



# РИНОК МЕТАЛУ З ПП 2024

---

ОГЛЯД УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ТА СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

# СЬОГОДНІ РОЗГЛЯНЕМО

**01**

---

Обсяги споживання  
металу із ПП

**02**

---

Імпорт металу із  
полімерним покриттям

**03**

---

Споживання за  
країнами походження

**04**

---

Внутрішнє  
виробництво PPGI

**05**

---

Експорт металу із  
полімерним покриттям

**06**

---

Світові тенденції

# СПОЖИВАННЯ МЕТАЛУ З ПОЛІМЕРНИМ ПОКРИТТЯМ 2019-2024



## Видиме споживання

У **2024 р.** об'єм видимого споживання металу з полімерним покриттям в Україні склав **292 тис. т**

## Тенденції зростання

Ріст споживання фіксується другий рік поспіль, проте його темп сповільнився до помірних **5,4%** порівняно з 2023 роком

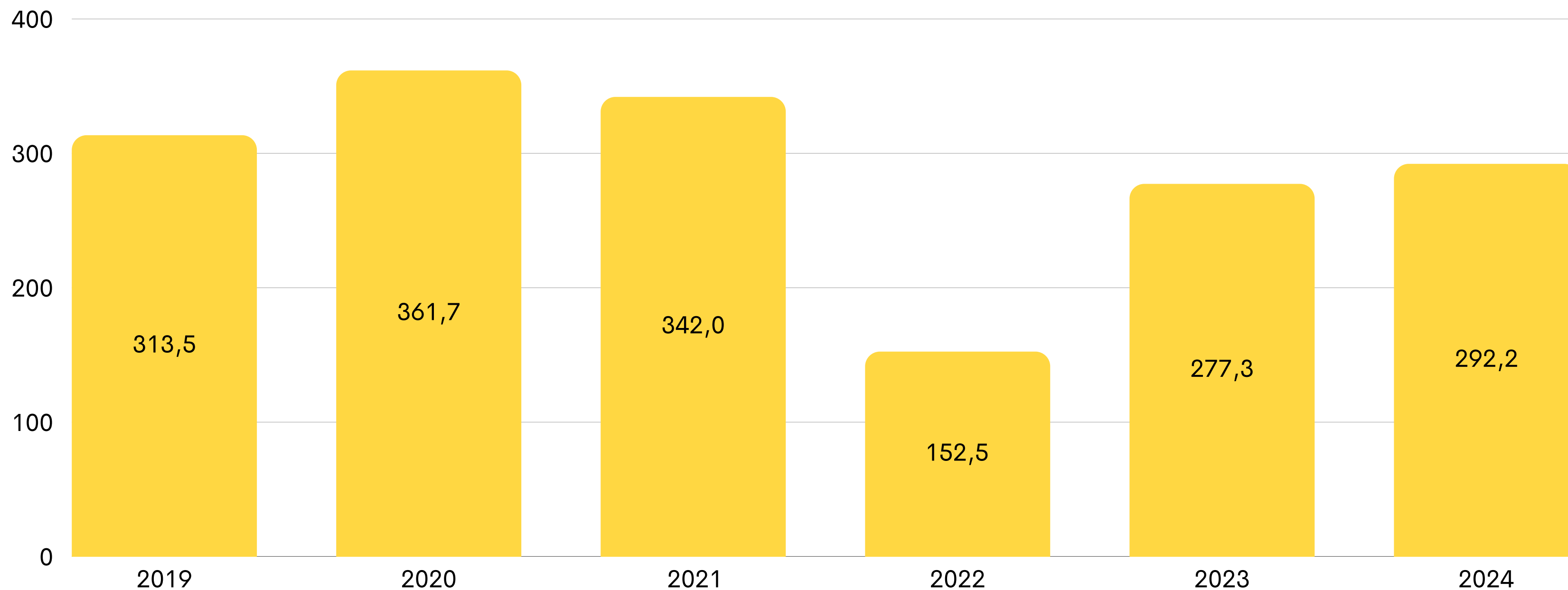
## Відновлення ринку до довоєнного рівня

У порівнянні з споживанням у пікові 2020-2021 роки ринок України все ще недораховує **20-25%** свого об'єму



# ВИДИМЕ СПОЖИВАННЯ 2019-2024

ТИС. Т.



