

Октябрь 2023 года

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку

ПАРФЮМ



Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки парфюма
3. Спрос на продукцию
4. Товарное предложение
5. ДАТАМАРКЕТ



1. Методология сбора данных

Вся аналитическая информация, представленная в этом обзоре, получена из Государственной информационной системы мониторинга товаров в России (ГИС МТ) и представляет собой данные о реальном товарообороте, переданные непосредственно участниками оборота товаров, операторами фискальных данных и операторами электронного документооборота (ЭДО). В ГИС МТ на момент разработки данного обзора содержится информация о 213 495 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 18 332 участников оборота товаров в рамках товарной группы «Парфюм».

Все полученные данные проходят процесс оценки качества и очистки от аномальных значений. Адресная информация проходит процесс нормализации и приведения к формату Федеральной информационной адресной системы (ФИАС) для точного отнесения событий к субъекту РФ. Производство распределяется по регионам в соответствии с адресом юридической регистрации производителя, продажи распределяются по регионам по адресам точек, в которых фактически проводилась продажа.

Разделение статистических данных по видам продукции реализовано на основании атрибутов товаров, описанных участниками в Национальном каталоге маркируемой продукции. В качестве факта производства или импорта товара в данном обзоре считается событие ввода данного товара в оборот. Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

В настоящем обзоре уточнены показатели предыдущих временных периодов ввиду возможности получения в ГИС МТ сведений о движении товара от участников оборота с задержкой и корректировки сведений о товарах в Национальном каталоге маркированной продукции.

Обзор сформирован в соответствии с п. 12 ст. 20(1) Федерального закона от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Вся информация в обзоре представлена в обезличенной форме и не раскрывает коммерческой тайны участников оборота. В будущем обзор будет дополнен статистикой по контрольной (надзорной) деятельности, предоставленной Национальным научным центром компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции.



2. Сроки и этапы введения маркировки парфюма

Старт обязательной регистрации в системе маркировки

До 31 марта 2020 года

Производители, импортеры, организации оптовой и розничной торговли, осуществляющие оборот парфюмерной продукции, должны зарегистрироваться в системе маркировки.

Старт маркировки парфюмерной продукции

С 1 октября 2020 год

Маркировка становится обязательной для парфюмерной продукции. Производители и импортеры парфюмерной продукции к этой дате обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени также должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей в систему отчета о нанесении и вводе кодов маркировки в оборот, налажена работа по оплате кодов. Оборот немаркированной парфюмерной продукции с этой даты будет запрещен.

Маркировка товарных остатков

До 31 октября 2021 года

Разрешается маркировка товарных остатков, произведенных или ввезенных на территорию Российской Федерации до 1 октября 2020 года, при условии регистрации (описания товара) в информационной системе остатков парфюмерной продукции и внесения в информационную систему мониторинга сведений о маркировке такой парфюмерной продукции средствами идентификации до 01 декабря 2021 года.



Появляется обязанность по передаче сведений об обороте товаров посредством ЭДО

С 1 января 2022 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли с этой даты должны использовать электронный документооборот в процессах отгрузки и приемки маркированной продукции. Участникам оборота необходимо внедрить и настроить электронный документооборот. Для этого нужно выбрать оператора ЭДО и провести тестирование электронного документооборота с контрагентами.

Исключение термина «комплект»

С 1 марта 2022 года

согласно Постановлению Правительства РФ № 1957 от 31.12.2019 исключается термин «комплект».

Обязательная маркировка для импортных комплектов и наборов парфюмерной продукции

С 1 октября 2022 года

маркировка становится обязательной для импортных наборов парфюмерной продукции.

3. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в октябре 2023 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 54% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Наибольшее изменение доли продаж в октябре 2023 года показали следующие типы продукции:



- ДУХИ — увеличение доли от общих продаж на 6.91% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;
- ТУАЛЕТНАЯ ВОДА — уменьшение доли от общих продаж на 5.75% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;
- Другие — уменьшение доли от общих продаж на 0.96% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1. На рисунках 2 и 3, а также в таблице 2 представлена динамика потребления.

Номенклатура продаж конечному потребителю приведена на рисунке 4 и в таблице 3.

