

Ноябрь 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 226 329 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 19 142 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 ноябре 2023 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 51% от общего объема выводимой из оборота продукции.

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

**Духи** — увеличение доли от общих продаж на 7.18% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;

**Туалетная вода** — уменьшение доли от общих продаж на 6% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;

**Одеколон** — уменьшение доли от общих продаж на 0.8% 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 (продажи), %

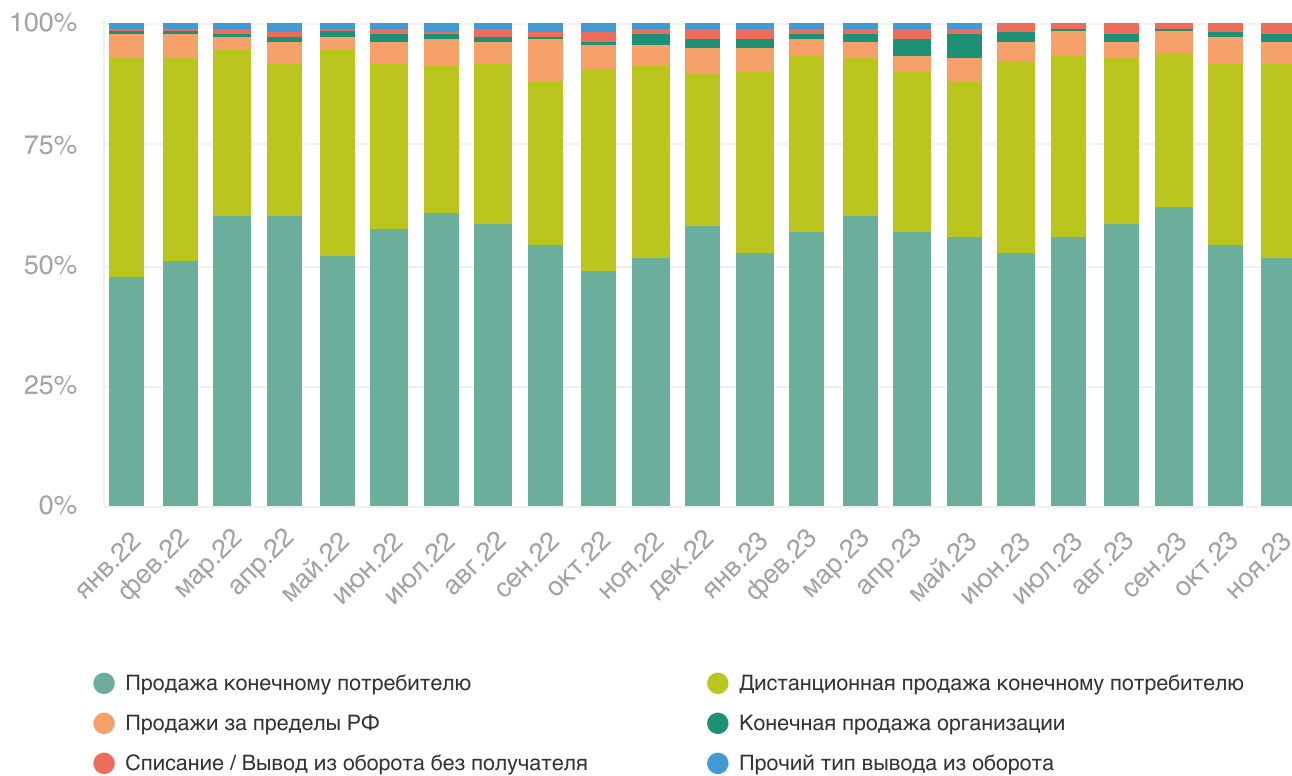