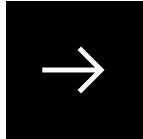
# ЧАСТКА ВНУТРІШНЬОГО ВИРОБНИКА



- Загальний об'єм споживання металу виробленого в Україні на внутрішньому ринку сягнув **87,7 тис. т.** – рекордний показник за всі роки існування галузі;
- Обсяг спожитого в Україні імпортного металу з ПП знизився на **6,5%** до 205,5 тис. т.;
- Частка ринку, що забезпечують українські виробники, продовжує стрімко зростати – **30%**. За останні 3 роки цей показний вдалось збільшити у майже 2,5 рази;

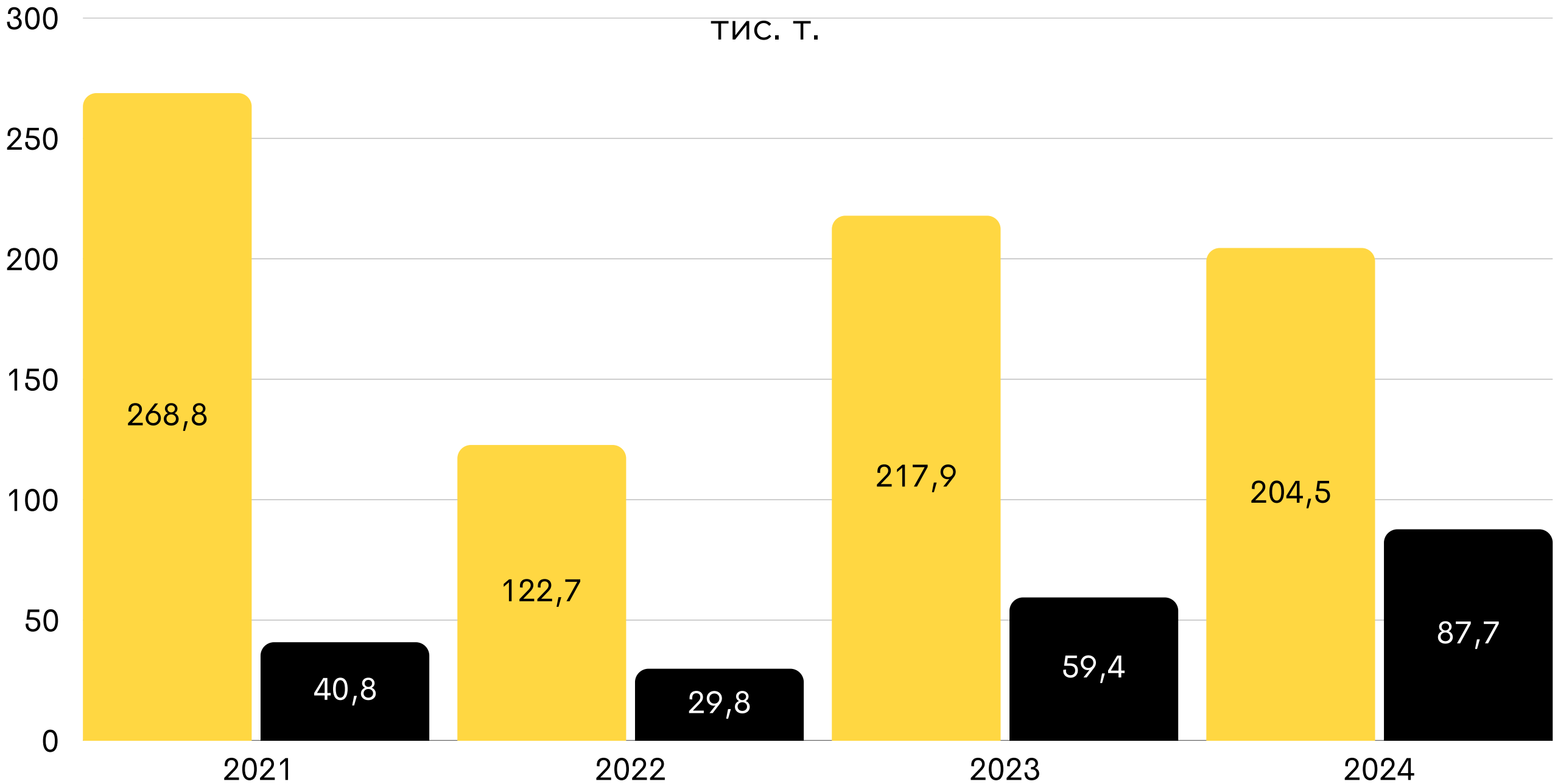


Споживання металу українського виробництва у 2024 році зросло на 48%.



