

Что общего между автомобилями и газовыми котлами?

Автомобильная промышленность, как одна из наиболее важных и конкурентных в современном мире, оказывает влияние на многие отрасли. И если посмотреть на её развитие, то можно предположить, как будут меняться и другие рынки, в том числе котельный. Давайте попробуем разобраться, какие черты и тренды, существующие на автомобильном рынке, можно использовать для понимания будущего рынка отопительных котлов.

Автор: Алексей МИШУКОВ,
коммерческий директор De Dietrich

De Dietrich является редким примером мирового производителя, который в разное время занимался производством и того, и другого. В начале XX века с заводских конвейеров компании сходили автомобили под маркой De Dietrich и Lorraine-Dietrich (как пример — та самая «Антилопа-Гну» из «Золотого телёнка», принёсшая известность марке «Лорен-Дитрих» среди российской публики). Параллельно с этим началось изготовление печей и плит, а в дальнейшем — производство котлов. На чугунолитейном заводе в городе Нидербронне и сейчас, наряду с теплообменниками, производятся элементы для автомобилей и тракторов.



❖ В начале XX века De Dietrich выпускал автомобили под марками De Dietrich и Lorraine-Dietrich

В котельной и автомобильной индустрии больше общего, чем может показаться на первый взгляд. Несложно проследить общие черты в организации продаж, сервисного обслуживания, поставок запчастей, а также в географии производителей. И в котлах, и в автомобилях происходит сгорание топлива, есть несколько рабочих сред, в современных моделях применяется электроника, а специфика режима работы влияет на ресурс оборудования и требует регулярного обслуживания. При желании можно обнаружить сходство в используемых материалах и конструкциях элементов.

Можно выделить три наиболее значимых объединяющих фактора:

- ❑ необходимость обслуживания;
- ❑ специфика парка, находящегося в эксплуатации;
- ❑ внедрение современных цифровых технологий.

В котельной и автомобильной индустрии больше общего, чем может показаться на первый взгляд. Несложно проследить общие черты в организации продаж, сервисного обслуживания, поставок запчастей и прочего

Сервисное обслуживание

В России рынок цивилизованного автосервиса начал появляться лишь в 1990-е годы и полностью сформировался ближе к концу «нулевых», то есть очень быстро, буквально за десять лет. Это сопровождалось стремительным ростом парка совре-

менных импортных автомобилей, которые было практически нереально обслуживать в «гаражах». Напротив, фирменные автосервисы имели весь необходимый инструмент и оборудование, а также обученных специалистов. Покупатели достаточно быстро поняли необходимость технического обслуживания от авторизованных производителями автодилеров, а плановое ТО стало нормой, необходимой в том числе для сохранения гарантии.

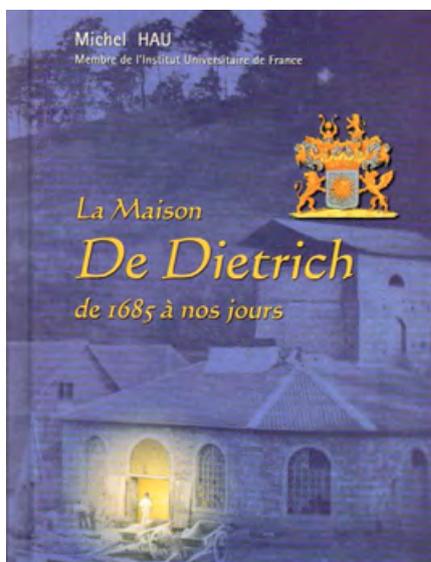
В котельном бизнесе сфера сервисных услуг до сих пор находится в стадии формирования, как с точки зрения компетенций и технической вооружённости представленных на рынке компаний, уровень которых неоднороден, так и с точки зрения степени понимания у потребителей. Условно говоря, не у каждой сервисной организации есть газоанализатор, и не каждый владелец дома осознает необходимость ежегодного обслуживания котла.