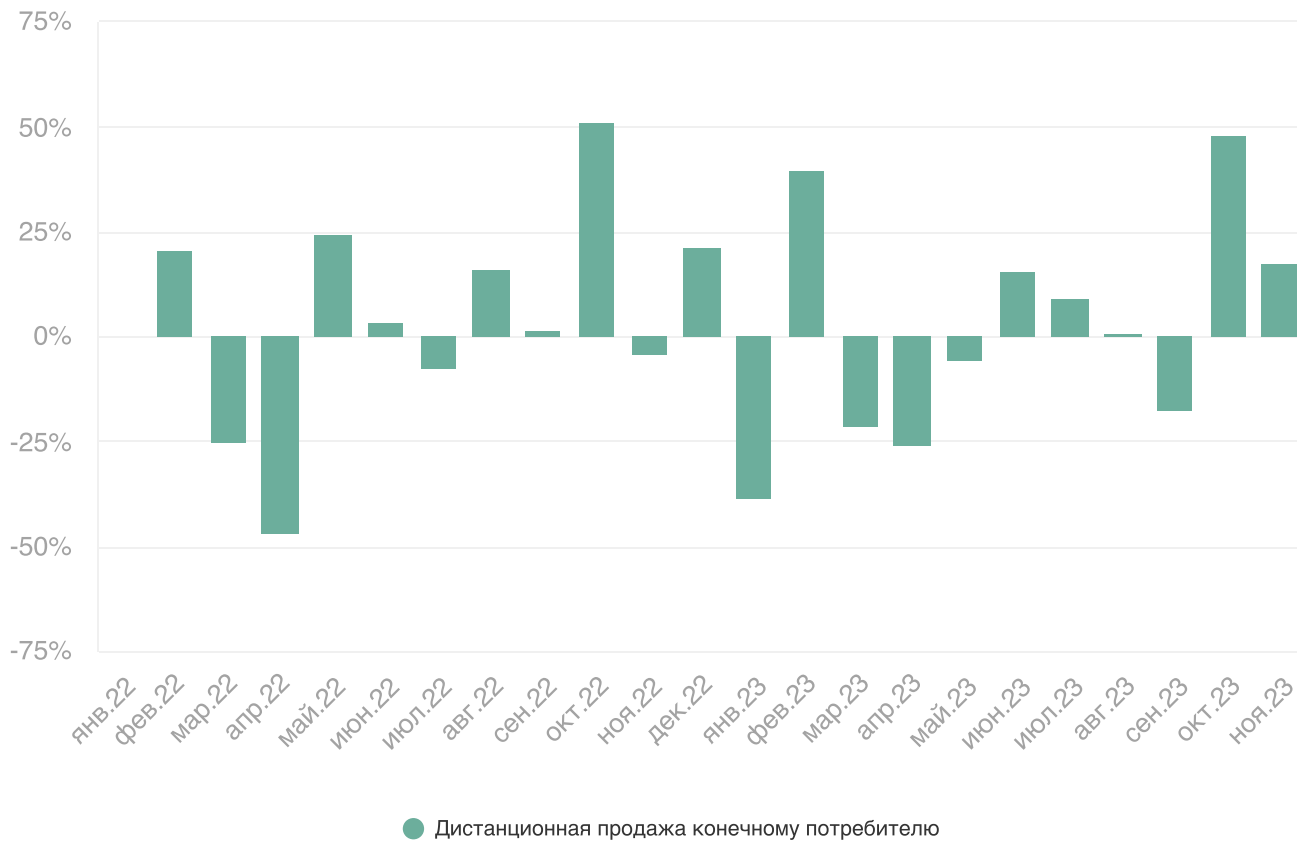


Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Ноябрь 2023	Янв - Ноя 2023	Справочно		
			Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Продажа конечному потребителю	51.37	56.01	54.46	51.47	54.48
Дистанционная продажа конечному потребителю	40.51	36.1	37.37	39.83	37.62
Продажи за пределы РФ	4.62	4.21	5.50	4.61	4.61
Списание / Вывод из оборота без получателя	1.93	1.49	1.67	1.04	0.89
Конечная продажа организации	1.58	1.73	1	1.87	1.13
Прочий тип вывода из оборота	0.00	0.45	0.00	1.18	1.27
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



