



Рынок ламинации ПВХ-профиля России в 2021 г. «ДекорС»: итоги года и планы на 2022 год

О российском рынке ламинации оконных профилей, его современных трендах, итогах года уходящего и планах на год 2022 мы поговорили с экспертом в области экстерьерных пленок – Виталием Узбековым, генеральным директором компании «ДекорС» – официальным дистрибьютором компании Hyundai L&S, поставщиком материалов и оборудования для ламинации.

– Виталий Николаевич, сегодня вас с уверенностью можно назвать человеком, который стоял у истоков зарождения ламинационного бизнеса в России. Кроме того, ваша компания уже более 10 лет занимается поставками материалов для ламинации. Как эксперт, опишите современный рынок ламинации оконных профилей и его тренды.

– Фактически я начинал свой бизнес еще в далеком 1997 году. Поэтому на сегодняшний день уже почти 25 лет своей профессиональной жизни я посвятил этой интересной сфере оконного производства, я знаю ее досконально изнутри. С момента появления ламинации в России рынок значительно изменился. Когда я начинал, готовые окна еще возились прямо из Европы, а уж про ламинацию оконных профилей вообще мало кто слышал. Ламинационное оборудование имели единицы. Не было такого выбора поставщиков пленки как сейчас. Изменилось все.

Емкость рынка экстерьерных пленок России в 2021 году ориентировочно составит 9 млн м². Опираюсь я на данные таможенной статистики предыдущих лет. Раньше такое количество цветных окон и представить-то было сложно.

Ежегодно увеличивается количество компаний, приобретающих ламинационное оборудование. Теперь собственная ламинация практически по умолчанию всегда есть в компаниях, кто занимается экструзией профилей и на большинстве крупных оконных заводов, кто не хочет отдавать эту важную часть оконного производства на аутсорсинг и волноваться за сроки и качество.

Ламинационные цеха в рамках отдельно взятых производств масштабируются. Теперь для многих компаний четыре ламинационные линии на одном заводе – это уже совсем не редкость.

Когда в Европе ввели экологический налог, подержанные ламинационные линии на «холодном» клее массово стали продаваться в Россию. Сегодня все чаще приобретается новое оборудование, как правило турецкое, если важна скорость и качество ламинации.

Изменился рынок поставщиков ламинационных пленок. Если раньше кроме немецких пленок не было никаких других, то сейчас переработчик может выбирать, переключившись ли ему за раскрученную марку или остановить свое внимание на чуть менее известном, но сбалансированном по цене и качеству корейском бренде Hyundai, например. Выбор теперь есть, производителей пленок представлено много.

Сегодня все чаще переработчики обращают внимание не только на цену экстерьерных пленок, но и на технологичность продукта. Продавать дешевые окна с дешевыми интерьерными пленками без акрила могут все, кого не волнует, что будет с собственной компанией через год. Те же производители, кто заинтересован в качестве изделий и дорожит репутацией своей компании, все чаще выбирают пленки с усиленной защитой и слоем РММА (акрила) не менее 70 мкм. Особенно актуальным это становится в условиях ухудшения качества



Выставка Eurasia Window Fair 2021 г. (Стамбул).
Стенд компании Aktif

ПВХ-профилей из-за дороговизны сырья. Частично компенсировать эти моменты можно используя пленку с усиленной защитой, в том числе от перегрева. Ведь 70 мкм РММА (акрила) – это не только защита от выцветания и механическая защита от повреждений, но и более надежная защита от нагревания профиля.

Наши клиенты сегодня выбирают не только какой-то определенный бренд пленки или клея, но и сервис со стороны поставщика, комплексный подход к продаже. Компания «ДекорС» ежегодно помогает запускаться не одному десятку ламинационных производств как в России, так и в странах бывшего СНГ. Помимо того что мы обеспечиваем клиента всеми необходимыми материалами и оборудованием для ламинации, мы также обучаем сотрудников производства, делимся работающими технологиями. Профессионалам в ламинации мы оказываем высококлассный технический сервис.

К большому сожалению, в ковидные времена современный российский рынок ламинации оконных профилей не отличается былой стабильностью цен и поставок. Лихорадит абсолютно всех. И производителей пленки, клея и оборудования. Даже безупречные «немцы» в этом году работают со сбоями. То цены меняются при каждой новой поставке, то чего-то нет на складе. Мы, к сожалению, в этом отношении тоже не идеальны. Из-за большого транспортного плеча с Сеулом, перегрузки портов, сбоев в контейнерных перевозках довольно часто в этом году пленки приходили с опозданием.

– Виталий Николаевич, как вы оцениваете уходящий год? Насколько он был успешен для «ДекорС»?

