

**РОССИЙСКИЙ АВТОПРОМ  
В 2022 ГОДУ:  
как отрасль переживает санкции**

## СТАТИСТИКА ПО МИРОВОМУ АВТОРЫНКУ 2021

За **2021** год мировой авторынок вырос на **4,6%**: количество новых машин увеличилось до **81,31 млн.** Такой прирост случился, прежде всего, из-за низких стартовых показателей в первом и втором кварталах: в аналогичный период 2020 года из-за пандемии были закрыты многие автосалоны, следовательно, и продажи были низкими. Поэтому в первые шесть месяцев 2021 года на всех основных рынках произошел двузначный рост продаж легковых автомобилей:

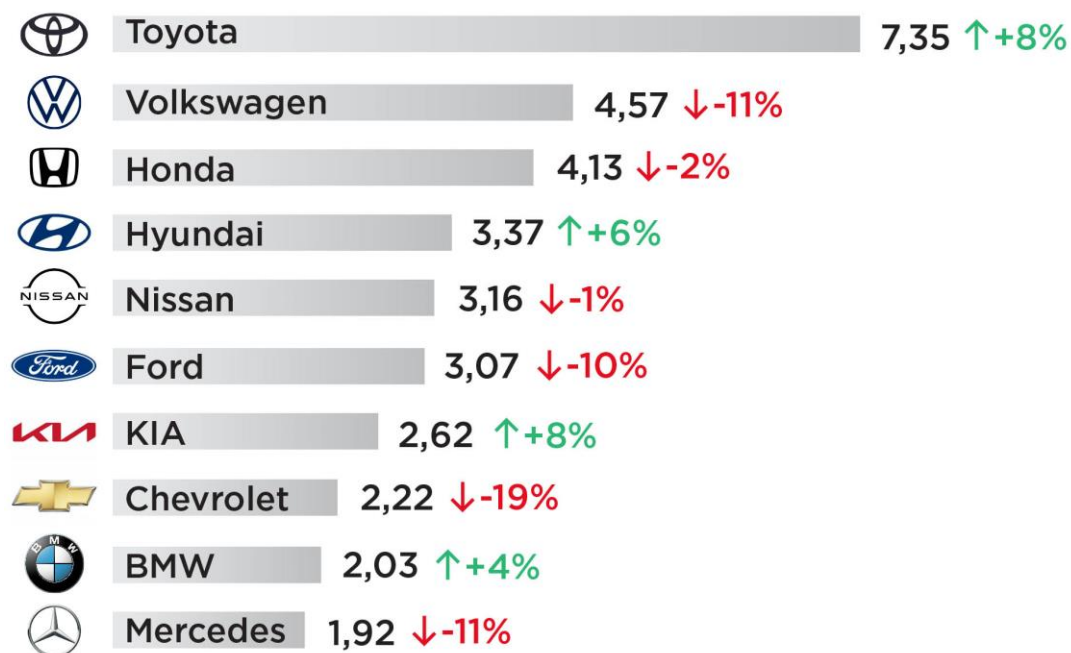
- **Китай** увеличил показатели на **27%** (9,83 млн)
- **США** – на **29%** (8,294 млн)
- **Европа** – на **27%** (6,486 млн)
- **Япония** – на **12%**
- **Бразилия** – на **32%**
- **Россия** – на **37%**
- **Индия** – на **93%** (1,495 млн)

В совокупности до **3,914** млн

Несмотря на такой процентный рост в первую половину года, достичь показателей доковидного периода (в 2019 году объем рынка новых автомобилей составлял 90,3 млн) не удалось. В том числе нехватка полупроводников не дает рынку полностью восстановиться. При этом дефицит возник еще до пандемии коронавирусной инфекции, но впоследствии ситуация осложнилась.

На это повлиял не только высокий спрос на полупроводники со стороны производителей бытовой техники, но и проблемы с поставками из-за неблагоприятных погодных условий и ЧС: пожар весной 2021 года на фабрике микрочипов Renesas Electronics привел к сокращению мирового автопроизводства. Если в первом квартале автопроизводители потеряли 1,4 млн машин, то во втором квартале – 2,6 млн. Четвертый квартал, по данным АЕБ, также оказался провальным: дефицит полупроводников, повышение цен на авто и уменьшение финансовых запасов у потенциальных покупателей привели к снижению продаж. Объемы продаж в мире с октября по декабрь 2021 года снижались на 18-20%.

Рис. 1. Мировой рейтинг самых популярных автомарок 2021



Источник: JATO Dynamics

**Самым востребованным брендом и крупнейшим автопроизводителем в мире**, по данным агентства JATO Dynamics, остается **Toyota**. За прошедший год Toyota выпустила **10,5** млн машин, включая марки Lexus, Daihatsu и Hino, что на 10% больше, чем в 2020 году. По всему миру компания продала 7,35 млн легковых автомобилей. Больше всего автомобили этой корпорации востребованы на рынках США (2,03 млн), Китая (1,64 млн) и Японии (1,22 млн).

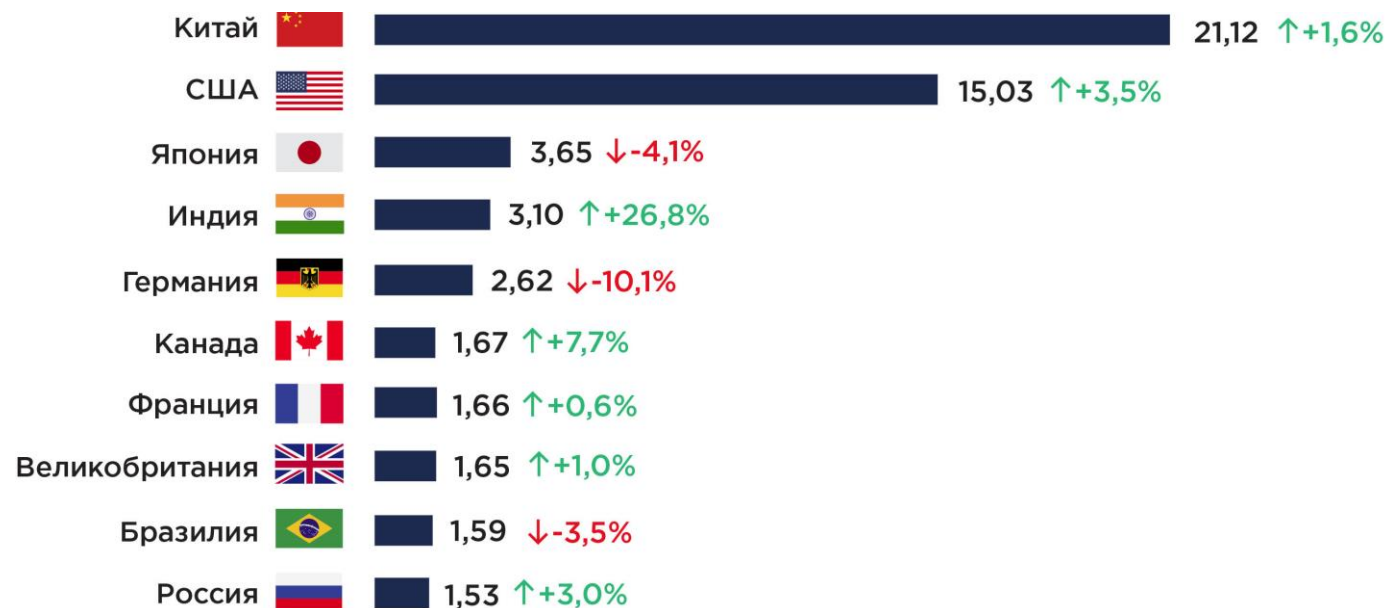
**На втором месте** и по производству, и по продажам находится **Volkswagen AG**, несмотря на то что концерн столкнулся с дефицитом полупроводников и сдал на 4,5% (до **8,9** млн машин). При этом отставание от Toyota за 2021 год только увеличилось. Из 8,9 млн произведенных машин Фольксваген продал 4,57 млн: почти половину (2,11 млн) на китайском рынке. Марки Nissan и Ford показали падение мировых продаж на 1% и 10% соответственно, а Hyundai поднялся на два позиции, увеличив количество продаж на 6%.

В сегменте премиум-автомобилей **BMW смог вернуть себе лидерство** впервые с 2016 года, продав **2,03** млн машин. Это единственный премиум-бренд, который увеличил количество продаж (на 4%). Остальные марки лишь потеряли в спросе: Mercedes просел на 11% (1,92 млн), Audi — на 2% и Lexus — на 16%. Пятерку крупнейших рынков для премиум-автомобилей возглавил Китай с объемом продаж в 2,79 млн. Далее идет США (1,89 млн), Германия (0,72 млн), Великобритания (0,43 млн) и Южная Корея (0,34 млн).

**Самой продаваемой машиной в мире стала Toyota Corolla (985 тыс.)**. Впервые в ТОП-10 мировых бестселлеров вошли электромобили — Tesla Model 3 и китайский Wuling Mini EV. В 2021 году спрос на батарейные машины увеличился в два раза: по всему миру было продано 6,6 млн автомобилей, причем половина из них (3,4 млн) — в Китае. Доля электромобилей на рынке составила 8,6%.