**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	Ноя 2023 к Ноя 2022	Ноя 2023 к Окт 2023	Янв-Ноя 2023 к Янв-Ноя 2022
Дистанционная продажа конечному потребителю	1%	17%	-9%
Продажа конечному потребителю	26%	7%	20%



Рисунок 4. Номенклатура конечных продаж, %

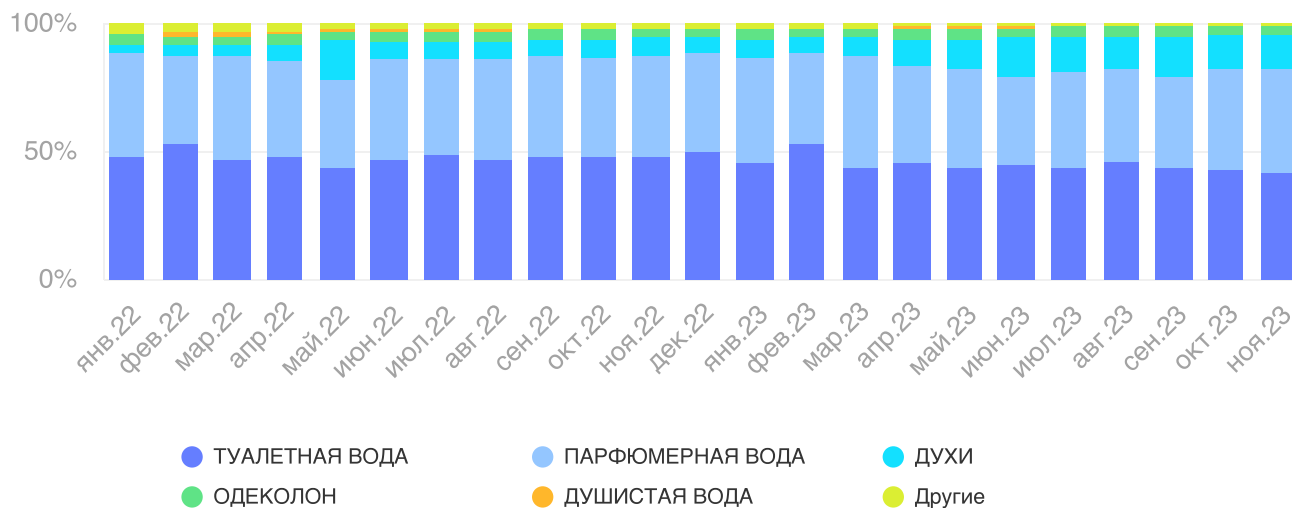


Таблица 3: Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Ноябрь 2023	Янв - Ноя 2023	Справочно		
			Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Туалетная вода	41.90	44.93	42.43	47.90	48.05
Парфюмерная вода	40.15	38.12	39.42	39.74	38.38
Духи	13.91	11.90	14.15	6.73	6.37
Одеколон	2.64	3.30	2.81	3.44	3.80
Душистая вода	0.50	0.61	0.52	0.56	0.90
Другие	0.90	1.13	0.68	1.62	2.50
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



В ноябре 2023 года Центральный федеральный округ был лидером по числу проданных единиц парфюмерной продукции в точках продаж на 1 000 человек населения — 62 единицы товара.

Высокий объем продаж в точках продаж на 1 000 человек был в Москве (114 единиц товара) и Краснодарском край (49 единиц товара).

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам парфюма приведена в таблицах 4а и 4б.