Рисунок 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

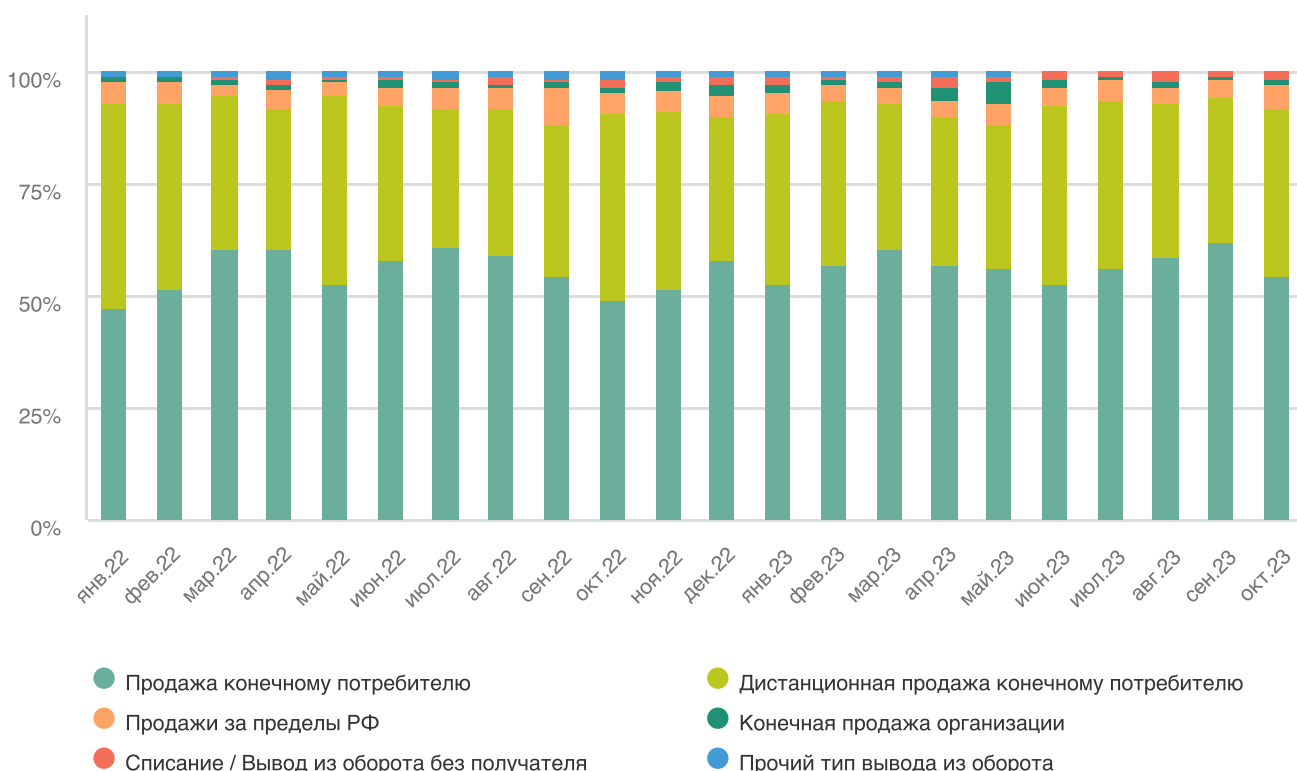




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Справочно		
			Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
Продажа конечному потребителю	54.43	56.58	62.10	48.80	54.81
Дистанционная продажа конечному потребителю	37.38	35.53	31.90	41.68	37.36
Продажи за пределы РФ	5.50	4.16	4.31	4.93	4.60
Списание / Вывод из оборота без получателя	1.70	1.46	0.97	2.13	0.91
Конечная продажа организации	1.00	1.75	0.73	0.95	1.04
Прочий тип вывода из оборота	0.00	0.51	0.00	1.51	1.29
Итого	100	100	100	100	100



Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу. Дистанционная продажа конечному потребителю, %





Рисунок 3. Динамика продаж месяц к месяцу. Продажа конечному потребителю, %



Таблица 2. Динамика потребления, %

Тип продаж	Октябрь 2023 к Октябрь 2022	Октябрь 2023 к Сентябрь 2023	Январь-Октябрь 2023 к Январь- Октябрь 2022
Дистанционная продажа конечному потребителю	-19%	48%	-11%
Продажа конечному потребителю	22%	-5%	17%



Рисунок 4. Номенклатура конечных продаж, %

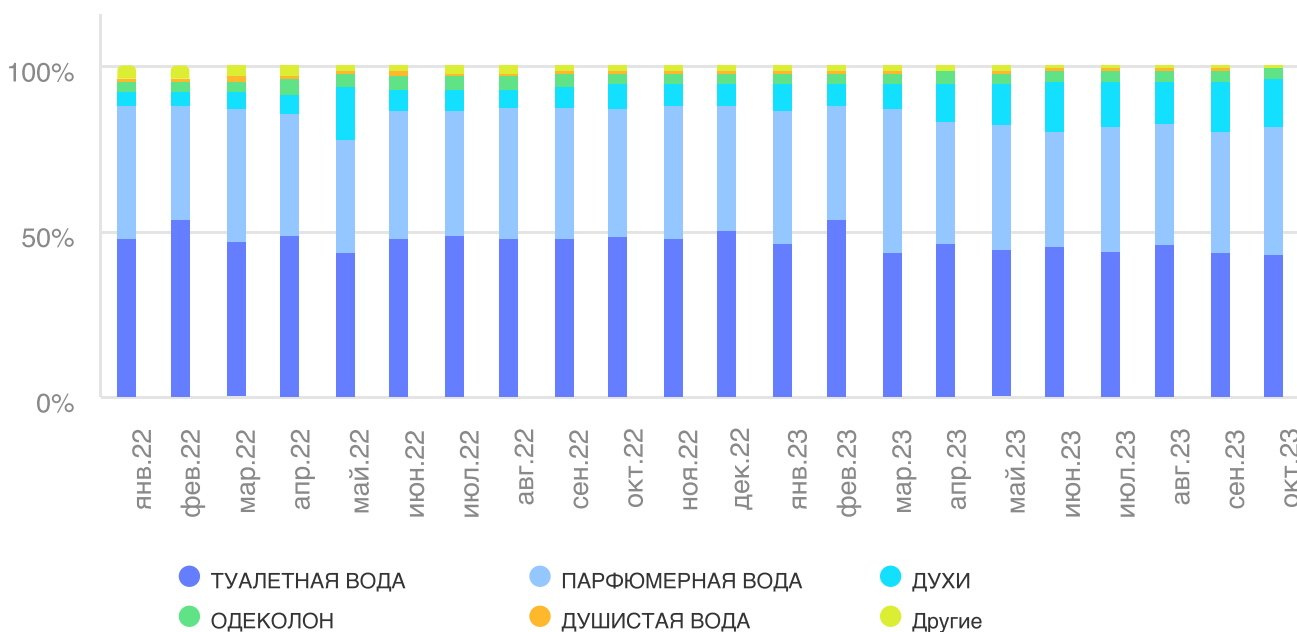


Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Справочно		
			Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	42.45	45.34	43.69	48.20	48.08
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	39.39	37.83	35.88	38.63	38.21
ДУХИ	14.15	11.65	15.65	7.25	6.33
ОДЕКОЛОН	2.81	3.39	3.40	3.67	3.84
ДУШИСТАЯ ВОДА	0.52	0.63	0.69	0.62	0.94



Другие	0.68	1.16	0.69	1.63	2.60
Итого	100	100	100	100	100

В октябре 2023 года Центральный федеральный округ был лидером по числу проданных единиц парфюмерной продукции на 1 000 человек населения — 144 единицы товара.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Москва (247 единиц товара) и Московская область (246 единиц товара).