Ситуация меняется постепенно, и это можно считать как основным ограничением, так и одновременно основной возможностью для внедрения более технологичного оборудования. Очевидно, что возможность массового применения современных котлов будет возникать только тогда, когда на рынке будет достаточно специалистов, способных грамотно проектировать, монтировать и обслуживать такие системы отопления.

Изменение парка

Парк автомобилей или установленных котлов сам по себе является фактором формирования большого бизнеса вокруг него, связанного с ремонтом, обслуживанием и дальнейшей заменой.

По данным маркетингового агентства BRG Consult, за прошлый год около 12,5 млн домохозяйств в России отапливались газовыми котлами (или 87% от общего числа домов с индивидуальным отоплением). Из них более 7 млн домов имели старые отечественные котлы типа АОГВ, около 5 млн — настенные котлы преимущественно импортного производства, порядка полумиллиона —



❖ Книга «Дом Де Дитриш с 1685 года по настоящее время» автора Мишеля Хау тщательно реконструирует историю семейства французских промышленников De Dietrich

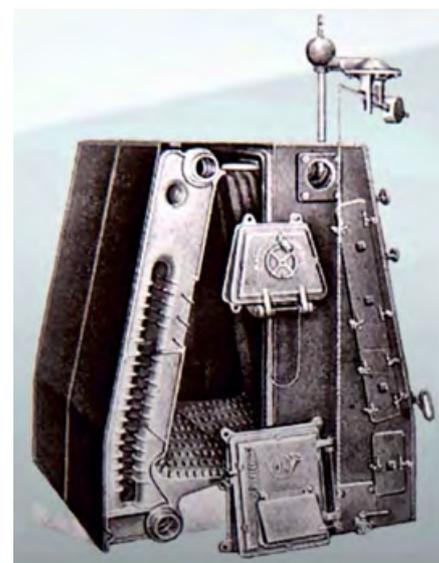
импортные чугунные котлы, а также 87 тыс. — котлы конденсационного типа. При этом в новых домах, где применены современные строительные технологии и материалы, практически не используются котлы типа АОГВ. В определённом смысле нынешнее положение котельного бизнеса можно сравнить с ситуацией на

автомобильном рынке лет десять назад, когда самой популярной и распространённой моделью был ВАЗ-2107, сходящий с конвейера в почти неизменном виде более 30 лет. Закончилось это тем, что в 2012 году «АвтоВАЗ» прекратил производство «классики», при том, что на тот момент спрос сохранялся, а парк насчитывал несколько миллионов автомобилей. Даже без подобных радикальных событий на котельном рынке можно ожидать, что парк АОГВ будет постепенно уменьшаться, уступая место современному оборудованию, в первую очередь недорогим моделям настенных котлов. Принципиальным отличием последних является использование электроники, а это значит, что большой массе специалистов по монтажу и обслуживанию в разных регионах, ранее работавших в основном со старыми котлами, так или иначе придётся приобрести новые знания и навыки.



