

ВНУТРЕННЕЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ СТЕКЛЯННОЙ ТАРЫ

В. Пашин, аналитик, «ВладВнешСервис»

Если в сегменте стеклбанок нужды потребителей превосходят производственные возможности, ввиду чего в отрасли возникает дефицит продукции, то в сегменте стеклбутылок дефицит уже можно считать уходящим явлением.

По данным Росстата за 10 месяцев 2009 года было произведено 10,3 млрд бутылок. За тот же период было импортировано 152 млн бутылок и 629,8 млн экспортировано, о чем свидетельствует статистика Федеральной таможенной службы. Таким образом «видимое внутреннее потребление» стеклбутылок за 10 месяцев 2009 года составило 9822,2 млн шт.

ЕСЛИ Б БЫЛО МОРЕ ПИВА ...

На пивную отрасль приходится львиная доля потребления стеклотары. На первый взгляд падение производства пенного напитка не столь уж и заметное. Если в январе – октябре прошлого года было сварено 9795 млн литров, то за аналогичный период 2009 года – 9116 млн литров. Всего на 7 % меньше. В абсолютных величинах падение производства составило 679 млн л. Кстати, как видно из диаграммы (рис. 1) в октябре объемы производства впервые за весь год превысили показатели 2008 г. В то же время, в 2009 году существенно сократился премиум сегмент и увеличился выпуск дешевых сортов пива.

По результатам исследования Союза российских пивоваров, проведенного в 2006 году, доля стеклбутылки как упаковки для пива стабильно снижалась (рис. 2). В 2001 году она составляла 71,1 %, а в 2005 году всего 43,7 %. Алюминиевая банка и ПЭТ упаковка, наоборот, с каждым годом увеличивали свое присутствие на полках магазинов. Доля алюминиевой банки за 5 лет выросла в 5,5 раз – с 2,4 % в 2001 году до 13,2

% в 2005. ПЭТ упаковка росла не так стремительно – всего в 1,6 раза.

В 2006 году по данным Росстата производство газированного пива, то есть разливаемого в стеклбутылку и алюминиевую банку составило 5817,3 млн литров. Всего же за 2006 год российскими пивоварами было сварено 9986,0 млн литров напитка. Таким образом, совокупная доля бутылочного и баночного пива составила 58,3 %. Соответственно, на долю ПЭТ упаковки пришлось 41,7 % произведенного пива.

В 2007 году в банку и бутылку было разлито уже 6682,4 млн л. пива, или 55,8 % от общего объема производства, а в 2008 году – 55 %.

По данным компании Rexam - одного из лидеров мирового рынка потребительской упаковки, в алюминиевую банку в 2006 году разливалось 13,5 % произведенного в России пива. К 2007 году доля алюминия в общем объеме упаковки выросла до 14 %. То есть рост составил 0,5 % в год. Таким образом, можно предположить, что в 2009 году в алюминиевую банку должно разливаться порядка 15 % пива.