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам парфюма приведена в таблице 4.

Таблица 4. Региональная структура продаж (на 1 000 человек), тыс. шт.

Субъект РФ							Итого
	ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	ДУХИ	ОДЕКОЛОН	ДУШИСТАЯ ВОДА	Другие	
Центральный федеральный округ	59.6	55.1	24.7	2.7	0.6	0.9	143.6
Северо-Западный федеральный округ	16.4	19.6	4.3	2.8	0.3	0.3	43.7
Южный федеральный округ	12.4	18.0	2.8	1.1	0.2	0.3	34.8

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку
«Парфюм»



Сибирский федеральный округ	11.6	15.8	3.0	0.9	0.2	0.3	31.8
Приволжский федеральный округ	9.8	15.7	2.6	1.6	0.3	0.2	30.2
Дальневосточный федеральный округ	12.1	14.8	2.4	0.7	0.2	0.3	30.5
Уральский федеральный округ	11.7	14.4	2.8	1.3	0.2	0.2	30.6
Северо-Кавказский федеральный округ	3.8	5.1	1.6	0.3	0.1	0.1	11.0
Справочно							
Московская область	107.4	76.7	56.9	3.5	0.8	0.8	246.1
Москва	104.3	98.2	37.9	3.6	0.8	2.0	246.8
Севастополь	42.3	35.3	1.4	0.7	0.1	0.3	80.1
Санкт-Петербург	25.2	23.4	7.0	3.6	0.3	0.6	60.1
Краснодарский край	15.7	25.1	4.5	1.5	0.3	0.3	47.4

В октябре 2023 года наибольшее изменение цен было у категории товаров ОДЕКОЛОН — рост на 24% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года. Далее идут ДУШИСТАЯ ВОДА (падение на 17%) и ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА (рост на 15%).

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам парфюма приведена на рисунке 5 и в таблице 5.

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку
«Парфюм»



Рисунок 5: Средневзвешенные цены на популярные виды продукции, руб

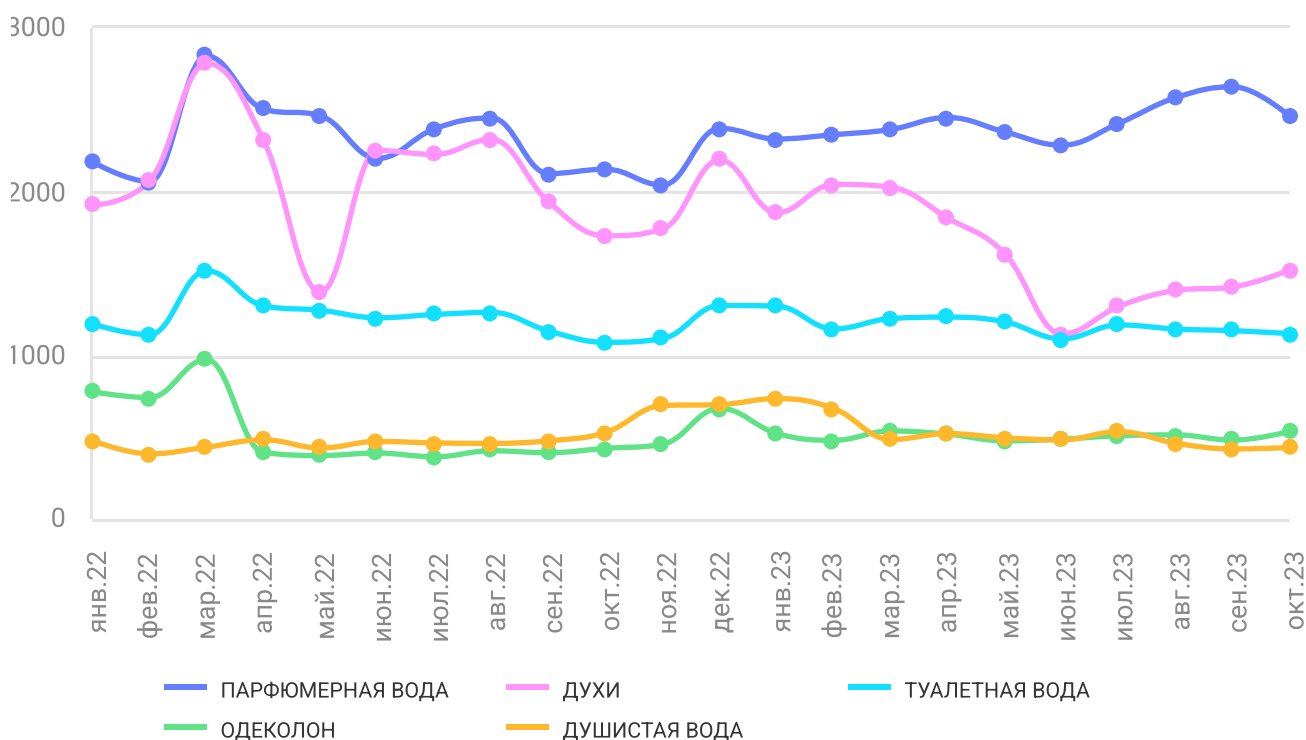


Таблица 5. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб.