# СПОЖИВАННЯ ІМПОРТНОГО ТА УКРАЇНСЬКОГО МЕТАЛУ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ 2021-2024

● імпорт    ● внутрішнє виробництво

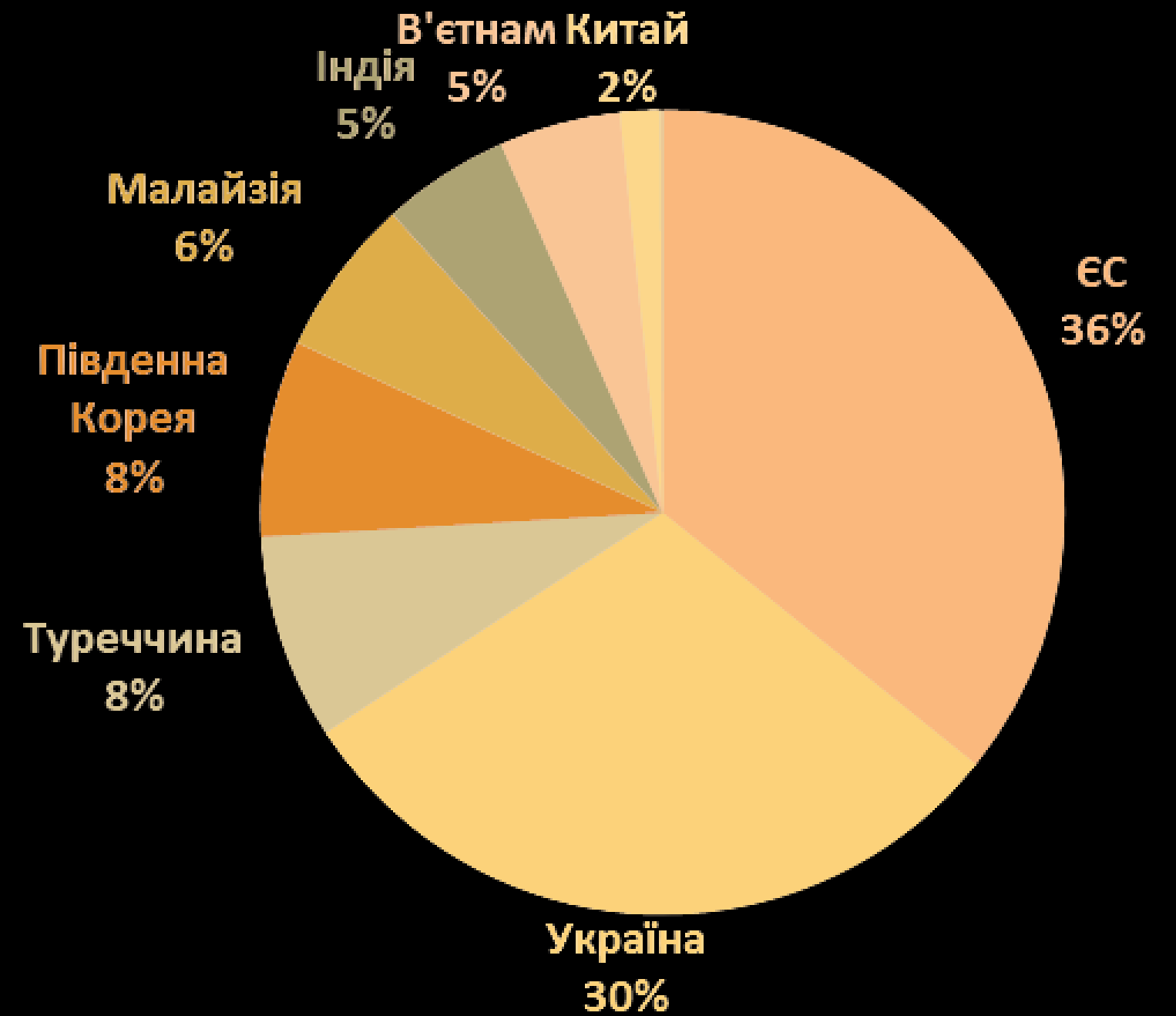


|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| Частка українських виробників |       |
| 2021                          | 13.2% |
| 2022                          | 19.6% |
| 2023                          | 21.4% |
| 2024                          | 30.0% |

# Споживання металу за країнами походження



2023



2024

|                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                                                                                          | 2                                                                                                                                                                                                | 3                                                                                                                                                                                                 | 4                                                                                                                                                                                                                        | 5                                                                                                                                                                                                              |
| Падіння року                                                                                                                                                                                               | Лідер за споживанням                                                                                                                                                                             | Найбільший приріст                                                                                                                                                                                | Інші популярні виробники                                                                                                                                                                                                 | Обман року                                                                                                                                                                                                     |
| Найбільш суттєвим фактором стало впровадження антидемпінгових мит на продукцію <b>КНР</b> у <b>2023</b> році. Частка найбільш популярного металу в минулому за рік впала у <b>20</b> разів – з 35% до 1,6% | У 2024 році лідером ринку за став метал з <b>європейським походженням</b> з долею <b>36%</b> . В кумулятивний перелік потрапили виробники Arcelor (60%), US Steel (25%), Arvedi, Thyssen та SSAB | Найбільший приріст в абсолютному значенні споживання відбувся в сегменті <b>українського металу</b> . 4 заводи-виробники забезпечили <b>30%</b> ринку, що дозволило сегменту вийти на друге місце | Двократно зросли частки <b>Туреччини</b> та <b>Південної Кореї</b> – 8,2% та 7,9% відповідно. Серед переваг Туреччини: приваблива ціна та логістика. Корея грає в сегменті якісного продукту з високими характеристиками | 18,6 тис.т. з походженням <b>Малайзії</b> – здебільшого результат віртуозної співпраці імпортерів та китайських виробників. Більша частина металу виробляється в КНР, але імпортується по підробних документах |

# КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ

---

# УКРАЇНСЬКІ ВИРОБНИКИ

## Heavy Metal

(+14% from the previous period)

**28,5 тис. т**

## Module UA

(+46% from the previous period)

**28,2 тис. т**

## Polysteel

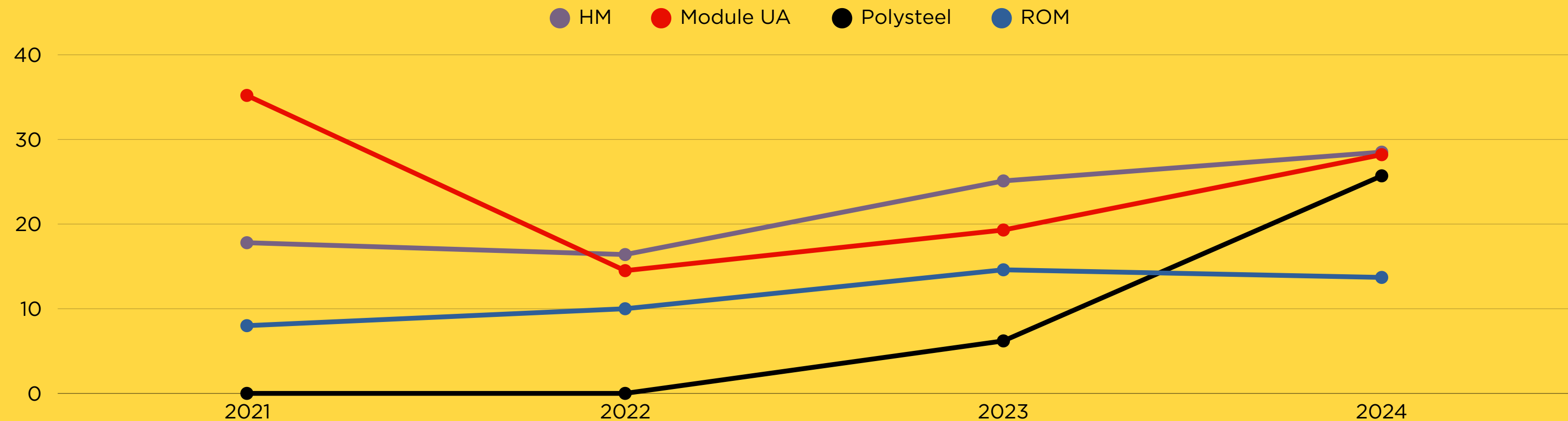
(+414% from the previous period)

**25,7 тис. т**

## ROM

(-6% from the previous period)