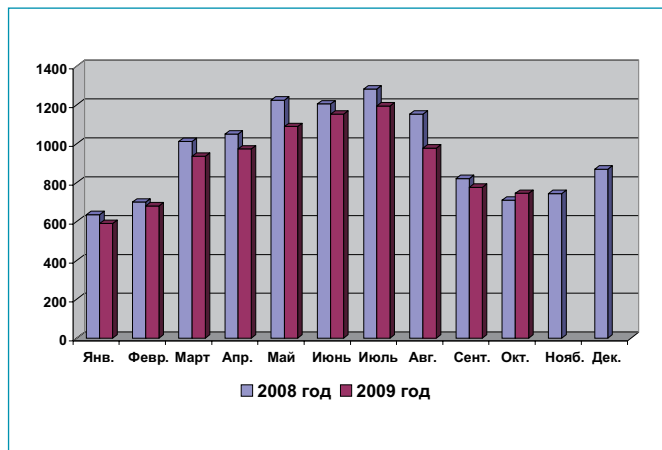


Рис. 1. Производство пива в 2008 и 2009 гг., млн л

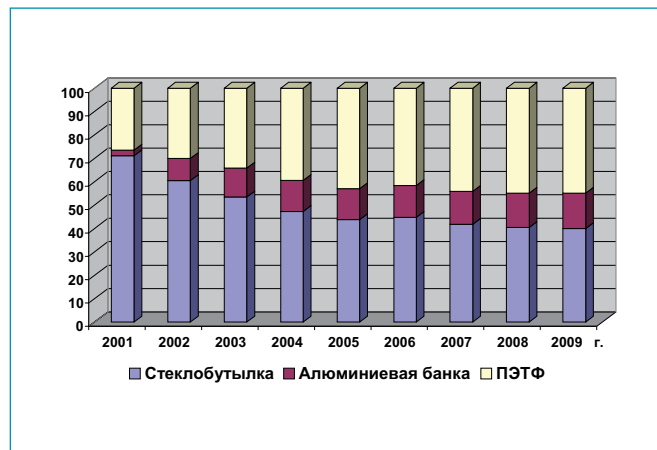


Рис. 2. Доли различных видов упаковки при использовании в качестве пивной тары

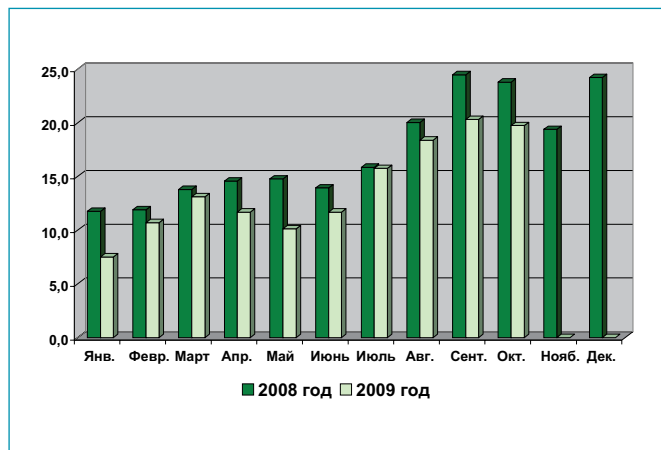


Рис. 3. Производство шампанского в 2008 и 2009 гг., млн л

При сохранении существующих темпов роста доли альтернативной упаковки в 2009 году в ПЭТ и алюминиевую тару было разлито порядка 60 % произведенного в России пива. На долю стеклотары соответственно пришлось 40 %, или 3646,4 млн л. Таким образом, потребность российских производителей пива в стеклянной таре можно оценить в 7292,8 млн бутылок в 0,5 литровом исчислении.

IN VINO VERITAS

За 10 месяцев 2009 года в России было произведено 139,6 млн л. шампанских и игристых вин (рис. 3). На 15,2 % меньше чем за аналогичный период 2008 года. В абсолютных величинах падение производства составило 25,3 млн л. Учитывая тот факт, что шампанские и игристые вина разливаются только в стеклянную тару, причем, преимущественно вместимостью 0,75 л, потребность в шампанской бутылке по итогам 10 месяцев 2009 года составила 186,1 млн шт.

Также за период с января по октябрь 2009 года в России было произведено 412,8 млн л виноградных вин, что на 4,5 % или на 19,4 млн л. меньше чем годом ранее. Плодовых вин за то же время было произведено 36,3 млн л – на 7,5 % больше чем в прошлом году (рис. 4). В абсолютных величинах рост производства составил сравнительно небольшую величину 2,5 млн л.