Тип продаж	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Изменение цен, м/м	Изменение цен, г/г	Справочно		
					Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	2 458	2 427	-7%	15%	2 641	2 137	2 338
ДУХИ	1 522	1 527	7%	-12%	1 417	1 730	2 049
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	1 132	1 180	-2%	5%	1 150	1 079	1 235
ОДЕКОЛОН	535	505	11%	24%	481	431	544
ДУШИСТАЯ ВОДА	436	514	2%	-17%	427	528	454

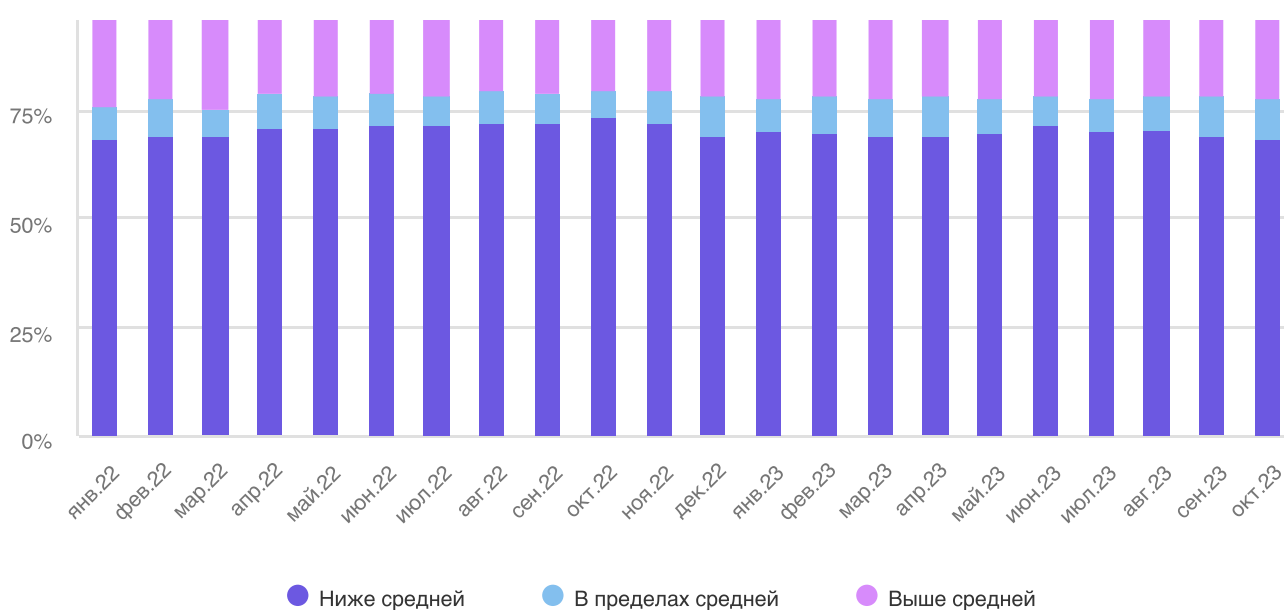


Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах парфюма в России — на уровне 68% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах парфюма в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 9%.

Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 20\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 6.

Рисунок 6. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %



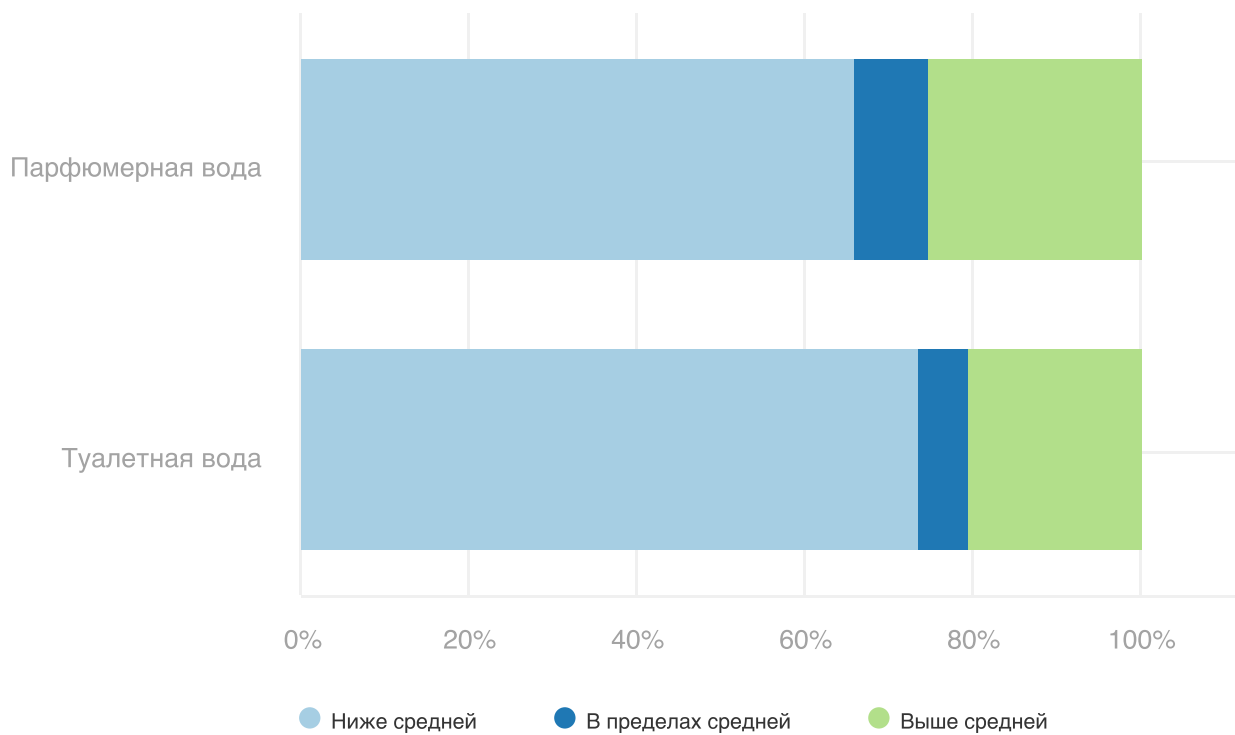
Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов парфюма приведены на рисунке 7.