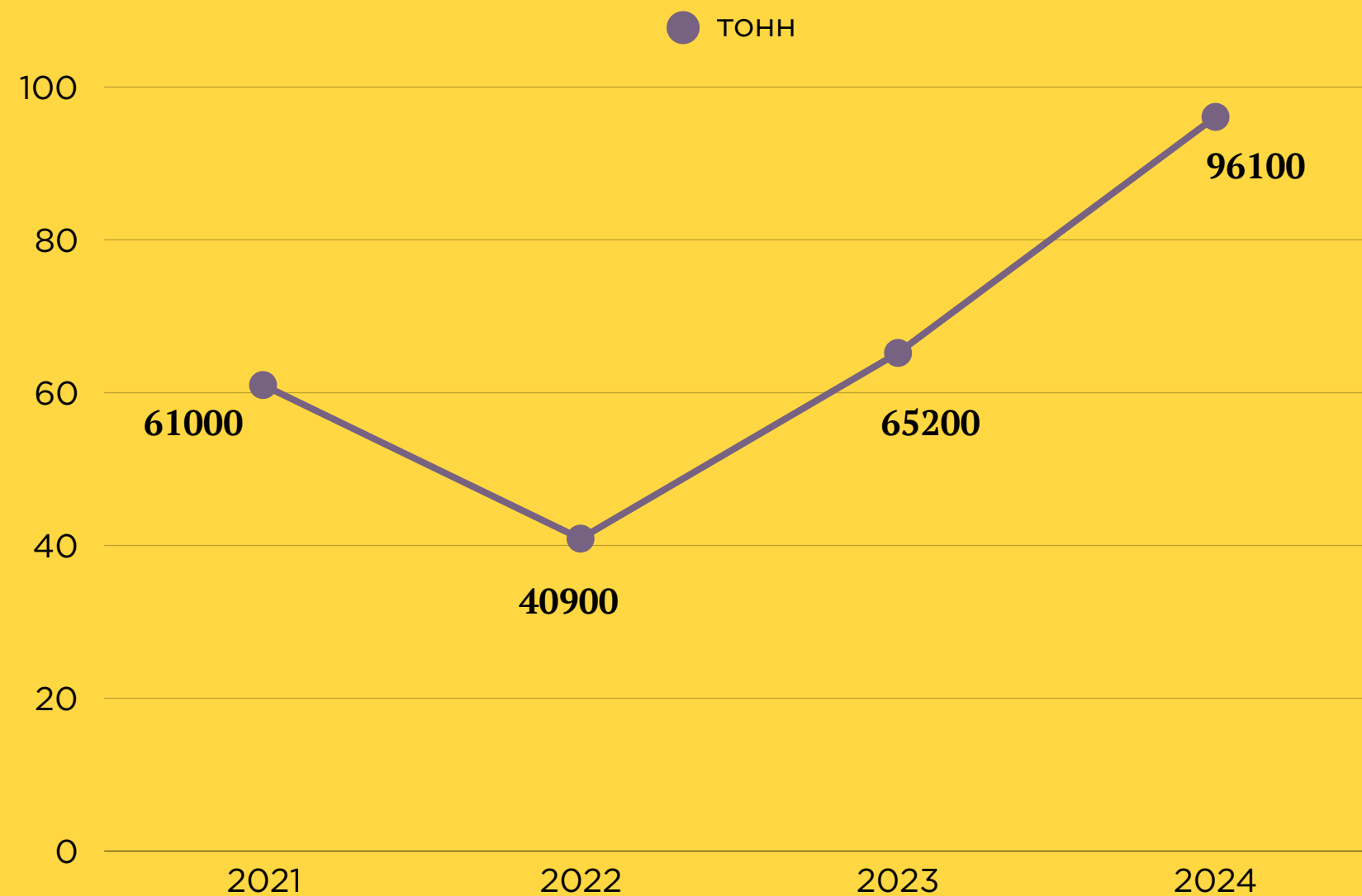
**13,7 тис. т**



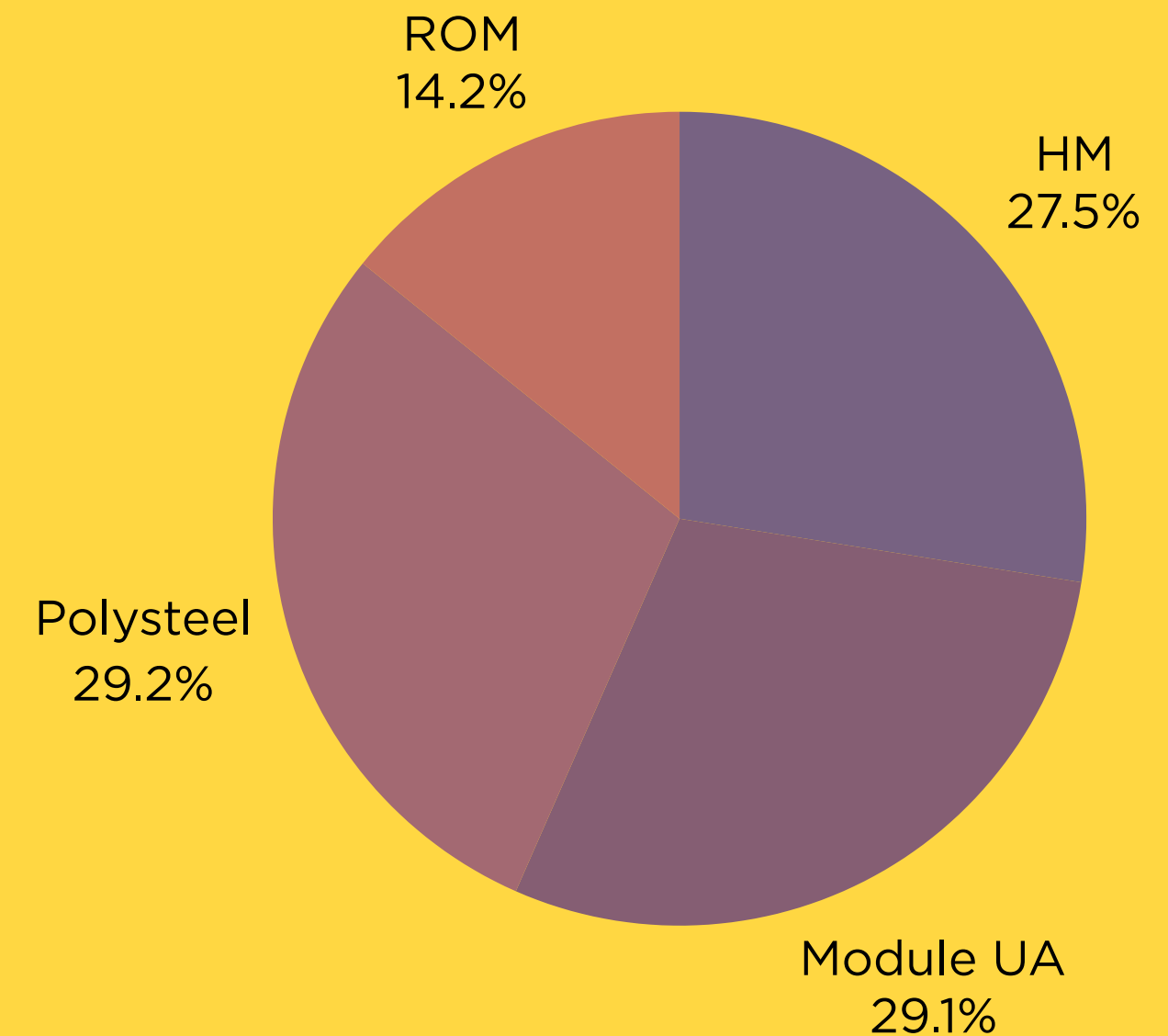
\*Дані отримані із відкритих джерел та можуть мати статистичну похибку