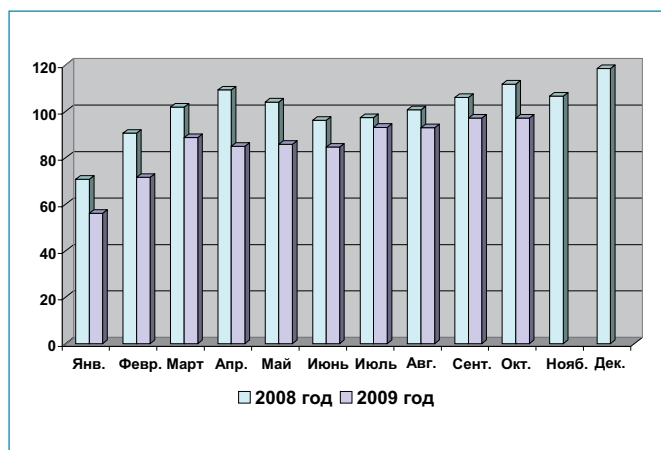


Рис. 5. Производство водки и ЛВИ в 2008 и 2009 гг., млн л

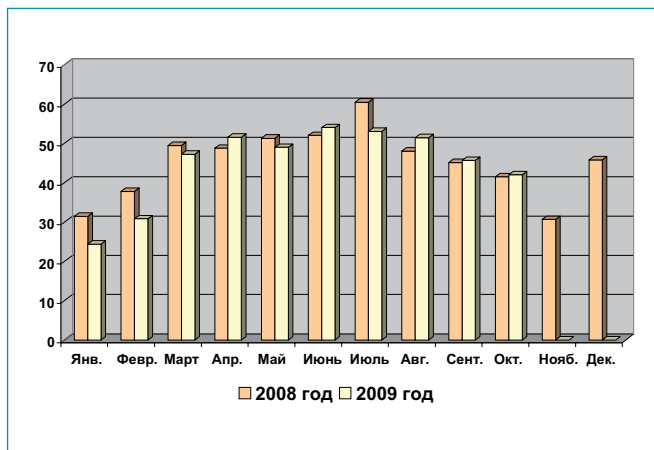


Рис. 4. Производство виноградных и плодовых вин в 2008 и 2009 гг., млн л

Российские производители и потребители вина очень привязаны к традиционной стеклянной бутылке, хотя с приходом на отечественный рынок альтернативных видов упаковки, ее позиции значительно ослабли. За последние два года доля стеклотары среди всех видов винной упаковки, используемых в рознице, упала ниже 70 % (здесь учитываются в том числе и вина иностранного производства). Так, по данным Российского союза виноградарей и виноделов в 2008 году отечественные предприятия произвели более 140 млн л вина в картонной упаковке (Тетра Пак и BAG-IN-BOX). Учитывая, что в 2008 году российскими производителями было выпущено 502,88 млн л виноградного вина и 39,65 млн л плодового, доля альтернативной упаковки составила 26 %.

При сохранении процента использования альтернативной упаковки на уровне прошлого года, потребность винодельческих предприятий в стеклянной таре можно оценить в 474,8 млн бутылок вместимостью 0,7 литра.

С учетом дальнейшего роста доли альтернативной упаковки, потребности предприятий-производителей вина в стеклотаре могут существенно сократиться. Таким образом, суммарные потребности винной промышленности в стеклотаре за исследуемый период составили порядка 661 млн бутылок

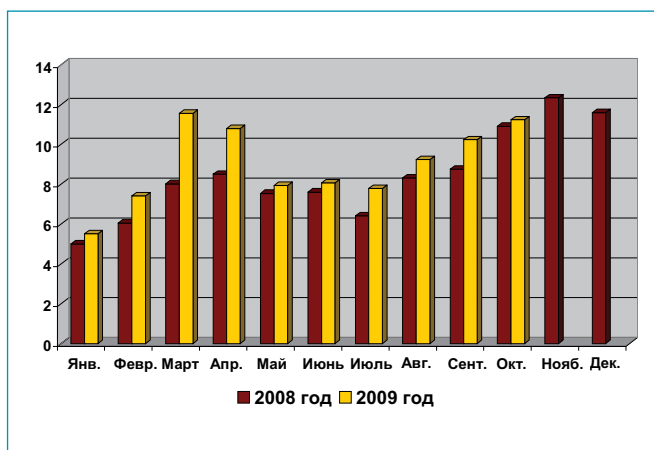


Рис. 6. Производство коньяка в 2008 и 2009 гг., млн л

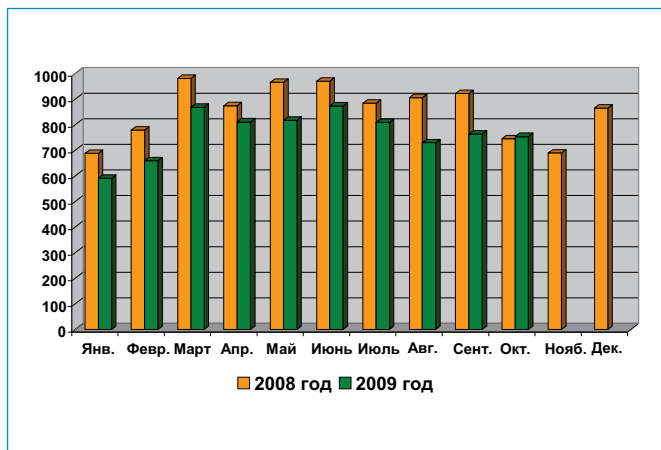


Рис. 7. Производство плодо-овощных консервов, млн усл. банок

«ИСКОННО РУССКИЙ НАПИТОК»

С января по октябрь 2009 года в стране было произведено 852,2 млн л водки и ликероводочных изделий (рис. 5). Это на 13,8 % меньше чем годом ранее. В абсолютных величинах падение производства составило 136,1 млн л.

Также за 10 месяцев 2009 года было выпущено 88,8 млн л коньяка (рис. 6). Что на 15,1 % больше, чем за аналогичный период 2008 года. В абсолютных величинах рост производства составил 11,7 млн л.

Традиционно 100 % этого вида продукции разливается в стеклянную тару. Для этой цели используется, как правило, бесцветная стеклотару. Водка и коньяк разливаются в тару вместимостью от 0,1 до 5 литров, однако основная масса продукции разливается в 0,5-литровые бутылки, прочие же объемы также усредняются до 0,5 литра.

Таким образом, в период с января по октябрь 2009 года потребности ликероводочной и коньячной промышленности в таре составили не менее 1882 млн штук бутылок в 0,5 литровом исчислении.