Основная часть продукции в категории «Туалетная вода» сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 73%.

В категории «Парфюмерная вода» в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 65% продукции.



Рисунок 7. Ценовое распределение продаж отдельных видов парфюма, тыс. шт.



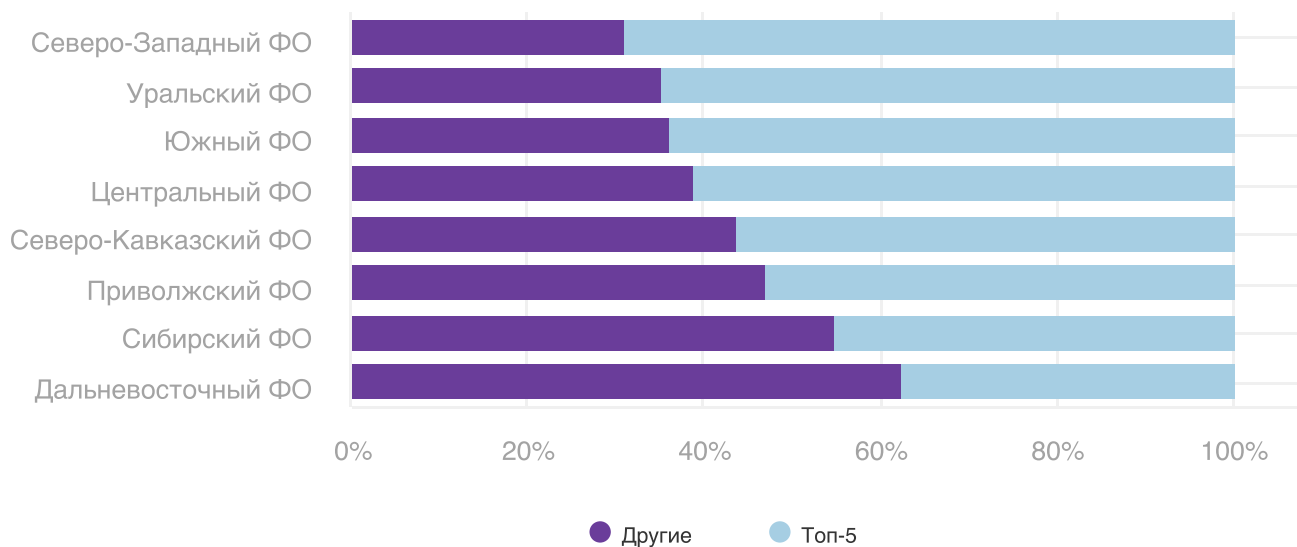
Северо-Западный ФО в октябре 2023 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 69%.

В свою очередь Дальневосточный ФО с долей в 38% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации продаж.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний представлены на Рисунке 8.



Рисунок 8. Доли рынка крупнейших компаний*, %



4. Товарное предложение

Большая часть предложения в октябре 2023 года приходится на «Производство РФ» и составляет 56% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 59%.

Поставки из-за пределов РФ — вторая по объему часть предложения (41%), в октябре 2023 года демонстрирует рост на 43% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 9 и в таблице 6 представлена динамика предложения и его структура на рынке парфюма.

*Топ-5 компаний могут отличаться в каждом из федеральных округов.



Рисунок 9. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.



Таблица 6. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

Источник предложения	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Справочно		
			Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
Производство РФ	9 020	71 957	8 188	5 679	54 745
Поставки из-за пределов РФ	6 606	52 167	5 031	4 612	35 444



Прочее	577	2 975	281	102	1 450
Итого	16 203	127 099	13 500	10 393	91 639

В октябре 2023 года больше всего продукции производит Центральный федеральный округ, в этом округе было произведено 6 583 тыс. штук продукции, что составляет 73% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 49%.

Приволжский федеральный округ занимает второе место по объему производства парфюма в России. В октябре 2023 года там было произведено 1 442 тыс. единиц продукции, что составляет 16% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 95%.

На рисунке 10 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке парфюма.



Рисунок 10. Структура внутреннего производства на рынке парфюма, тыс. шт.