– Не буду кривить душой, это был самый сложный, но одновременно самый интересный год за всю историю «ДекорС». Мы от-

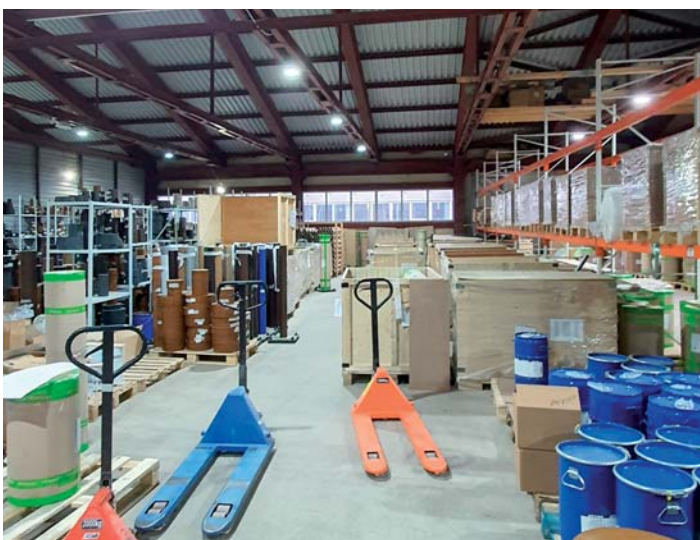


Завод компании VERMAK (Стамбул)

метили 10 лет компании. Мы сделали ставку на компанию Hyundai L&C и перестали быть дилерами LG. Турецкая компания Vermak стала производить по нашему спецзаказу ламинационное оборудование. В этом году мы запустили не один десяток новых клиентов. Мы приняли участие в международной выставке. Мы сэкономили основной костяк своих клиентов и не потеряли их при переходе на новую пленку и при сложностях в поставках. Мы сохранили свой объем продаж на прежнем уровне, а значит, наши клиенты нам поверили и выбирают Hyundai! Наш самоклеящийся HPL-лист, который мы производим в Екатеринбурге, настолько востребован у наших клиентов, что весь год мы проработали практически без складского запаса: все что производилось – тут же отгружалось. Наш коллектив обновился, в команду пришли новые сотрудники. Мы стали опытнее, сильнее и крепче!

– Какие планы у «ДекорС» на 2022 год?

– В первую очередь мы наладим логистические цепочки и решим вопрос со стабильностью поставок. Наши партнеры ждут от нас этого, и мы это сделаем.



Склад компании «ДекорС» (Солнечногорск)

Самая главная наша цель на 2022 год – предоставить максимальному количеству клиентов в России и странах ближнего зарубежья, на мой взгляд, наилучший продукт – экстерьерную пленку Hyundai. За 25 лет работы я прекрасно научился разбираться в пленках. Совсем не случайно мы выбрали для себя высокотехнологичную пленку Hyundai и стали официальными дистрибьюторами. Выбор не был простым для «ДекорС», ведь в то же время мы отказались от пленки LG (теперь она называется по-новому LX), которую продавали более 10 лет, все было отработано годами, клиент сам спрашивал этот продукт. Но для того чтобы рынок поверил в LG и захотел LG, изо дня в день, из года в год нам приходилось доказывать, что этот продукт не уступает немецкому аналогу. Многие клиенты из-за своей осторожности и неверия годами платили за пленку больше, чем могли бы, и это были значительные суммы упущенной выгоды.

Теперь нам приходится делать то же самое с пленкой Hyundai. Много клиентов перешли на нее, доверяя компании «ДекорС», нашим знаниям, опыту. Есть, конечно, и те, кто, наверняка, потеряет 10 лет и деньги и тоже начнет работать на Hyundai.

Дополнительную уверенность в продукте нам придает опыт турецких коллег из компании Aktif, которые 18 лет продавали израильскую пленку, но перешли на Hyundai 4 года назад. В Турции, где активное солнце и приморский климат, пленку Hyundai со слоем PMMA (акрила) 70 мкм и нанесенным слоем праймера клиенты приняли просто «на ура». Все клиенты Aktif, кто попробовал Hyundai, остались на этой пленке и работают на ней по сей день. Кроме того, прежде чем предложить пленку Hyundai своим клиентам, мы отдали продукт в независимую лабораторию на дополнительные испытания. Протокол испытаний говорит о том, что экстерьерная пленка Hyundai может служить 24 года без значительных изменений цвета, блеска и структуры. И это замечательные показатели долговечности.

Мы убеждены, что предоставляем российским ламинационным производствам лучшее – экстерьерную пленку Hyundai. Мы верим в этот продукт и готовы рассказывать про него снова и снова, до тех пор, пока клиенты тоже поверят в него!

ООО «ДекорС»
Тел.: (800) 301-4330, (800) 551-1607
звонок по России бесплатный
www.hyundai-film.ru