# УКРАЇНСЬКІ ВИРОБНИКИ

## Внутрішнє виробництво

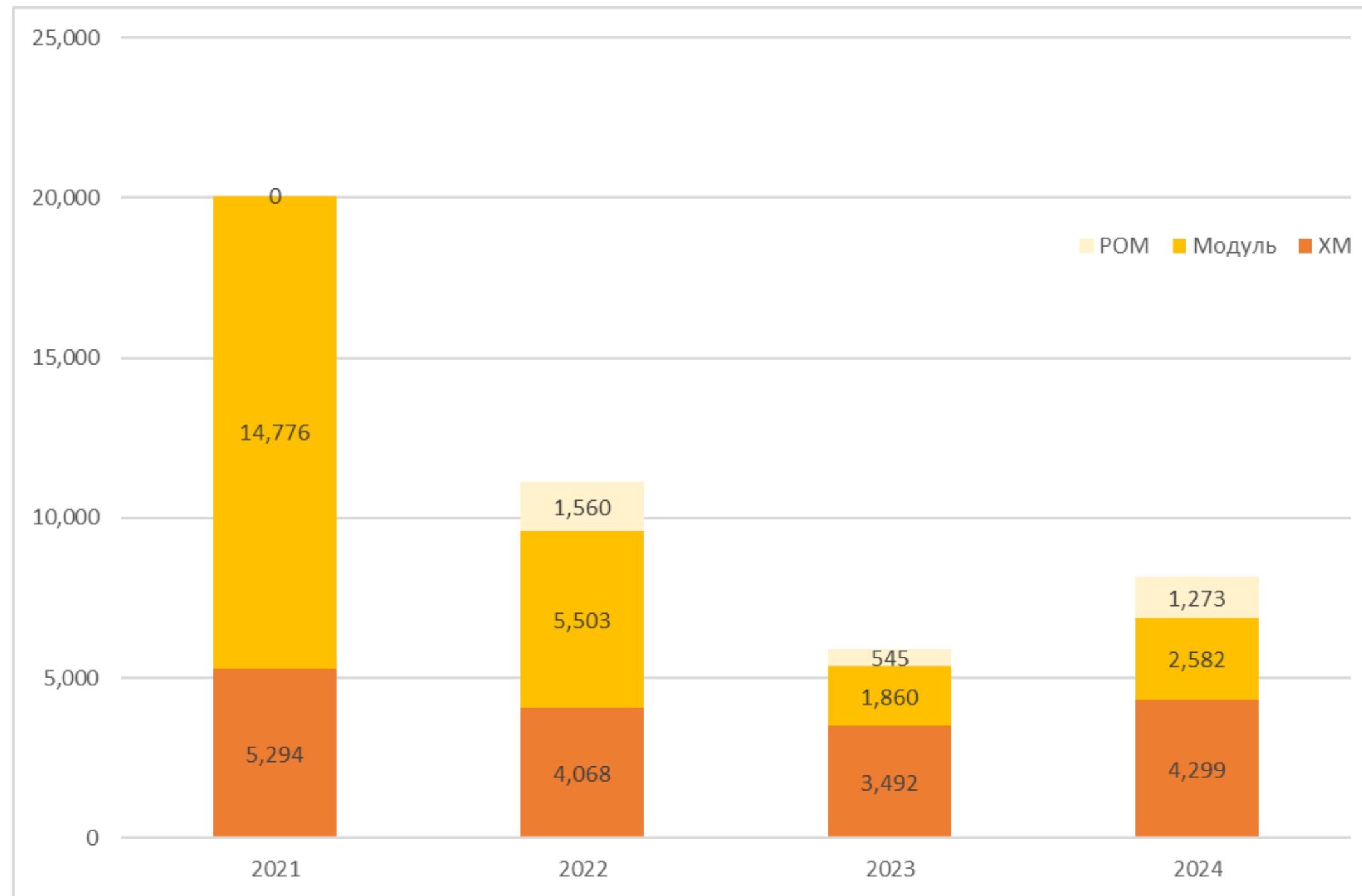


## Реалізація на внутрішньому ринку українських виробників 2024



\*Дані отримані із відкритих джерел та можуть мати статистичну похибку