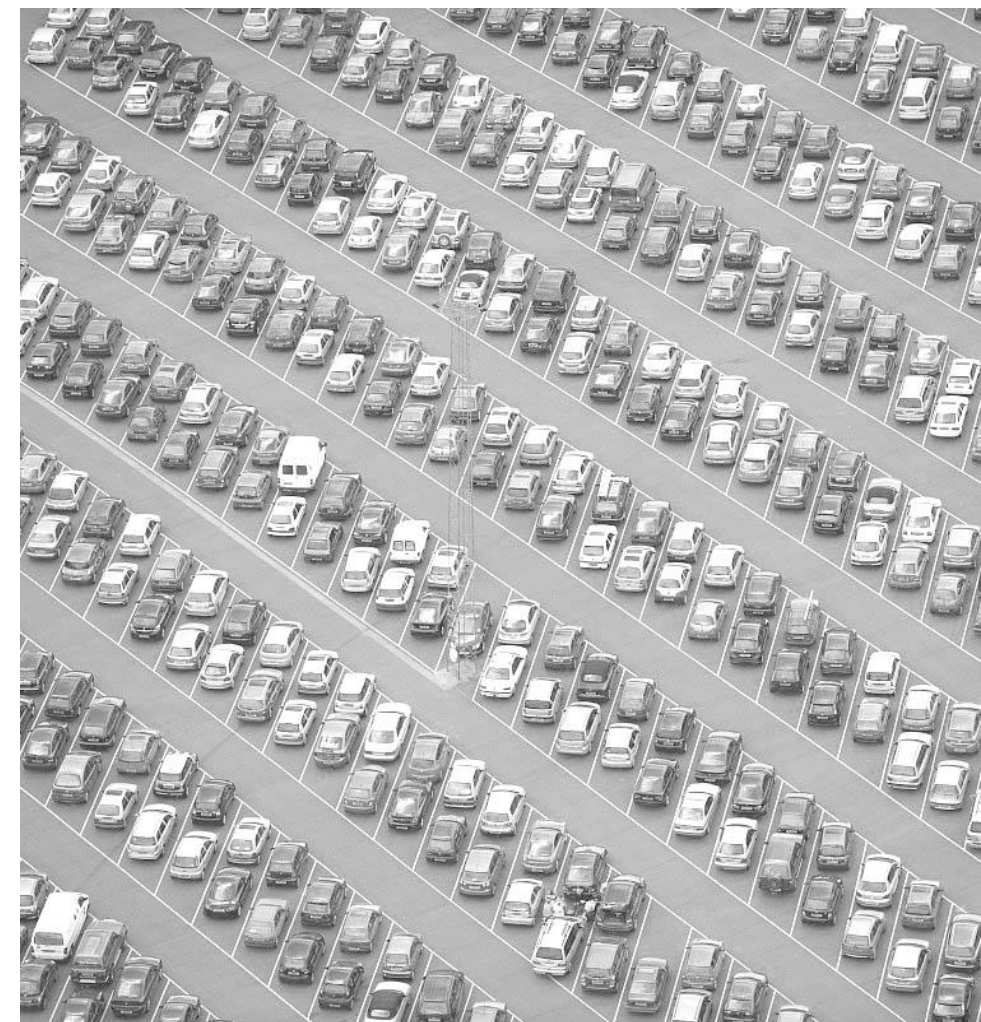


Рис. 2. Мировой рейтинг самых крупных автомобильных рынков в 2021 году (млн шт.)



Источник: JATO Dynamics

**По объемам продаж на первом месте оказался Китай: за год там продали 21,12 млн легковых автомобилей.** На китайском рынке даже увеличился спрос впервые за последние четыре года. США и Япония стабильно занимают вторую и третьи строчки. А вот Индии за год удалось почти полностью восстановить свой рынок, который сильно обвалился из-за ковидных ограничений в 2020 году. Несмотря на то, что у Канады нет собственного автопрома легковых машин (только многочисленные заводы международных брендов), стране удалось подняться с 9-го места на 6-е. Россия закрывает десятку крупнейших авторынков мира.

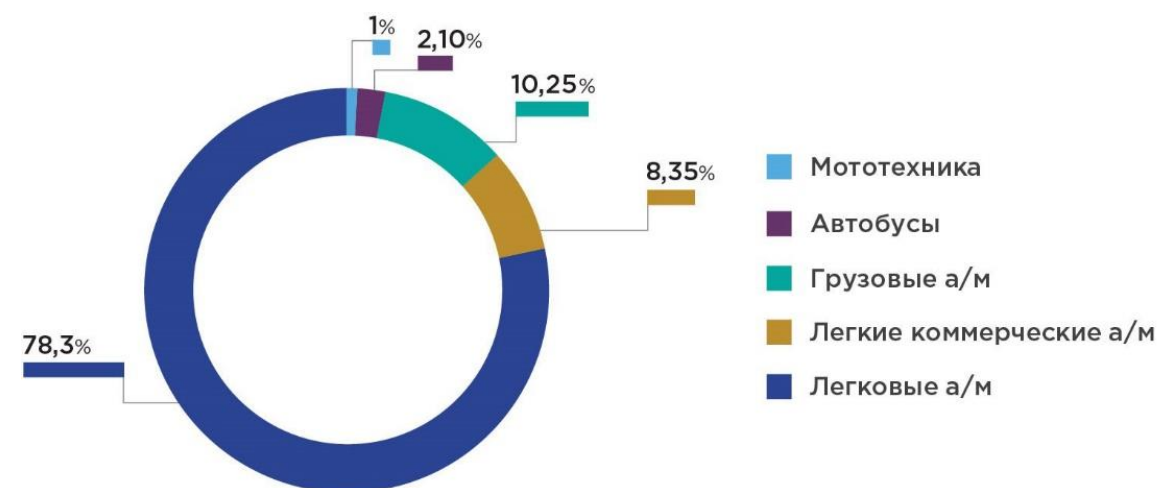


## Ключевые показатели российского рынка в 2021 году

Производство транспортных средств за 2021 год выросло на 10% и превысило отметку в 1,5 млн единиц. По данным АО «Электронный паспорт» и Автостата, за 2021 год в России было выпущено:

- **1,352 млн легковых автомобилей**, что на 7,3% больше, чем годом ранее;
- **144 тыс. легких коммерческих автомобилей**, что на 38% превысило показатели прошлого года;
- **177,7 тыс. грузовых машин всех классов** (в том числе шасси и автосамосвалов) - прирост составил 26,1%;
- **36,7 тыс. автобусов** всех классов, включая микроавтобусы (+6,5%);
- **18,4 тыс. мотоциклов** (+12,6%).

Рис. 3. Структура рынка автомобилей и мототехники по сегментам в 2019 году



Источник: АО «Электронный паспорт» и Автостат



По данным Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), на российском рынке было продано 1,667 млн новых легковых и легких коммерческих машин. Таким образом, рынок **вырос на 4,3%** по сравнению с 2020 годом. В первое полугодие рост составил 37% (871 тыс.) из-за низких стартовых показателей, а уже во вторую половину года наблюдалось падение: в октябре продажи уменьшились на 18%, а в ноябре и декабре — на 20%. С июля по декабрь было реализовано 796 тыс. автомобилей.

При этом эксперты говорят о том, что российский рынок обладает большим потенциалом. И рост продаж в 2021 году мог бы быть еще выше: из-за дефицита автомобилей не удалось удовлетворить весь покупательский спрос. Дефицит объясняется нехваткой электронных компонентов, нарушением логистики и растущими ценами на сырье, в частности на сталь.

Несмотря на то, что за 2021 год отложенный спрос сократился, интерес покупателей к самым популярным моделям остается высоким.





Рис. 4. Ёмкость российского авторынка в денежном отношении 2021



Источник: Автостат

более  
**3,02** трлн р.\* россияне потратили на новые  
 легковые автомобили

\* рекордный показатель для российского рынка

По сравнению с показателями 2020 года ёмкость рынка в рублях увеличилась на 21%, а в долларовом выражении – на 18%. Несмотря на рекордный показатель в рублях, в американской валюте (40,9 млрд USD) до рекордных величин 2012 года далеко: в тот год на легковые машины было потрачено 75 млрд долларов.

Очевидно, что причиной этому является курс рубля, который падает последние годы: за 9 лет российская валюта потеряла в цене вдвое. В связи с этим ёмкость авторынка растёт именно в рублях, что отчетливо видно с 2017 года. В 2020 году рост замедлился из-за пандемии, а в прошлом году произошло подорожание автомобилей из-за мирового дефицита полупроводников, что также сказалось на ёмкости рынка.