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

Субъект РФ	ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА						Итого
	ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	ДУХИ	ОДЕКОЛОН	Другие	ДУШИСТАЯ ВОДА	
Центральный ФО	25.6	24.2	8	2.6	0.9	0.5	61.8
Северо-Западный ФО	15.3	18	3.1	2.3	0.5	0.3	39.5
Южный ФО	12.1	17.8	2.5	1.6	0.4	0.2	34.6
Приволжский ФО	11.2	15.3	2	1.5	0.3	0.3	30.6
Сибирский ФО	12.2	14.9	1.8	0.9	0.5	0.2	30.5
Дальневосточный ФО	12.5	14	1.9	0.6	0.4	0.2	29.6
Уральский ФО	11.1	13.7	2.3	1.2	0.3	0.2	28.8
Северо-Кавказский ФО	4.1	5.6	1	0.4	0.2	0.1	11.4



Таблица 46. Региональная структура продаж (на 1 000 человек), тыс. шт.

Справочно							
Москва	51.3	37.2	19.4	3.3	1.8	0.8	<b>113.8</b>
Краснодарский край	16.3	25.7	3.8	2.4	0.5	0.3	<b>49</b>
Санкт-Петербург	21.2	18.6	4.6	2.7	0.7	0.3	<b>48.1</b>
Смоленская область	12.7	27.2	4.2	2.9	0.3	0.4	<b>47.7</b>
Московская область	18.4	19.1	3	3.2	0.7	0.4	<b>44.8</b>
Дистанционные продажи*							
Вся Россия	9.2	9.8	7.0	0.3	0.3	0.2	<b>26.8</b>

\*Так как по данным системы маркировки для дистанционных продаж регион потребителя не всегда возможно определить корректно, данные по потребления на 1000 человек через дистанционные каналы продаж рассчитаны для РФ в целом.



В ноябре 2023 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Душистая вода** — падение на 40% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Далее идут **Духи** (падение на 24%) и **Парфюмерная вода** (рост на 18%).  
Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам парфюма приведена на рисунке 5 и в таблице 5.

Рисунок 5. Средневзвешенные цены на популярные виды продукции, руб.