# ЕКСПОРТ ФАРБОВАНОВОГО МЕТАЛУ В РУЛОНАХ



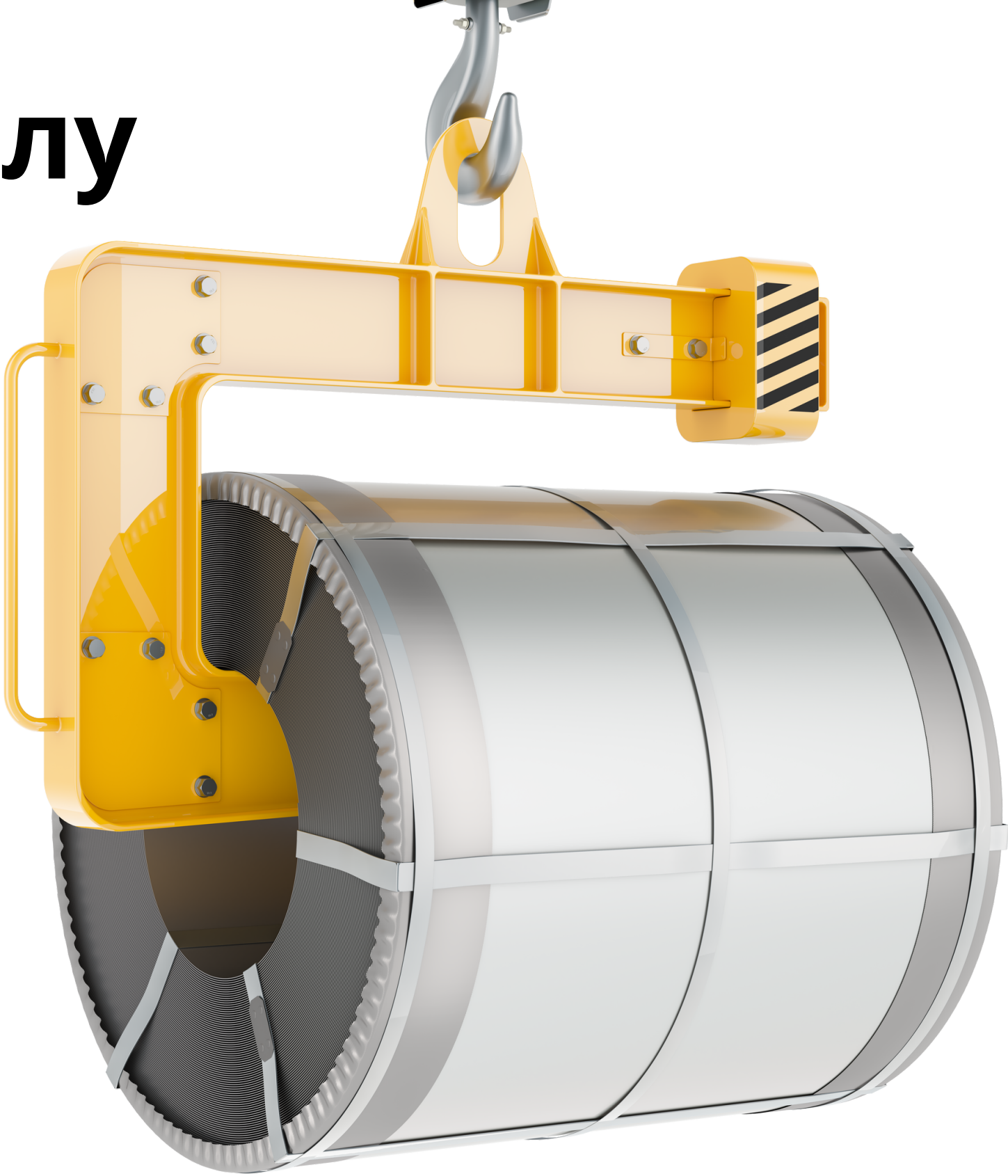
**Збільшення  
виробництва  
українськими  
виробниками частково  
відбулось за рахунок  
експорту – його  
вдалось підняти на 38%  
порівняно з минулим  
роком. Обсяг - 8,1 тис.т**