## Самые востребованные марки автомобилей в России

Рис. 5. Лидеры по продажам на авторынке России 2021

### НАИБОЛЬШИЙ РОСТ

в **3,6** раза ↑



KIA K5

### НАИБОЛЬШЕЕ ПАДЕНИЕ

**-19,8%** ↓



Volkswagen Polo

### ТОП-10 марок

марка	продажи, шт.	21/20, %	доля, %
LADA	350 714	+2,1%	21,0%
KIA	205 801	+2,0%	12,3%
Hyundai	167 331	+2,5%	10,0%
Renaut	131 552	+2,4%	7,9%
Toyota	97 941	-6,9%	5,9%
Skoda	90 443	-4,4%	5,4%
<b>Volkswagen</b>	<b>86 108</b>	<b>-14,0%</b>	<b>5,2%</b>
ГАЗ коммерч. автомобили	56 468	-10,4%	3,4%
NISSAN	51 338	-8,9%	3,1%
BMW	46 802	-9,6%	2,8%

	2021	2020	21/20
январь-декабрь	1 666 780	1 598 825	+4,3%

### ТОП-20 моделей

марка	продажи, шт.	21/20, %
LADA Vesta	113 698	+6,0%
LADA Granta	111 430	-11,6%
KIA Rio	82 941	-5,8%
Hyundai Creta	68 081	-7,4%
Hyundai Solaris	61 061	+23,9%
LADA Niva	51 242	+4,8%
<b>Volkswagen Polo</b>	<b>46 887</b>	<b>-19,8%</b>
Skoda Rapid	41 680	+18,3%
Renault Duster	41 471	+31,1%
LADA Largus VP	39 541	-6,4%
Toyota RAV4	38 441	+5,5%
Toyota Camry	31 983	+16,8%
Renault Logan	29 783	-8,7%
Volkswagen Tiguan	29 232	-11,4%
<b>KIA K5</b>	<b>29 224</b>	<b>+259,6%</b>
KIA Sportage	24 969	-11,4%
Renaught Sandero	22 386	-14,0%
LADA XRAY	22 107	+14,6%
Nissan Quashqai	20 474	-7,4%
Mazda CX-5	19 828	-1,0%



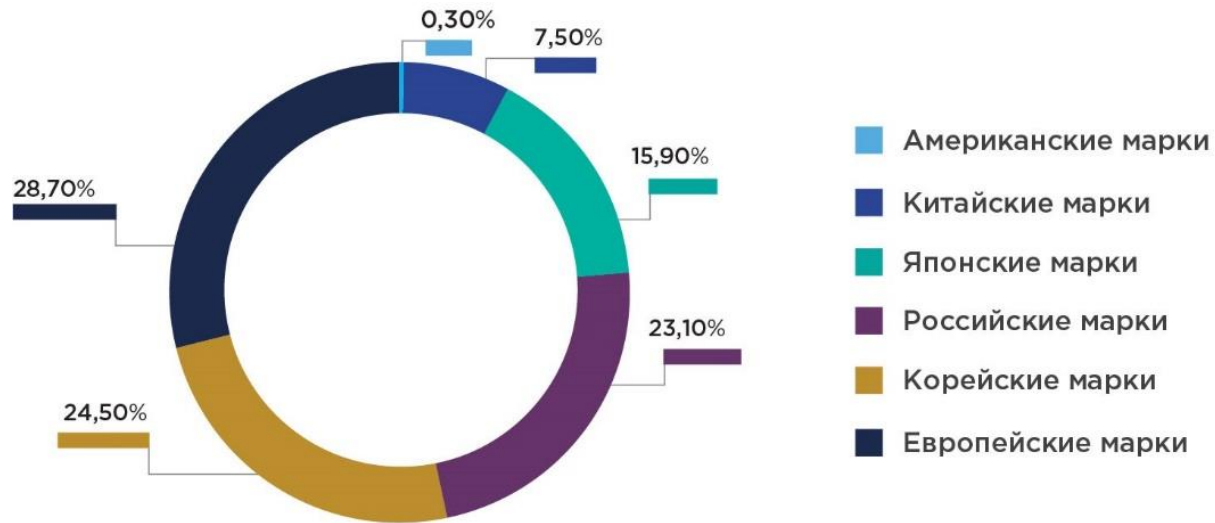
**Лидером по продажам в 2021** остается отечественный бренд **Lada**, доля которого на российском рынке составляет чуть больше 1/5 – 21%, что на 2,1% больше, чем в прошлом году. Также остаются востребованными среди россиян корейские марки Kia (205 801) и Hyundai (167 331), которые показали рост в 2021 году – на 2% и 2,5% соответственно. Из списка ТОП-10 марок лишь три бренда упали в продажах: Skoda потеряла 4,4%, Volkswagen – 14% и Nissan – 8,9%. А наибольший рост продемонстрировала марка «ГАЗ», которая производит коммерческие автомобили, – +10,4%.

**Рейтинг самых популярных моделей также возглавляет Lada:** Lada Granta показала падение на **11,6%** из-за дефицита автокомпонентов, тем самым уступив первенство другой модели марки – Vesta. За год было продано 113 698 автомобилей модели Vesta и 111 430 – Lada Granta.

**Самой востребованной иномаркой стала Kia Rio** (82 941), несмотря на сокращение продаж на российском рынке (на **5,8%**). Зато другая модель бренда Kia K5 показала высокий рост продаж (на 259,6%). Более чем трехкратное прибавление стало возможным благодаря новизне модели: Kia K5 появилась на российском рынке только в сентябре 2020 года.



Рис. 6. Доля марок разных стран на российском рынке



Источник: Автостат

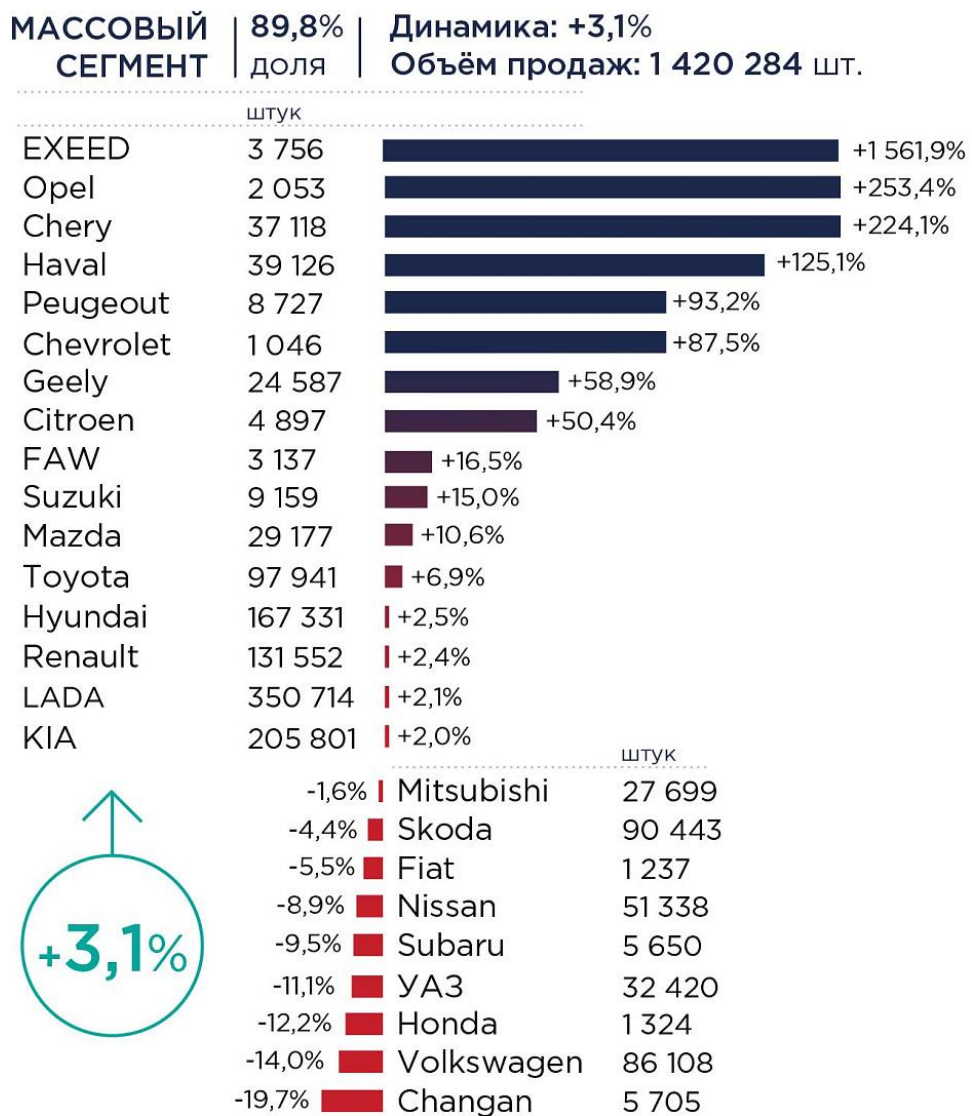


Почти **на 20%** упали продажи у Volkswagen Polo (до 46,8 тыс. машин). При этом модель остается самой востребованной европейской машиной в России: каждый десятый проданный легковой автомобиль европейского бренда – Volkswagen Polo. В общей сложности **европейские бренды занимают 28,7%** российского рынка, то есть самую большую долю. Далее идут корейские марки с долей на рынке в 24,5%, следом – автомобили отечественного производства (23,1%), треть из которых составляют машины модели Lada Vesta. Наименьшим спросом пользуются американские бренды (0,3%): самым продаваемым автомобилем здесь стал Cadillac XT5 (18,5% от марок США). За 2021 год вдвое возросла доля китайских машин – до 7,5%. Доля в сегменте кроссовера Chery Tiggo 7 Pro составила 12,2% от всех проданных новых китайских автомобилей.

**Китайские компании умело воспользовались ситуацией с дефицитом полупроводников в мире:** в отличие от Европы, Америки, Японии, у Китая не стояла так остро проблема с микрочипами, так как у них существовало альтернативное (собственное) производство необходимых комплектующих. За 2021 год бренд Haval увеличил спрос более чем в два раза, Chery — в три, а Geely — на 59%. Китайские марки уже вышли на уровень объема продаж Mitsubishi и Mazda.

