста российского строительства составил 140,44%. В свою очередь, объемы экспорта керамогранита растут еще более интенсивно, в среднем темп роста составляет 191,7%. Однако, несмотря на ежегодное растущие масштабы строительства в России, следует отметить некоторое снижение темпов роста экспортируемого в РФ китайского керамогранита. По мнению специалистов, это напрямую связано с актив-

этом высокое качество продукции стоит на одном уровне с ведущими и давно признанными мировыми производителями.

Также можно найти и объективные причины того факта, почему именно на Китай приходится столь существенная доля общего предложения керамического гранита на российском рынке.

Хотя, если не углубляться в проблему, казалось бы, и российскому, и китайскому керамограниту присущи многие общие характерные черты.

Прежде всего, при высоких показателях качества товар отличается относительной дешевизной. Это обстоятельство обусловлено тем, что в обеих странах искусственный камень производится



ной деятельностью отечественных производителей. Однако объемы производства российских заводов пока не в состоянии удовлетворить спрос российского рынка.

Привлекательный материал

Возникает логичный вопрос: почему китайский керамогранит является столь привлекательным объектом экспорта для российского потребителя?

Почему именно КНР лидирует среди всех российских импортеров искусственного камня, понятно. По данным Ассоциации производителей керамогранита КНР, в 2005 году средняя цена экспортируемого китайского керамогранита была более чем в 5 раз ниже цены на аналогичный керамогранит итальянского производства. При

на передовом зарубежном оборудовании с помощью последних разработок высоких технологий. Удачное сочетание с недорогими рабочими ресурсами позволяют выпускать первоклассный конкурентоспособный продукт.

Кроме того, и Китай, и Россия на территориях своих стран обладают практически всеми ресурсами, необходимыми для производства керамического гранита. Приблизительность к сырьевой базе и наращивание производственных мощностей позволяют соседствующим государствам ежегодно увеличивать объемы искусственного строительного материала.

Более того, если при китайской дешевизне керамогранита учесть затраты на доставку готовой продукции на территорию России и растаможивание, российский товар зачастую оказывается даже дешевле. Помимо этого, исключите риск возможных физических воздействий, которым подвергается хрупкий материал при транспортировке (это только в уложенном состоянии по керамограниту можно хоть на танке ездить, в доставке его неуязвимым не назовешь) – и для многих кажется почти однозначным, что «наш» искусственный камень является гораздо более подходящим и перспективным.



Не все согласны

Однако на практике с подобным утверждением соглашаются далеко не все потребители. Прежде всего, хочется подчеркнуть тот факт, что рынок производителей керамогранита в России еще небольшой. В силу чего, даже, несмотря на его расширение и появление новых игроков в

различных областях страны, объемы производства при всем желании и перспективных возможностях производителей до сих пор не в состоянии обеспечить керамическим камнем строительные компании, желающие мостить фасады и полы для своих клиентов.

Кроме того, керамогранит, производимый в России, чаще всего имеет маленький формат – всего 30x30 см. К сожалению, такая плитка подходит далеко не всем покупателям, она довольно редко используется для облицовки фасадов. И даже если ее применяют по своему прямому назначению, такое строительство требует большого количества металлического профиля. Это обстоятельство, несомненно, значительно увеличивает себестоимость строительства. И в итоге не с лучшей стороны характеризует продукцию отечественных за-

И, наконец, еще одна важная деталь – нельзя не учитывать тот факт, что российский рынок все еще очень молодой. И поэтому производителю приходится на практике сталкиваться с более опытным конкурентом. И выиграть в этом непросто сражении пока могут, к сожалению, немногие русские создатели «народной марки». Главным в серьезной борьбе становится ставка на качество.

Выбор – за потребителем

Как бы то ни было, в настоящее время увеличивается использование в России как местного, так и китайского керамогранита. Одновременно находятся сторонники и одного, и другого участника керамогранитного рынка. Кто-то укрепляет свои позиции на рынке, успешно импортируя искусственный камень из Поднебесной, кто-то усиливает свое влияние собственными производственными ресурсами... Какой продукт в итоге оказывается лучшим, какие качества – более функциональными, какие внешние эстетические характеристики – более презентабельными, остается решать индивидуально каждому потребителю.

Наталья Каткова,
руководитель отдела маркетинга
российской компании Optim Consult,
г. Гуанчжоу, Китай.