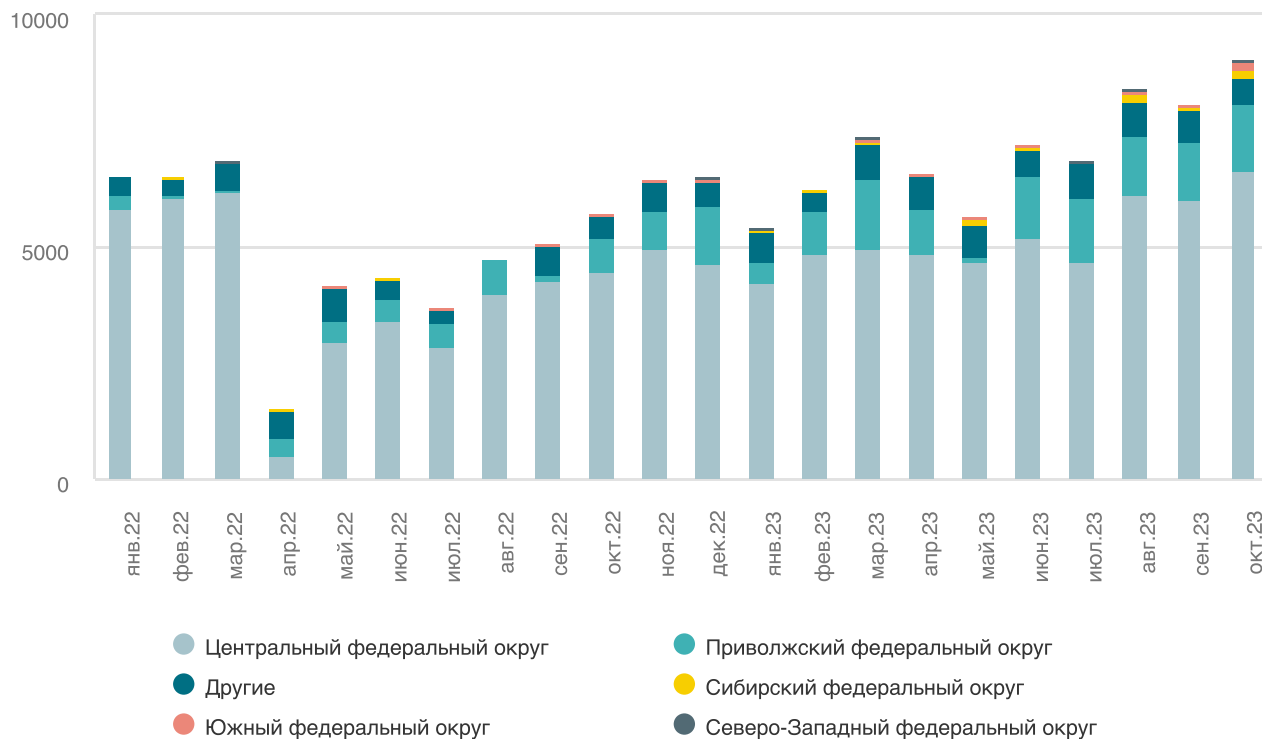


Таблица 7. Географическая структура производства парфюма, тыс. шт.

Субъект РФ	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Справочно		
			Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
Центральный федеральный округ	6 583	51 963	5 994	4 432	44 214
Приволжский федеральный округ	1 442	11 534	1 268	741	5 367
Другие	621	6 560	695	464	4 834
Сибирский федеральный округ	168	1 027	132	23	104



Южный федеральный округ	148	574	56	7	127
Северо-Западный федеральный округ	58	301	43	12	99
Итого	9 020	71 959	8 188	5 679	54 745

Большую часть рынка производимой продукции в рассматриваемом периоде занимает ТУАЛЕТНАЯ ВОДА. В октябре 2023 года производство этого типа продукции составило 4 282 тыс. штук (рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 41%) — это 47% от общего объема производства парфюма в стране.

Остальные типы продукции занимают более низкую долю в производстве парфюма в России в рассматриваемом периоде. Второе и третье место по доле от общего производства занимают:

- ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА — 2 429 тыс. штук и 27% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 40%;
- ДУХИ — 1 958 тыс. штук и 22% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 329%.

На рисунке 11 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разбивке на типы производимого парфюма.