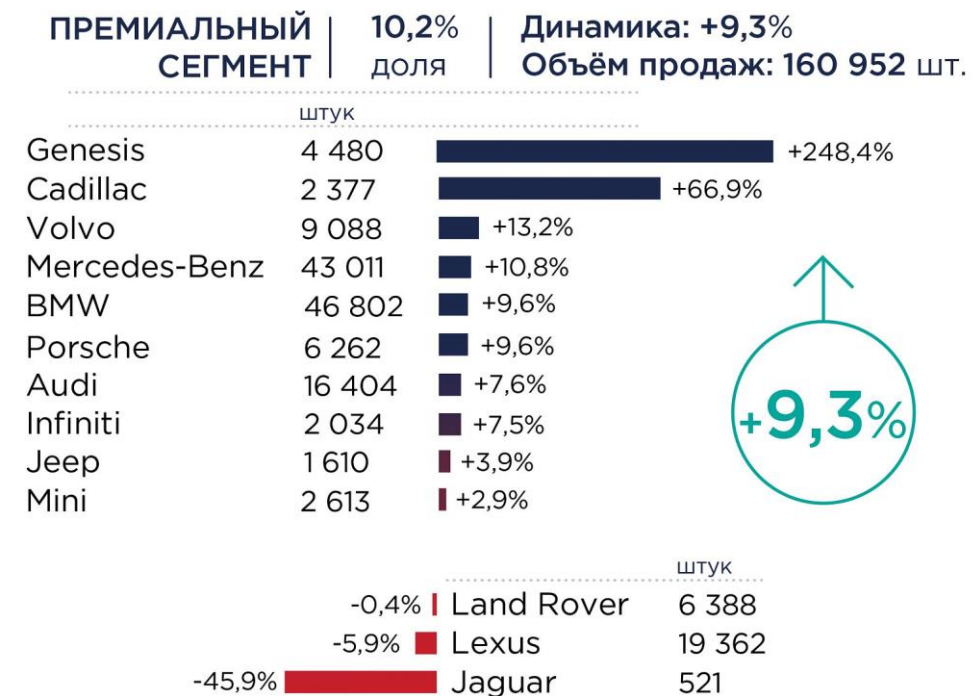
Реализация новых автомобилей увеличилась и в массовом, и в премиальном сегментах. Доля массового сегмента составила 89,8%, премиального – 10,2%.

Рис. 7. Динамика авторынка в России в 2021 году. Массовый сегмент



Источник: Автостат

Рис. 8. Динамика авторынка в России в 2021 году. Премиальный сегмент



Источник: Автостат



**В массовом сегменте** рост составил **3,1%** до 1,42 млн проданных машин. Согласно статистике АЕБ, у 16 марок, которые входят в топ-25 по объему продаж в России, наблюдается положительная динамика.

Наибольший рост показал китайский бренд EXEED (ранее CHERYEXEED): его продажи взлетели на 1561,9% из-за низкой базы 2020 года – за прошедший год было продано менее 4 тыс. машин этой марки. Более чем втрое повысились продажи брендов Opel (Германия) и Chery (Китай). Рост свыше 50% показали марки Haval, Peugeot, Chevrolet, Geely, Citroen. Наибольшее падение продаж отмечается у Changan (-19,7%), VW (-14%) и Honda (-12,2%). Уменьшился объем продаж и у отечественного УАЗ на 11,1%.

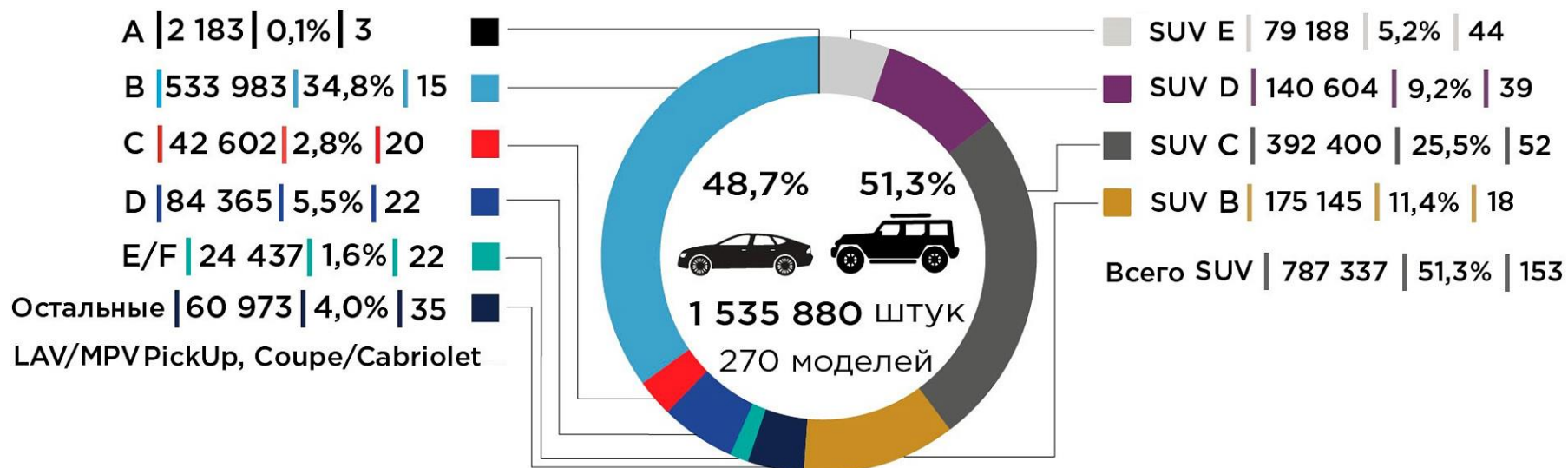
**В сегменте премиальных автомобилей** продажи поднялись **на 9,3%.** За год была реализована **161 тыс. машин.** По сравнению с массовым сегментом здесь наблюдается меньшее количество брендов, которые потеряли в спросе (только три из 13). Это Jaguar, сокративший продажи почти в два раза (-45,9%) до 521 реализованной машины, Lexus (-5,9%) и Land Rover (-0,4%). Сильно возросли продажи марок Genesis (248,4%) и Cadillac (67%), хотя, напомним, что Кадиллак все-таки занимает совсем небольшую долю российского рынка. Лидером по количеству проданных машин в премиальном сегменте стал бренд BMW с 46,8 тыс. автомобилей на российском рынке, нарастив 9,6%. Тем самым Mercedes-Benz остался на втором месте и в 2021 году: было продано на 3 791 машину меньше, чем у BMW, но по динамике «Мерседес» оказался впереди (10,8%).



## Самые популярные классы автомобилей в России

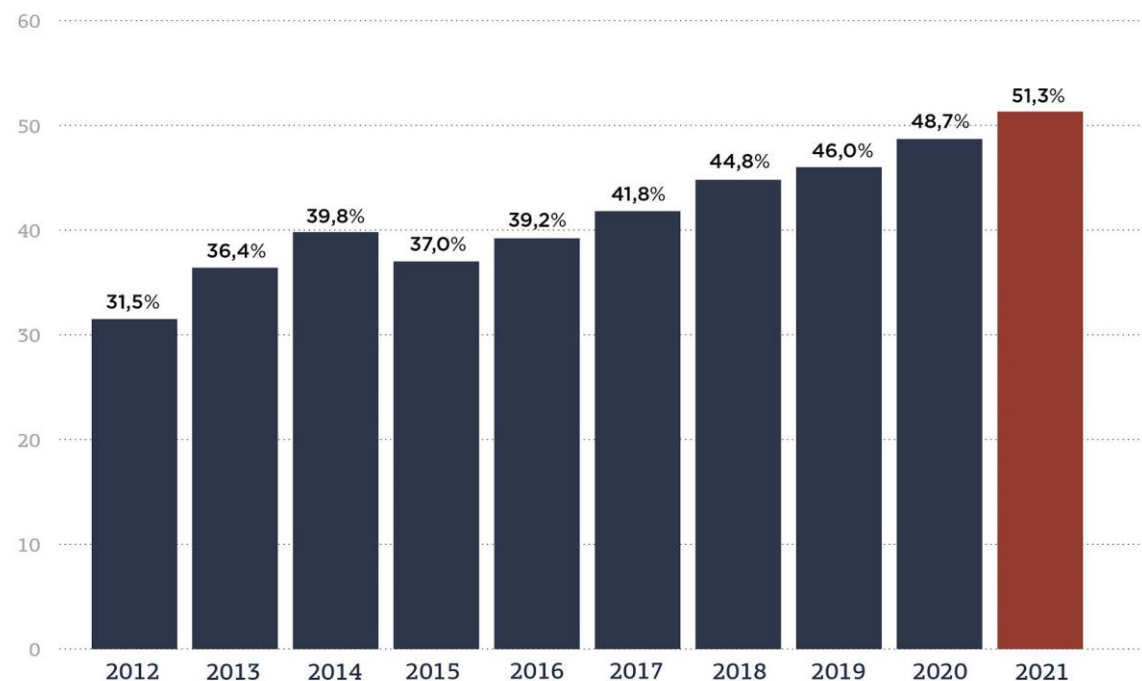
В 2021 году российский рынок легковых автомобилей был представлен 270 моделями. И больше половины из них (153 модели) – внедорожники и кроссоверы. По статистике АЕБ почти половина спроса пришлась именно на внедорожники: за год было продано 788 тыс. автомобилей.

Рис. 7. Динамика авторынка в России в 2021 году. Массовый сегмент



Источник: Автостат

Рис. 10. Динамика роста доли SUV, %



Источник: Автостат

**Машины класса SUV в прошедшем году заняли 51,3% объема на рынке: в штучном выражении это 787,3 тыс. реализованных автомобилей.** Причем впервые моделям сегмента SUV удалось превысить показатель в 50%. Наикрупнейшим подклассом стал SUV-C с долей на рынке в 25,5%: подсегмент представлен такими машинами, как Toyota RAV4, Volkswagen Tiguan, Kia Sportage, а общее число моделей составляет 52. Такую долю сегмента на рынке можно объяснить количеством моделей, представляющих SUV-C.