Основні країни-  
споживачі української  
продукції:

Польща – 6,1 тис.т  
Молдова – 1,3 тис.т  
Угорщина – 390 т

# Імпорт фарбованого металу в Україну

| Країна походження | 2023    | 2024    | Зміни  |
|-------------------|---------|---------|--------|
| ЄС                | 96,645  | 107,917 | +12%   |
| Туреччина         | 11,579  | 24,097  | +108%  |
| Південна Корея    | 10,183  | 23,052  | +126%  |
| Малайзія          | 1,252   | 18,588  | +1385% |
| Індія             | 3,667   | 15,046  | +310%  |
| В'єтнам           | 1,119   | 14,265  | +1175% |
| Китай             | 95,941  | 4,750   | -95%   |
| Разом             | 220,386 | 207,889 | -6%    |



**1**

**тренд**

Фактичне зникнення  
дешевого сегменту і його  
злиття з середнім

---

**2**

**тренд**

Зниження коридору цін  
між середнім та високим  
(різниця в 350 дол/т  
скоротилася до 230 дол/  
т)

---

**3**

**тренд**

Щільна цінова конкуренція  
сформулювалась в  
середньому ціновому  
сегменті

# ДИНАМІКА ЦІН НА ІМПОРТНИЙ ТОВАР



|          |                |       |
|----------|----------------|-------|
| High +   | SSAB           | 1 530 |
| High     | Arcelor        | 1 410 |
|          | Thyssen        | 1 400 |
| Medium + | Arvedi         | 1 350 |
|          | US Steel       | 1 290 |
|          | Південна Корея | 1 270 |
| Medium-  | Малайзія*      | 1 150 |
|          | Індія          | 1 130 |
|          | В'єтнам        | 1 120 |
|          | Туреччина      | 1 100 |
| Low      | КНР            | 910   |

# СЕРЕДНЯ ТАМОЖЕНА ВАРТІСТЬ

DAP, USD/mt



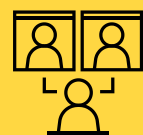
# Споживання HDG за країнами походження

| Країна походження | 2021   | 2022 | 2023 | 2024 |
|-------------------|--------|------|------|------|
|                   | ТИС.Т. |      |      |      |
| ЄС                | 31     | 21   | 24   | 26   |
| Туреччина         | 55     | 30   | 77   | 94   |
| Південна Корея    | 2      | 1    | 2    | 2    |
| В'єтнам           | 2      | 1    | 2    | 6    |
| Україна           | 217    | 80   | 85   | 73   |
| Інші              | 2      | 1    | 4    | 4    |
| Разом             | 309    | 134  | 195  | 206  |

**\*2023 та 2024 без  
урахування 47.7тис.  
т. та 65 тис. т. HDG  
під фарбування**

- Після різкого падіння імпорту та виробництва у 2022 році ринок почав поступово відновлюватися
- У 2021 році Україна забезпечувала 70% ринку оцинкованої сталі (217 тис. тонн)
- У 2022-2024 частка української продукції помітно скоротилася – у 2024 становить лише 35% (73 тис. тонн)
- Основні причини: воєнні дії, складна логістика, зменшення потужностей виробництва

# СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ



**2024 рік можна охарактеризувати як складний для глобальної металургії**



**Щільна конкуренція між українськими виробниками призвела до зниження цін, збільшення конкурентоспроможності та долі ринку**



**Виробники працюють із низьким завантаженням потужностей, що веде до зростання собівартості та зниження прибутковості**



**Скорочення попиту в ЄС, подальше збільшення експорту дешевої китайської сталі на світові ринки**



**Непередбачувана політика США ускладнює прогнози, ЄС скорочує квоти на імпорту сталі, а азійські виробники мають надлишок потужностей і обмежений експорт, що посилює ціновий дисбаланс на світовому ринку.**

# ДЯКУЮ!

Ми будемо раді відповісти на ваші  
запитання!



**Phone Number**

0 800 21 77 64



**Email Address**

info@metipol.ua



**Website**

metipol.ua