Рисунок 11. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

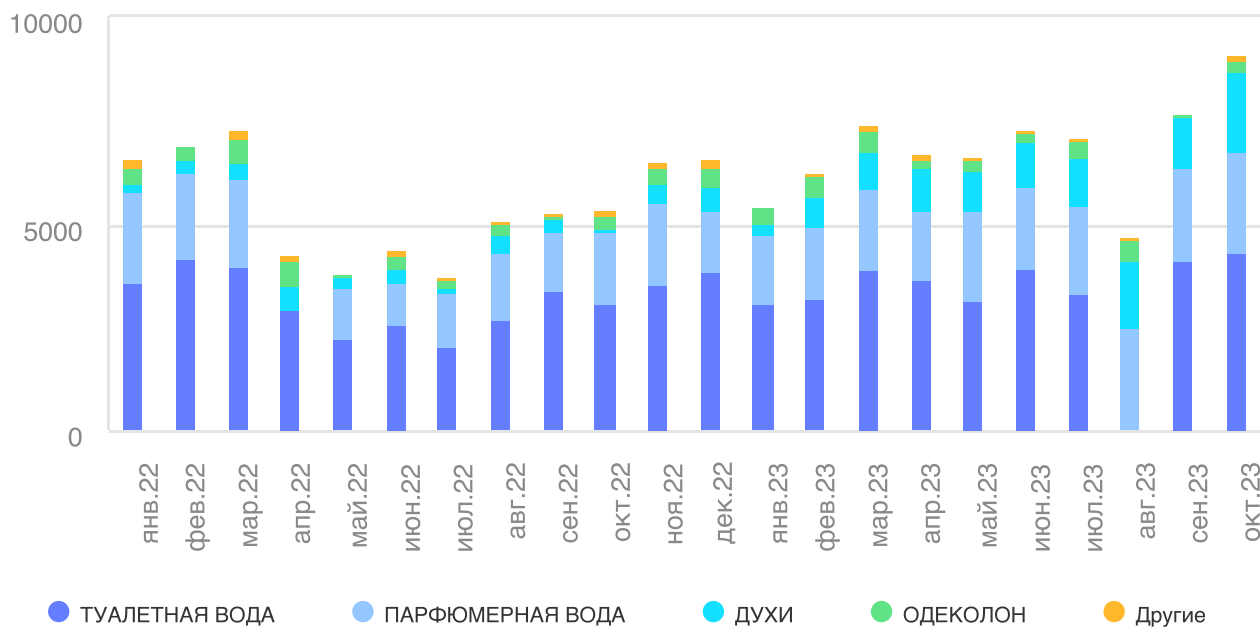


Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

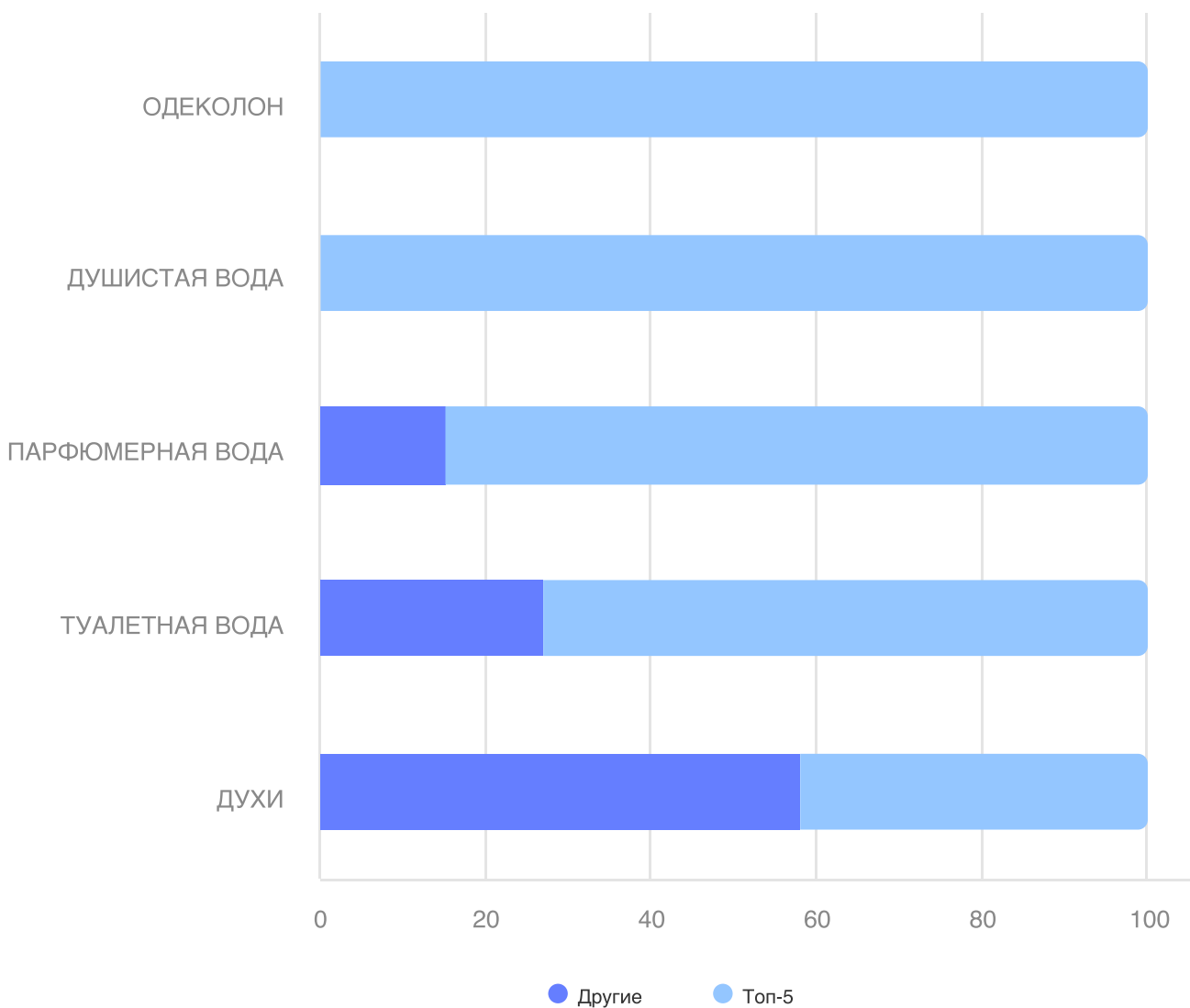
Категория продукции	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Справочно		
			Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	4 282	36 055	4 071	3 035	30 236
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	2 429	20 483	2 278	1 739	15 999
ДУХИ	1 958	10 936	1 212	457	3 395
ОДЕКОЛОН	210	3 754	569	344	3 918
Другие	142	729	58	104	1 197
Итого	9 021	71 957	8 188	5 679	54 745



Доля производства топ-5 компаний занимает от 42 до 100% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

- ДУШИСТАЯ ВОДА — доля топ-5 компаний составляет 100% от всего рынка;
- ОДЕКОЛОН — доля топ-5 компаний составляет 100%;
- ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА — доля топ-5 компаний составляет 85%;
- ТУАЛЕТНАЯ ВОДА — доля топ-5 компаний составляет 73%;
- ДУХИ — доля топ-5 компаний составляет 42%.