**Любопытно, что второе место по числу продаж занимает класс В (34,8% рынка), хотя он и представлен всего лишь 15 моделями.** Это класс легковых автомобилей небольших по размеру, но при этом обладающих комфортным и просторным салоном и вместительным багажником. На российском рынке сегмент представлен моделями LADA Vesta и Granta, Kia Rio, Hyundai Solaris, Volkswagen Polo, Skoda Rapid. Эксперты объясняют высокий спрос на автомобили этого типа тем, что в ситуации растущих цен машины В-класса остаются доступными по цене.



## Сегмент коммерческих автомобилей

Среди легких коммерческих автомобилей, производство которых в 2021 году составило 144 тыс., по объему рынка лидером остается российский бренд **GAZ**: занимает 45% от общего объема.

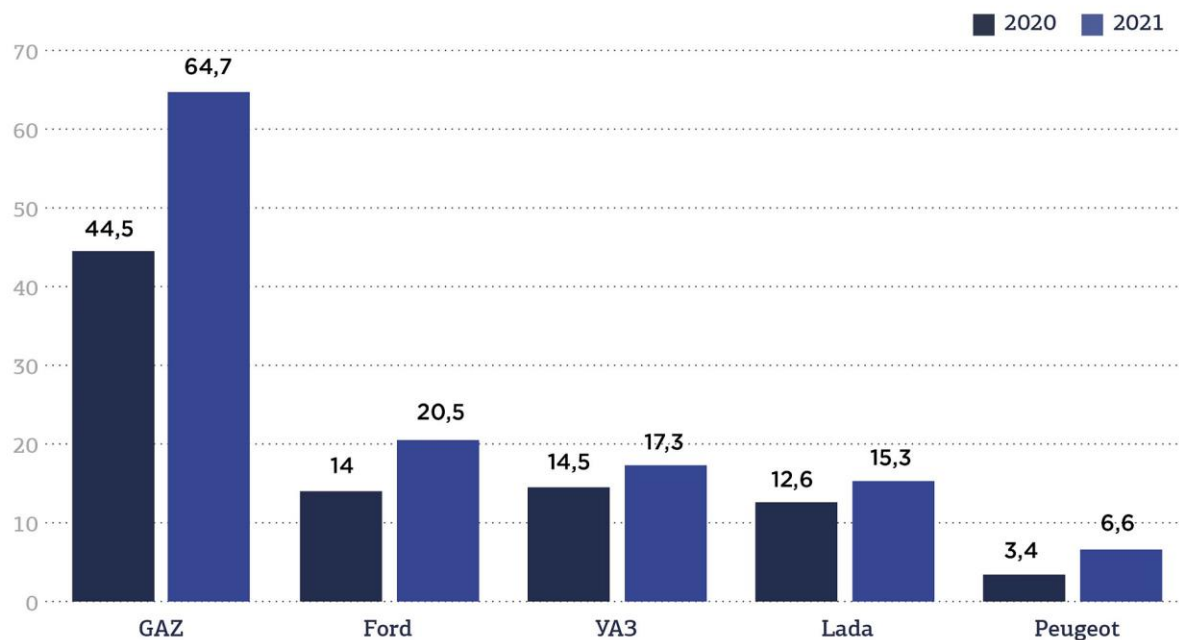
**GAZ** увеличил количество выпускаемых машин до 64,7 тыс., то есть на 45% больше, чем в 2020 году.

**Американская марка Ford** в 2021 году выпустила 20,5 тыс. машин, показав рост на 46%.

Третью позицию по объему занял отечественный **УАЗ** с 17,3 тыс. произведенными автомобилями и ростом на 19%. В топ-5 LCV на российском рынке также вошли Lada, которая выпустила 15,3 тыс. машин (рост 21%), и французская марка Peugeot, которая показала значительный рост на рынке в 93%, но количество авто почти в 2,5 раза меньше, чем у Lada, – 6,6 тыс.



Рис. 11. ТОП-5 брендов коммерческих автомобилей в России 2021

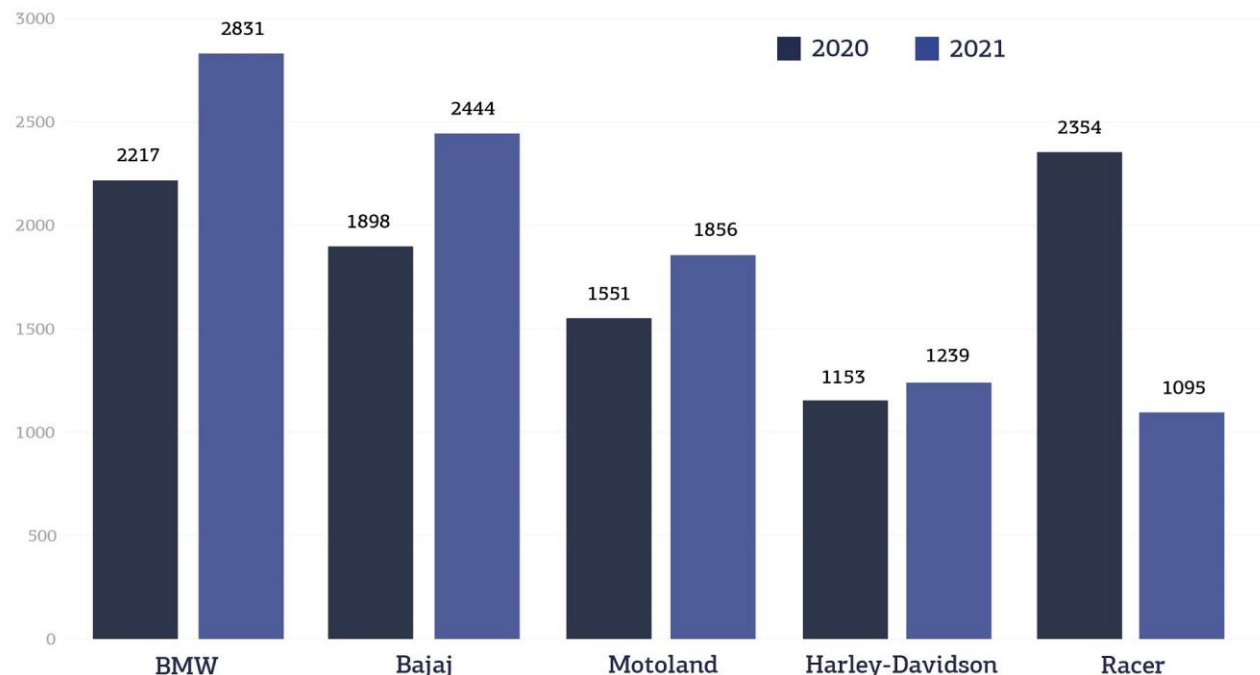


Источник: Автостат

## Сегмент мотоциклов

**Объем отечественного рынка новых мотоциклов в 2021 году вырос на 12,6%** (до 18,4 тыс.). Пять лидеров-брендов заняли половину рынка мототехники (51,4%): это **BMW** (2831 мотоцикл), индийский **Bajaj** (2444), **Motoland** (1856), **Harley-Davidson** (1239), **Racer** (1095). Все марки, кроме Racer, показали рост объема. Racer потерял 53,5%.

Рис. 12. ТОП-5 брендов мототехники в 2021



Источник: АЕБ

**Наибольшим спросом мотоциклы пользуются в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.** На них приходится 20,9%, 11,3% и 7,5% рынка соответственно. Среди нестолических регионов по продажам лидируют Краснодарский край (875 ед.) и Свердловская область (867 ед.). Причем, именно Краснодарский край в 2021 году показал наибольший рост — на 34,8%.

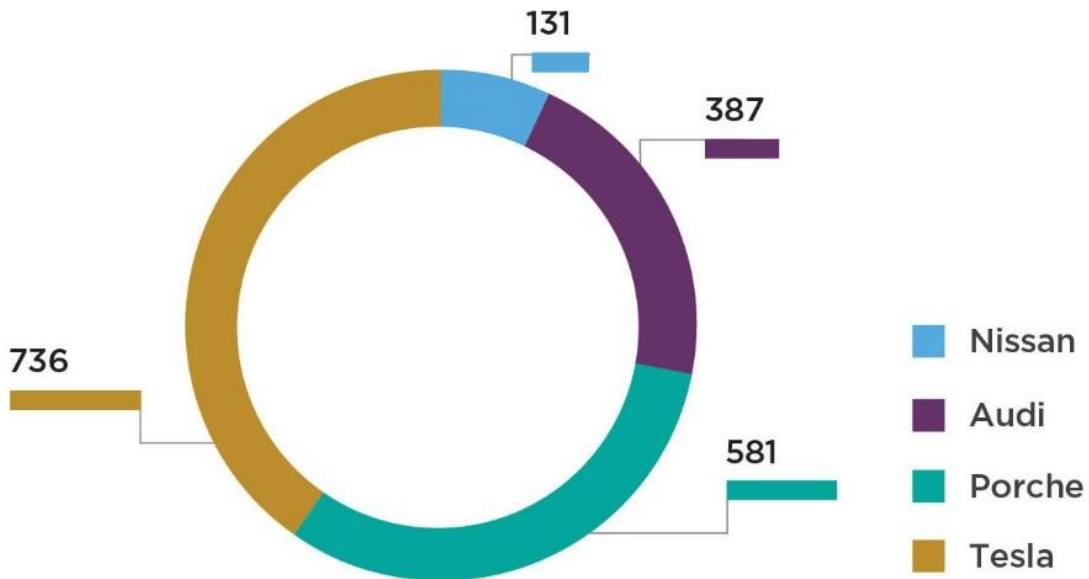
Обычно покупка мотоцикла — это сезонное явление, что влияет на спрос мототехники в различные кварталы. Так, в 2021 году лишь во втором квартале наблюдалась положительная динамика (58,6%). Но по оценкам экспертов на продажу в 2021 году повлиял еще и другой фактор — низкие стартовые показатели, так как весной 2020 года мотосалоны из-за коронавируса были временно закрыты.