De Dietrich в автомобилестроении

В конце XIX века легендарная семья французских промышленников De Dietrich («Де Дитриш» по-французски или «Дитрих» по-немецки), навсегда вписавшая себя в летопись научно-технического прогресса человечества, расширила свою деятельность и занялась ультрасовременным на тот момент производством — автомобильным. В 1896 году семейство Де Дитриш реорганизовало свою компанию De Dietrich et Cie («Дитрих и К°»), занимавшуюся производством железнодорожных вагонов, на выпуск автомобилей. Новый производитель представил автомобиль De Dietrich 2HP собственной разработки на основе двухцилиндрового двигателя Амадея Болле, представителя знаменитой семьи французских изобретателей Болле. Далее появился четырёхцилиндровый De Dietrich Torpilleur («Торпеда»), который дебютировал в международной гонке Париж-Амстердам, заняв третье место. Компания наладила производство, и автомобили De Dietrich-Bollee заслужили в Европе прекрасную репутацию. В 1907 году название компании было изменено на двойное — Lorraine-Dietrich («Лорен-Дитрих»), где «Лорен» на французском языке означает «Лотарингия». Под этим именем производитель сотрудничал с известнейшими дизайнерами и конструкторами — Этторе Бугатти (ныне марка Bugatti), Леоном Тюрка и Симоном Мери (марка Turcat-Mery) — и выпустил множество популярных моделей автомобилей. В Россию автомобильная марка De Dietrich пришла в 1902 году, а в 1907-м в Москве на Большой Дмитровке, д. 30, открылся автомобильный салон Lorraine-Dietrich, потрясший москвичей парижской роскошью и множеством изумительных моделей «моторов» — от открытых дабл-фаэтонов до роскошных лимузинов с полностью закрытым кузовом. Автомобили Lorraine-Dietrich быстро стали известными и популярными в Российской империи.



❖ Ретро-котёл De Dietrich разработки 1950-х годов — это первый котёл мощностью 1 МВт

Парк напольных чугунных котлов будет оставаться достаточно стабильным в силу длительного срока службы оборудования этого типа, но производители начнут постепенно отходить от данной технологии, и в новых проектах она будет замещаться современными конденсационными решениями. В первую очередь речь идёт об объектах, где необходима мощность от 40 кВт и выше. Для De Dietrich на протяжении многих лет ключевым продуктом в этом сегменте были чугунные котлы, представленные на рынке РФ с середины 1990-х годов. В какой-то момент конденсационные модели стали догонять «чугун» по популярности и объёму продаж, однако долгое время продолжали рассматриваться как новация и устанавливались с осторожностью.



❖ Настенный газовый конденсационный котёл De Dietrich серии Naneo S

Здесь можно провести аналогию с постепенным изменением отношения потребителей к турбированным моторам, которые долгое время считались ненадёжными (отчасти заслуженно, отчасти из-за нехватки сервиса). Сейчас половина современных автомобилей оснащена производительными и экономичными наддувными моторами малого объёма — и это больше не вызывает никакого беспокойства. В 2019 году соотношение продаж чугунных и конденсационных моделей De Dietrich составило один к семи, то есть можно говорить, что рынок окончательно сделал выбор в пользу конденсационных котлов De Dietrich.

Стоит также учесть, что в Европе уже с 2015 года к установке разрешены исключительно конденсационные модели, и это редкий случай таких существенных различий стандартов ЕС и России применительно к любому виду продукции.

Цифровизация, применение современных технологий

Сейчас сложно представить автомобиль без «умной» электроники, как с точки зрения управления системами автомобиля, так и с точки зрения выводящих устройств и эргономики. Это является ещё одним подтверждением того, что времена ВАЗовской «классики» давно прошли. Ожидания потребителей в последние годы растут всё сильнее, и это касается не только автопрома, но и отопительных котлов — достаточно посмотреть на интерфейс современных моделей, чтобы увидеть общие черты с дисплеем автомобиля (или телефона). Не считая дисплеев Touch Screen, от применения которых производители отопительного оборудования отказываются в основном из-за более суровых реальных условий эксплуата-

ции, в остальном общие тренды затрагивают и котельную индустрию.

Можно выделить два новых требования к современному котлу, которые появятся в ближайшем будущем. Во-первых, подключение к Интернету и возможность удалённого управления, что постепенно станет стандартом отрасли. Стоит учесть, что котёл устанавливается на срок не менее 10–15 лет, а за это время технологии уйдут ещё дальше! Поэтому уже сейчас лучше выбирать котлы с возможностью соединения с «умными» термостатами и выходом в Сеть (как минимум с наличием разъёма OpenTherm).