Рисунок 12. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %





Большую часть ввозимого парфюма составляет ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА. В октябре 2023 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 3 157 тыс.штук — 48% от общего объема поставок парфюма в страну. Это на 17% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет ТУАЛЕТНАЯ ВОДА — 2 174 тыс.штук, это 33% всей ввозимой продукции, что на 44% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунке 13 и в таблице 9 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на типы парфюма.

Рисунок 13. Структура ввоза из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

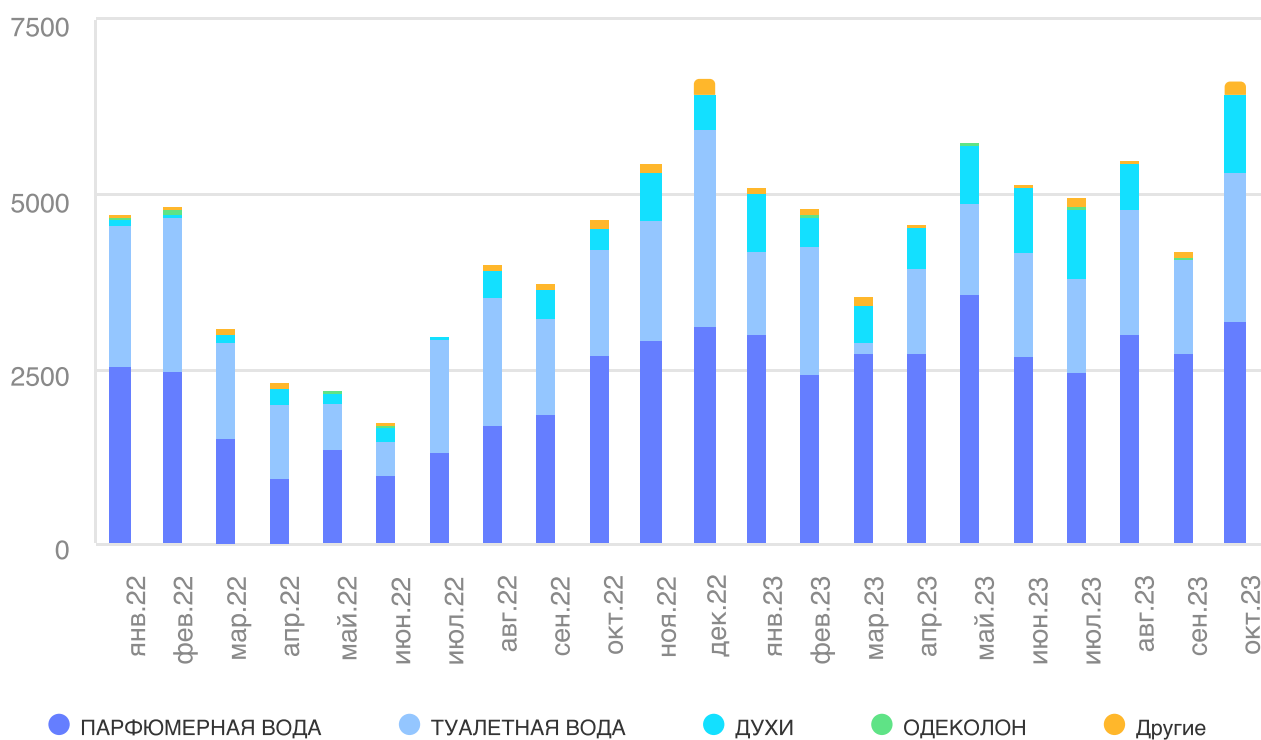




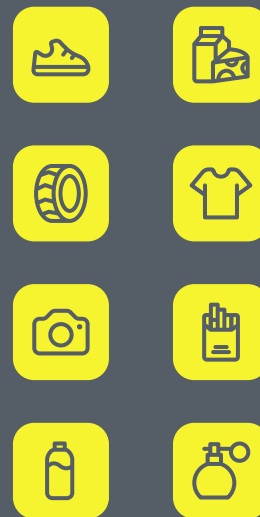
Таблица 9. Структура ввоза из-за границы по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	Октябрь 2023	Январь - Октябрь 2023	Справочно		
			Сентябрь 2023	Октябрь 2022	Январь - Октябрь 2022
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	3 157	28 412	2 711	2 691	17 165
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	2 174	15 059	1 334	1 514	14 286
ДУХИ	1 093	7 684	878	315	3 020
Другие	160	768	83	87	782
ОДЕКОЛОН	21	243	26	5	192
Итого	6 605	52 166	5 032	4 612	35 445

ДАТАМАРКЕТ

Система, позволяющая выбирать, заказывать и получать аналитические данные по товарным рынкам на основе данных системы «Честный знак».

Датумаркет позволяет получить данные, используемые для построения обзора рынка в части спроса.



Доступны для скачивания отчеты по 8 товарным категориям

Отчеты предоставляются в следующей грануляции:

*Данные обезличены



ТОВАР

Товарные группы
ТНВЭД / ОКПД2
GTIN*



ПЕРИОД

Квартал
Месяц / Неделя
День*



УЧАСТНИКИ

Каналы продаж
Оффлайн/онлайн
ИНН*



ГЕОГРАФИЯ

Субъекты РФ
Города
Индекс / Адрес*

Возможно сделать заявку на индивидуальный отчет или исследование

ОТЧЕТЫ И СКОРИНГ

Потенциал продаж
Доля рынка
Кредитный рейтинг

СПРАВОЧНИКИ И КОНСАЛТИНГ

Каналы продаж
Форматы товаров
Мониторинг свежести

Стоимость от 3 000 ₽

Подробнее на data.crpt.ru