## Сегмент электроавтомобилей

За прошедший год развитие произошло и в сегменте электрокаров. По данным Автостата, за 2021 год в России было продано 2254 новых электромобиля. Продажи постепенно росли с 2017 года, а в прошлом году произошел скачок. Продажи по сравнению с 2020-м годом увеличились в три раза. Можно говорить о новом рекорде для российского рынка, потому что до этого число проданных заряжаемых автомобилей никогда не превышало тысячи. При этом, согласно статистике АЕБ, у официальных дилеров был куплен 1001 электромобиль

Рис. 13. Самые популярные электрокары в России 2021



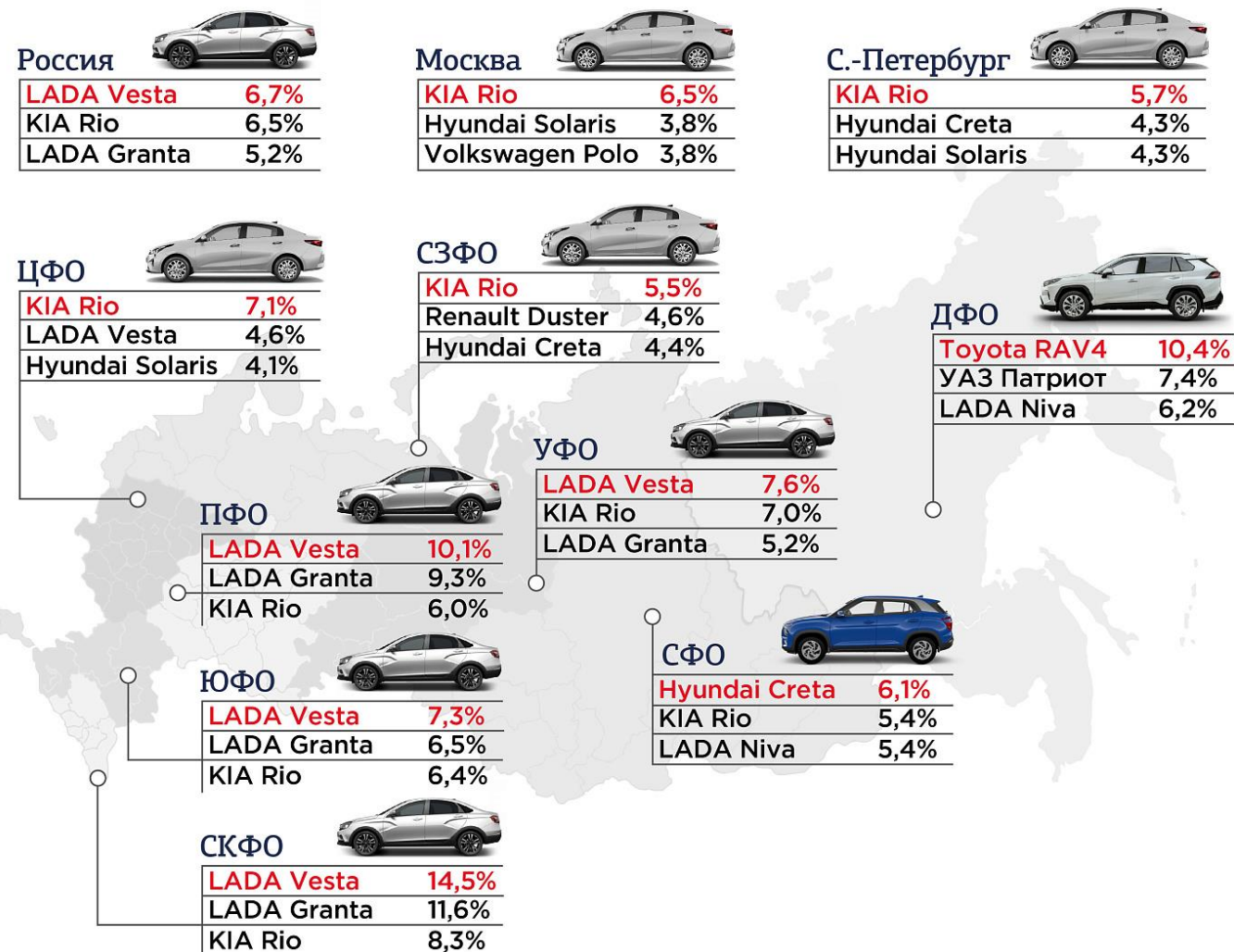
Источник: Автостат

Примерно треть рынка занимает бренд **Tesla** (как уже было сказано, эта марка впервые в 2021 году впервые попала и в топ-10 на мировом рынке). За год россияне приобрели **736** таких американских машин – в 3,3 раза больше, чем годом ранее. Из них – 432 модели Tesla Model 3 и 218 моделей Tesla Model Y. **Второй по популярности электрокар – Porsche Taycan (581 машина)**. Эта модель стала самой продаваемой среди новых электрокаров: на российском рынке появилась осенью 2020 года. **Немецкая марка Audi** смогла продать **387** автомобилей (Audi e-tron) на российском рынке (увеличив продажи в 2,9 раз). Еще один бренд, которому удалось преодолеть отметку в сто проданных электрокаров – **Nissan (131 проданный Nissan Leaf)**. При этом его продажи упали на 9%.



## Российский авторынок на начало 2022 года

Рис. 14. ТОП-3 марки по продажам в федеральных округах, январь-февраль 2022



Источник: Автостат

За первые два месяца 2022, согласно исследованию Автостата и данным «Электронного паспорта», самым продаваемым автомобилем сразу в четырех округах (Приволжском, Уральском, Южном и Северо-Кавказском) стала **Lada Vesta**, которая и в 2021 году имела наибольшие объемы продаж. Наибольшую долю рынка модель занимает на Северо-Кавказе (14,5%).

В центральном федеральном округе на вторую строчку по популярности «Ладу Весту» сдвинула **Kia Rio**, которая заняла 7,1% рынка. Также корейская иномарка лидирует в Северо-Западном округе (5,5%). Высокие продажи модель показывает и в Москве (6,5%), и в Санкт-Петербурге (5,7%).

Стоит отметить, что в топ-3 этих городов не попала ни Lada Vesta, ни Lada Granta. Также лишь в двух федеральных округах рейтинг по продажам возглавили кроссоверы: в Сибири это **Hyundai Creta** (6,1%), а на Дальнем востоке – **Toyota RAV4** (10,4%).

Главными бестселлерами в России стали четыре модели: **LADA Vesta, KIA Rio, Hyundai Creta и Toyota RAV4.**

На начало 2022 года наметилась **положительная тенденция** в части количества центров по продаже автомобилей.

**В январе 2022 года впервые за последние 4 года в России количество автодилеров прекратило снижаться.** За первые 15 дней января рост составил 0,3%. На тот момент в России находилось 3220 официальных дилерских центров.

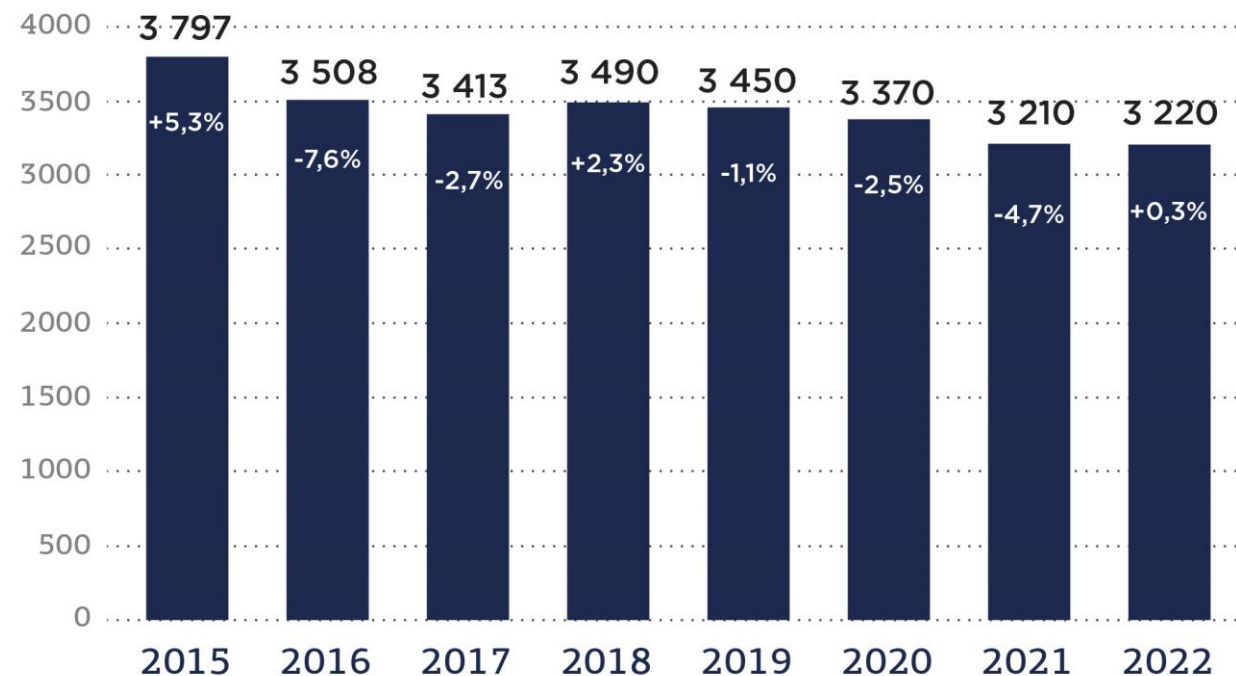
Если рассматривать динамику изменений количества дилер-центров с 2015 года, то можно увидеть сокращение на 15% (сравниваются данные на начало каждого года) Причем каждый год, кроме 2015 и 2018 годов, наблюдался спад. А с 2019 по 2021 сокращение из года в год становилось все более крупным: -1,1%, -2,3%, -4,7% соответственно.