Второе новшество заключается в возможности сбора и анализа данных за счёт «умной» электроники. В автомобилях это используется достаточно давно, а в отопительном оборудовании только начинает применяться. Уже сейчас на некоторых моделях котлов De Dietrich реализована

функция превентивного технического обслуживания: электроника фиксирует все циклы включений/выключений и часы работы основных узлов, при достижении определённого пробега происходит информирование владельца о необходимости обслуживания. В дальнейшем вся накопленная статистика на основании большой выборки сможет обрабатываться и с высокой степенью вероятности прогнозировать возможный выход из строя, необходимость превентивного ремонта.

Таким образом будет обеспечиваться бесперебойная работа и продление ресурса оборудования, а также возможность для производителей быстро реагировать на проблемы с качеством и работать над его постоянным повышением. Безусловно, такие разработки смогут вести не все, а только крупнейшие мировые производители, способные вкладывать десятки миллионов в НИОКР и уже обладающие соответствующим опытом.

Так, например, De Dietrich на протяжении более 30 лет развивает технологии систем управления для собственного котельного оборудования, а вышедшая в 2018 году модель Diematic Evolution является уже пятым поколением семейства автоматики Diematic.

Подведём итог всему вышесказанному. Действительно, между автомобильным и котельным бизнесом можно провести не одну параллель. В обоих случаях современные тенденции диктуют курс на развитие энергоэффективных, экологических, экономически выгодных решений, интуитивно понятной автоматики, на упрощение процессов эксплуатации и, в то же время, передачу сервиса и обслуживания профессионалам, а также на создание лаконичного, органичного и эргономичного дизайна. Хотелось бы отметить, что все эти векторы находят своё отражение в политике развития и производственных процессах De Dietrich. Так, инновации для компании — основа не только бизнеса, но и корпоративной философии. Благодаря инвестициям в научно-исследовательские разработки, при создании оборудования всегда используются новейшие технологии с целью экономии энергии и защиты окружающей среды.

Марка De Dietrich — это гарантия надёжности для любой модели, от массового бытового оборудования до сложного промышленного с высокотехнологичной электроникой. Качество системных решений, используемых материалов, высокий уровень производства, испытаний и контроля готового изделия — всё это способствует созданию долговечного продукта завтрашнего дня. ●

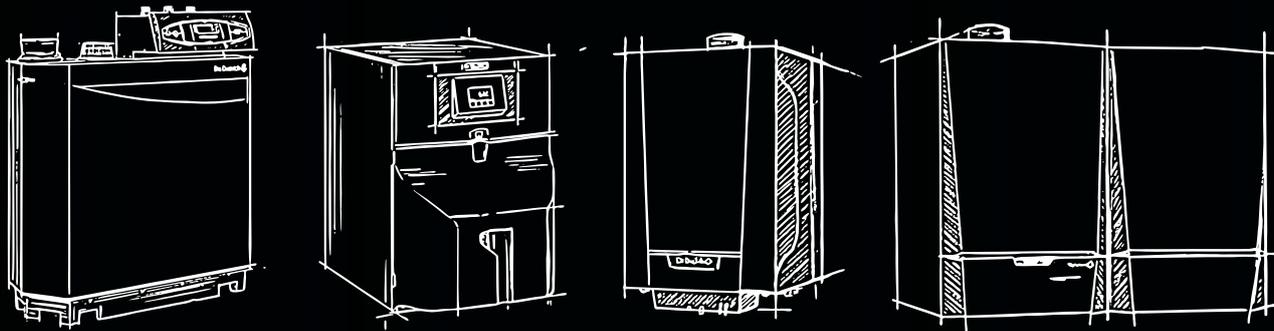


❖ Котёл De Dietrich серии Evolution с автоматикой пятого поколения семейства Diematic



De Dietrich

КОТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧНО & ЭКОНОМИЧНО



ООО «БДР Термия Рус»
129164, г. Москва, Зубарев пер., д. 15/1, офис 309
8 (495) 221-31-51, 8 800 333-17-18
info@dedietrich.ru
dedietrich.ru