СУХОЙ ОСТАТОК

Получается интересная статистика. Потребности пивной отрасли составляют 7292,8 млн бутылок, винодельческой – 660,9 млн штук и 1882 – ликероводочной. В сумме получается 9911,5 штук. А с учетом нужд производителей безалкогольных, слабоалкогольных и прочих напитков, на долю которых по данным Abercade приходится 16,2 % производимой тары, все 11751,8 млн. В то время как с начала года объем «видимого внутреннего потребления» составил лишь 9822,2 млн единиц стеклотары ...

Вопрос, откуда же взялись оставшиеся 1,9 миллиарда «лишних» бутылок? А вот это и есть та самая «оборотка», с которой полтора десятилетия борются стеклотарщики.

Из ликероводочного сегмента под предлогом борьбы с нелегальным производством «сорокоградусной» оборотную тару благополучно изжили. И сейчас производители «исконно русского напитка» даже «непремиальные» сорта стараются разливать в фирменную бутылку. В винодельческой отрасли наблюдается аналогичная

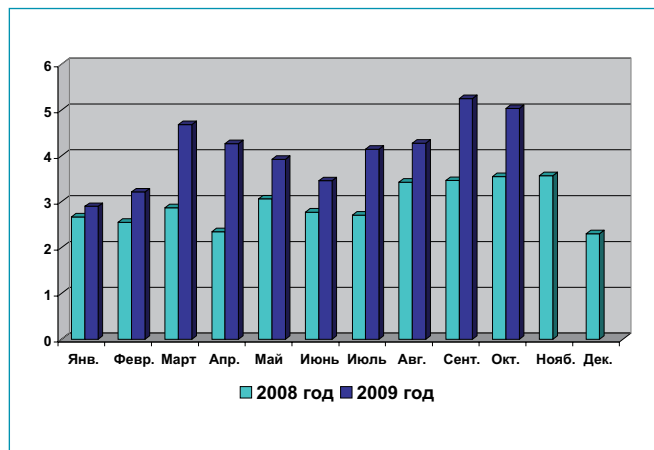


Рис. 8. Производство кофе, тыс. тонн

тенденция. Остается пиво. В советское время существовала норма – 94 % потребности пивоваренных заводов обеспечивала оборотная посуда. На сегодняшний день ее доля сократилась до 26 %. Как правило, в оборотную унифицированную тару разливаются дешевые сорта пива, бутылка которого в рознице стоит порядка 12–15 рублей.

ХРАНИТЕ ДЕНЬГИ В БАНКАХ...

В производстве стеклотары дела обстоят следующим образом. Падение производства по итогам 10 месяцев составило всего 5 %. Если за январь-октябрь 2008 года в России было выпущено 1137,1 млн стеклотары, то за аналогичный период этого года 1 081,1 млн штук.

В результате переналадки производства на ряде предприятий, произошли изменения в распределении объемов по географии производства. Попытка производителей Центрального и Сибирского округов традиционно специализирующихся на выпуске стеклотары, компенсировать снижение выручки за счет выпуска банки, привело к снижению долей Южного и Уральского федеральных округов, где расположены основные производители широкогорлой тары.

Причина снижения производства банальна. В связи с кризисом россияне стали меньше пить и закусывать. Про пиво, вино, водку было сказано уже выше, выпуск плодоовощных консервов также сократился. На целых 12 %. Если в 2008 году за период с января по октябрь российскими производителями было выпущено 8,7 млн условных банок, то в 2009 году – 7,6 млн штук (рис. 7).

А вот производство кофе наоборот выросло, причем сразу на 40 % (рис. 8). Связано это в первую очередь с вводом новых производств на территории России. Если за 10 месяцев 2008 года в стране было выпущено 29,5 тыс. т кофе, то за аналогичный период 2009 года уже 41,1 тыс. т.

Конечно внутреннее потребление того или иного вида стеклянной тары в конкретном федеральном округе или даже отдельном регионе может оказаться значительно интереснее нежели обобщенные «российские» показатели. Но это уже тема отдельного исследования. ■

Информационно-аналитическая компания ВладВнешСервис

Настроим на взлет

Информация для стратегических решений



- Доли участников
- Динамика продаж
- Детализация номенклатур
- Стоимость и логистика поставок
- Финансовые показатели
- Структура автопарков
- экспорт
- импорт
- производство
- ж/д перевозки



www.vvs-info.ru

Россия, 600017, Владимир, ул. Батурина, 39, оф. 407 т/ф: +7(4922) 33-07-12
+7(4922) 44-98-45

AKTIS_01_2010_E

ЕСТЬ ВОПРОСЫ?
АКТУАЛЬНЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ?

Звоните на горячую линию, задавайте вопросы, называйте темы публикаций. На страницах журнала будут опубликованы ответы и комментарии специалистов.

8-800 - 200 - 11-12
бесплатный звонок из любого региона России