Положительную динамику, наметившуюся в начале 2022 года, можно связать с созданием дилерской сети китайской марки EXEED в России.

**Всего по состоянию на январь 2022 в России насчитывалось 732 автодилера китайских брендов.** То есть китайские сети заняли 22,5% от общего числа дилеров. Больше всего их находится в Центральном и Приволжском округах – 194 и 169 точек продаж соответственно. Наименьшая доля центров китайских автомобилей – в Северо-Кавказском округе и на Дальнем востоке (10 и 9). В остальных округах присутствие китайских брендов колеблется между 80 и 90 дилер-центрами.

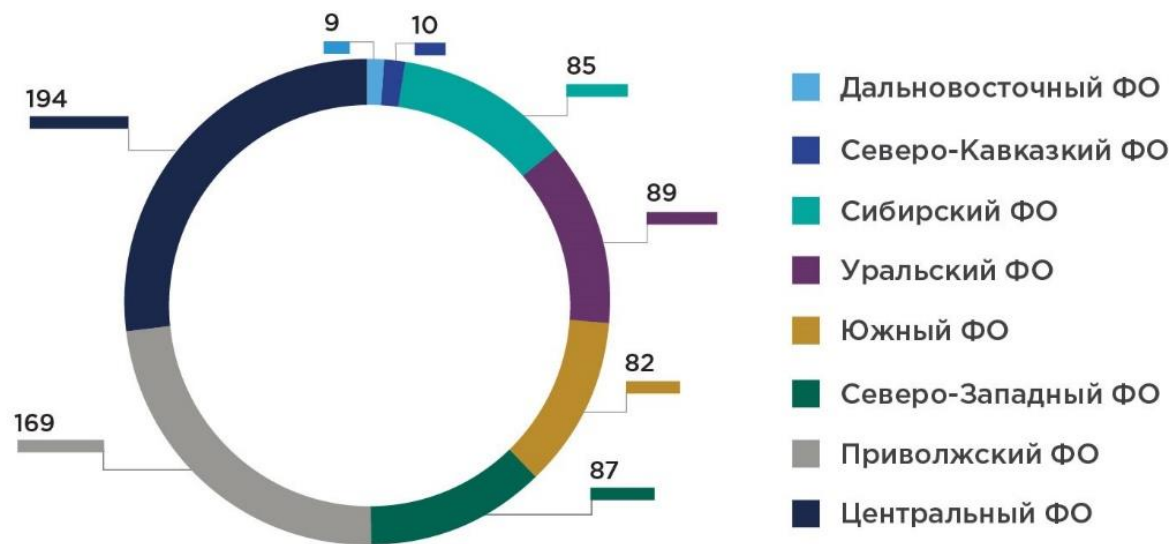


Рис. 15. Динамика количества автодилеров в России



Источник: Автостат

Рис. 16. Присутствие китайских автодилеров по округам на январь 2022



Источник: Автостат

**Обострившаяся геополитическая ситуация может также способствовать увеличению доли китайских автомобилей на российском рынке, которая и так росла последние годы.** Соответственно, и количество дилер-центров китайских брендов может возрасти. Китайские автопромышленные компании могут извлечь максимальную выгоду из ситуации, когда на Россию накладываются санкции и, следовательно, европейские, японские и американские бренды уходят с российского рынка. Причем, как отмечают эксперты, стоит ждать не только увеличение выпускаемых машин брендов, которые уже присутствуют на нашем рынке, но и появление новых марок.





## Ситуация после 24 февраля 2022: как повлияли санкции на авторынок

Согласно прогнозам аналитического объединения S&P Global Mobility, в **2022 и 2023 годах** ожидается **сокращение мирового производства легковых машин** из-за экономических проблем, связанных с ухудшением геополитической ситуации. Количество автомобилей может уменьшиться на 2,6-4 млн.

**При оптимистичном раскладе** (сокращении на 2,6 млн) Европа потеряет 1,7 млн единиц, миллиона из которых рынок лишится из-за пониженного спроса и ограниченного экспорта на рынках России и Украины. Оставшиеся потери в 700 тыс. эксперты связывают с недопоставками важных комплектующих. За март этого года компании BMW и Volkswagen уже уменьшили объемы производства, так как украинские заводы прекратили поставлять жгуты электропроводки.

**При пессимистичном раскладе** за два года производство снизится на **4 млн** автомобилей, а за ближайшие восемь лет (с 2022 по 2030) – на 25 млн.

Из-за санкций рвутся цепочки поставок, что ведет к сокращению или остановке производства многих брендов. Кроме того, следует ожидать роста цен на энергоносители и сырье. К примеру, возможно нарушение логистики по поставкам палладия, 40% которого экспортируется из России. Недопроизводство машин скажется на отложенном спросе: хотя неудовлетворенную покупательскую способность, которая на начало 2022 года составляла 12% (нехватка 10 млн машин), к середине марта удалось сократить на треть.



## Автопроизводители покидают российский рынок

Надо отметить, что пока ни один из игроков массового сегмента не заявил об окончательном уходе, однако деятельность приостановили или временно свернули многие.

- **Audi** приостановила деятельность в России 25 февраля: прекратились поставки, на российский рынок успели поступить те машины, которые на тот момент уже прошли таможенную процедуру.
- **BMW** сообщили об уходе с российского рынка 1 марта: были прекращены поставки, а также остановлена работа завода «Автотор» в Калининграде. Причем из-за нарушения логистики бренд приостановил и работу зарубежных своих предприятий.
- **Rolls-Royce**, хотя Россия была крупнейшим рынком сбыта марки в Европе.
- **Infiniti, Lamborghini, Porsche** - дилерские центры продолжают торговать машинами, которые были оплачены Россией ранее.
- **Jaguar Land Rover, Ferrari, Mercedes-Benz, Ford, Nissan, Honda, Toyota** (из-за нарушения логистики).
- **Volkswagen AG** - прекращено производство Volkswagen и Skoda на заводах в Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде.
- Один из немногих китайских брендов, который покинул Россию – **Changan**. Компания прекратила производство на заводе «Юнисон» в Беларуси, где собирались и кроссоверы для поставок в России.

## Однако многие производители автомобилей, в основном китайские и корейские бренды, продолжают деятельность в России:

- Зато корейские автопроизводители **Hyundai** и **Kia** уходить с российского рынка не планируют: машины этих брендов в России пользуются высоким спросом. А за февраль этого года Kia реализовала 15 001 автомобиль, хотя это и меньше на 9% по сравнению с февралем 2021 года.
- **Mazda** также пока остается на российском рынке: сборка моделей Mazda6, CX-5 и CX-9 продолжается во Владивостоке.
- Концерн **Stellantis** продолжает работу завода в Калуге: там собираются коммерческие автомобили Peugeot, Citroen и Opel и легковые автомобили Citroen C4 Sedan и Peugeot 408.
- Другие китайские марки (**Chery** и **EXEED**) хоть временно прекратили закупку автомобилей для России в феврале из-за нестабильности рубля, все-таки возобновили производство и на российском рынке остались. В России Chery торгует кроссоверами Tiggo 8 Pro, Tiggo 8, Tiggo 7 Pro и Tiggo 4. По данным АЕБ, в феврале было продано 2907 машин этой марки (+45%).
- Еще один китайский бренд **Dongfeng** (не самый популярный на российском авторынке) продолжает продажи: даже увеличил стоимость своей единственной модели в России (кроссовера DFM 580) на 200 тыс. рублей.
- Также прекращать поставки не стала китайская марка **GAC Motor**: в планах у компании в 2023 году завести на российский авторынок кроссовер GS8 второго поколения, помимо уже присутствующих в России внедорожников GS5 и GS8 и минивэна GN8.
- Не собираются прекращать сотрудничество с Россией и **Geely**, и **Haval**. За февраль бренд Geely реализовал на 82% больше машин на российском рынке, чем за аналогичный период 2021 года, (2188 шт.).



Рис. 17. Продажи китайских машин с 2018 по 2021



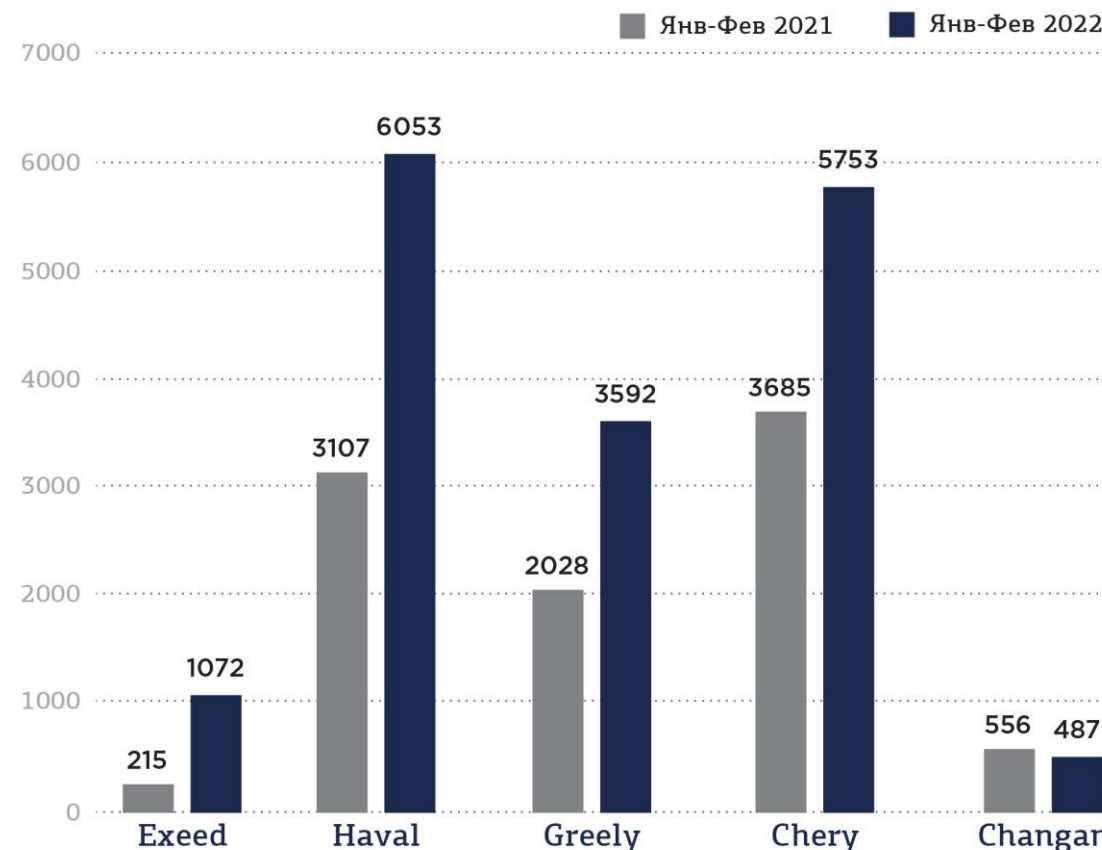
Источник: Автостат

Продажи китайских автомобилей и так росли последние несколько лет.

К тому же, продажи всех китайских брендов, которые присутствуют на российском авторынке, **возросли** в первые два месяца этого года. Лишь продажи Changan **упали на 12%**. В общей сложности за первые два месяца года реализация китайских авто выросла на 72% (в 2022 – 17 545, в 2021 — 10 203).

**Скорее всего, в 2022 году Китай займет еще большую долю российского авторынка.**

Рис. 18. Продажи популярных китайских марок в январе-феврале двух последних лет



Источник: Автостат

## Перспективы развития российской автомобильной промышленности

Несмотря на то, что определенный сегмент рынка займут китайские бренды, некоторые эксперты предполагают, что российский автопром и авторынок могут пойти по иранскому пути. В отношении Ирана были введены массовые санкции в 2012 году: объем иранского авторынка 2011 года (1,59 млн машин) сопоставим с объемом российского рынка накануне санкций (1,54 млн в 2021 году); оба государства в экономическом плане сильно зависят от нефти, а также и Россия, и Иран стремятся создать масштабный собственный автопром. Если Россия все-таки повторит путь Ирана, тогда в следующем году (2023) стоит ждать уменьшение рынка примерно в два раза по сравнению с показателями 2021 года.

Очевидно, что в связи с уходом с российского рынка большинства иностранных брендов (в первую очередь западных) продажи в марте должны были упасть. По данным Автостата, в марте 2022 российский авторынок просел на 43% по сравнению с мартом прошлого года. А согласно информации АЕБ, реализация автомобилей сократилась на 63%. Разница в 20% выходит из-за различий в данных, которые анализируются: Автостат сравнивает конечные продажи, а АЕБ – данные об отгрузке автомобилей.

По данным АЕБ, в марте в России купили **55 тыс. автомобилей** (легковых и легких коммерческих) – год назад в марте было продано **149 тыс. автомобилей**



Табл. 1. Динамика продаж марок на российском рынке по объему за март

Источник: АЕБ

Марка	Март		%
	2022	2021	
<b>АВТОВАЗ (LADA)</b>	12 289	33 779	-64%
<b>Kia</b>	6 336	20 057	-68%
<b>Hyundai</b>	4 909	15 332	-68%
<b>Renault</b>	4 072	11 659	-65%
<b>Toyota</b>	3 231	10 278	-69%
<b>GA3 (LCV)</b>	2 886	4 521	-36%
<b>Skoda</b>	2 803	9 737	-71%
<b>Nissan</b>	2 699	5 705	-53%
<b>Volswagen</b>	2 435	9 442	-74%
<b>УАЗ</b>	2 206	2 733	-19%
<b>Mazda</b>	1 621	2 689	-40%
<b>Haval</b>	1 573	2 833	-44%
<b>Geely</b>	1 492	1 732	-14%
<b>Ford (LCV)</b>	874	1 409	-38%
<b>Mitsubishi</b>	801	2 230	-79%
<b>Audi</b>	585	1 625	-64%
<b>Cheryxeed</b>	505	309	63%
<b>Chery</b>	498	2 398	-79%
<b>Peugeot</b>	323	736	-56%
<b>Changan</b>	311	485	-36%
<b>Suzuki</b>	305	931	-67%
<b>Lexus</b>	229	2 491	-91%
<b>Volvo</b>	224	798	-72%
<b>Subaru</b>	206	674	-69%
<b>Porsche</b>	192	703	-73%
<b>Land Rover</b>	155	633	-76%

Марка	Март		%
	2022	2021	
<b>Citroen</b>	155	371	-58%
<b>FAW</b>	154	240	-36%
<b>Isuzu</b>	153	27	467%
<b>Volkswagen (LCV)</b>	142	555	-74%
<b>Infinity</b>	110	234	-53%
<b>Genesis</b>	102	245	-58%
<b>Jeep</b>	98	121	-19%
<b>Chevrolet</b>	82	43	91%
<b>DFM</b>	80	0	-
<b>Opel</b>	70	124	-44%
<b>Honda</b>	42	139	-70%
<b>Cadillac</b>	37	302	-88%
<b>Great wall</b>	33	0	-
<b>Hino</b>	27	0	-
<b>Iveco</b>	27	40	-33%
<b>GAC</b>	22	68	-68%
<b>Fiat</b>	19	113	-83%
<b>Jaguar</b>	15	19	-21%
<b>Foton</b>	1	11	-91%
<b>Ford</b>	0	0	-
<b>Brilliance</b>	0	22	-
<b>Lifan</b>	0	76	-
<b>Zotye</b>	0	6	-
<b>Chrysler</b>	-	0	-
<b>Hyundai (LCV)</b>	-	1	-
<b>Итого</b>	55 129	148 676	-62,9%



В минус ушли большинство марок. Не так сильно просели отечественные УАЗ и ГАЗ (на 19% и 36% соответственно) в отличие от АВТОВАЗА, чьи продажи сократились на 64%. Причина тому – дефицит комплектующих (в частности, электронных). Поэтому компания решила даже выпускать Lada Niva и Lada Granta без ABS (антиблокировочной системы колес), EPS (динамической системы стабилизации), без ЭРА-ГЛОНАСС (спутниковой системы аварийного оповещения: ее можно не ставить до середины 2022 года).

**Есть основания предполагать, что рынок за этот год может потерять в объеме 50-70%.**

Для зарубежных производителей автомобилей и мототехники из стран, не наложивших ограничения на торговлю с Россией, сейчас может быть целесообразен, как минимум, анализ потенциала российского рынка и его емкости. Шоковое состояние населения и бизнеса сходит на нет, предприниматели и граждане приспосабливаются к санкционным условиям, а значит, восстанавливается и спрос, в том числе на автомобили.

В ситуации, когда большинство брендов, плотно занимавших рынок последние десятилетия, вынуждены были уйти по тем или иным причинам, высвобождаются привлекательные ниши, заняв которые производитель сможет через несколько лет значительно увеличить свою долю российского рынка.



# Свяжитесь с нами

## По вопросам проведения аналитических исследований



### АЛЕКСАНДРА ШНИПОВА

Заместитель руководителя практики  
Управленческого консалтинга

☎ +7 (495) 740-16-01

✉ [contact@delprof.ru](mailto:contact@delprof.ru)

🌐 [www.delprof.ru](http://www.delprof.ru)

## По вопросам подготовки экспертных комментариев и статей



### АЛЕКСАНДРА ПАШКЕВИЧ

Ведущий маркетолог  
Департамента маркетинга и PR

☎ +7 (495) 740-16-01 (доб. 1048)

✉ [pashkevich@delprof.ru](mailto:pashkevich@delprof.ru)

🌐 [www.delprof.ru](http://www.delprof.ru)

Представленные в документе мнения учитывают ситуацию на дату публикации материала и могут быть неактуальными на момент прочтения. Документ носит исключительно ознакомительный характер и не может служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа «ДЕЛОВОЙ ПРОФИЛЬ» не несет ответственности за действия, совершенные на основе изложенной в документе информации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