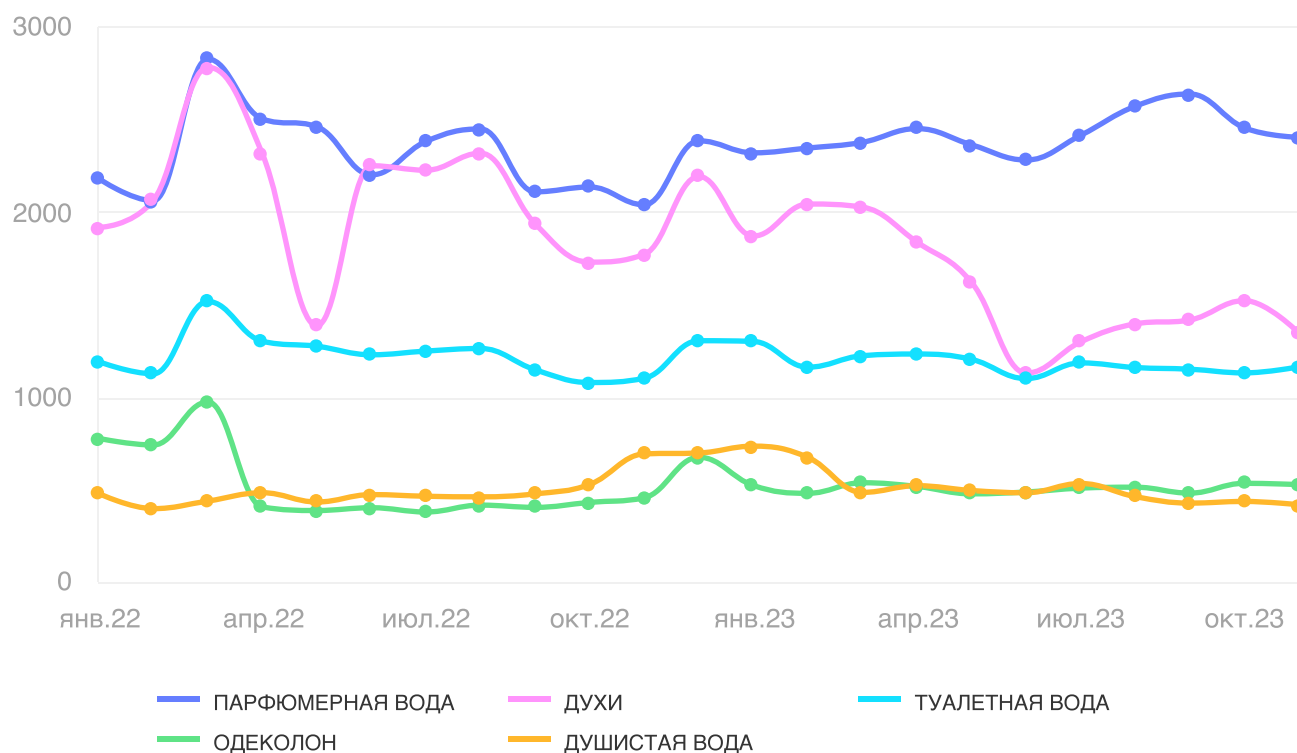




Таблица 5: Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб

Тип продаж	Ноя 2023	Янв - Ноя 2023	Измене- ние цен, м/м	Измене- ние цен, г/г	Справочно		
					Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Парфюмерная вода	2 405	2 423	-2%	18%	2 456	2 040	2 300
Духи	1 346	1 502	-12%	-24%	1 522	1 772	2 011
Туалетная вода	1 164	1 178	3%	6%	1 131	1 102	1 220
Одеколон	527	506	-1%	16%	534	456	536
Душистая вода	418	505	-4%	-40%	436	693	471

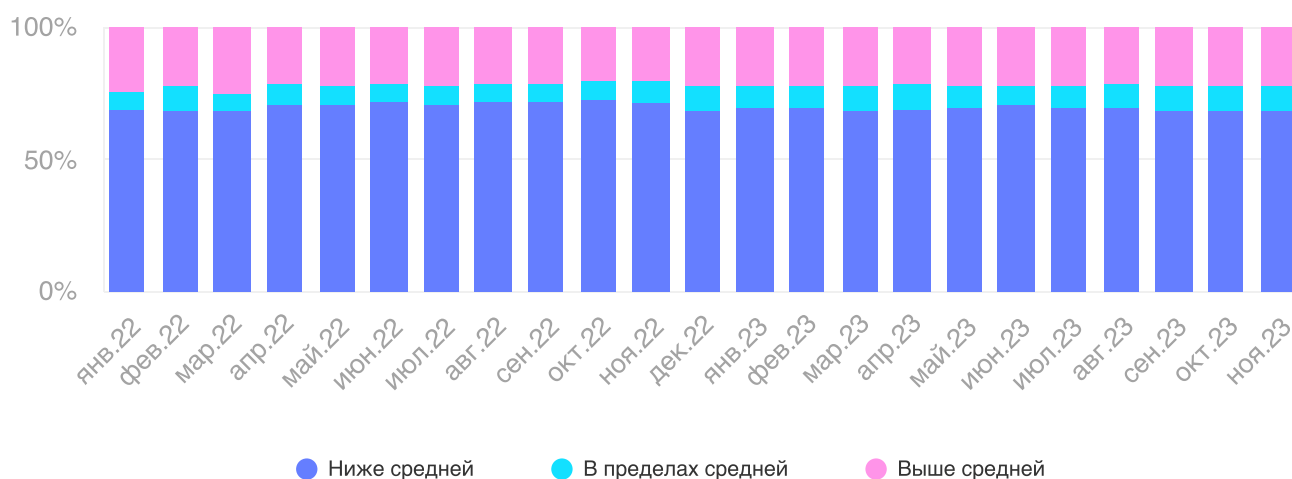


Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах парфюма в России — на уровне 68% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах парфюма в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 9%.

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, %**



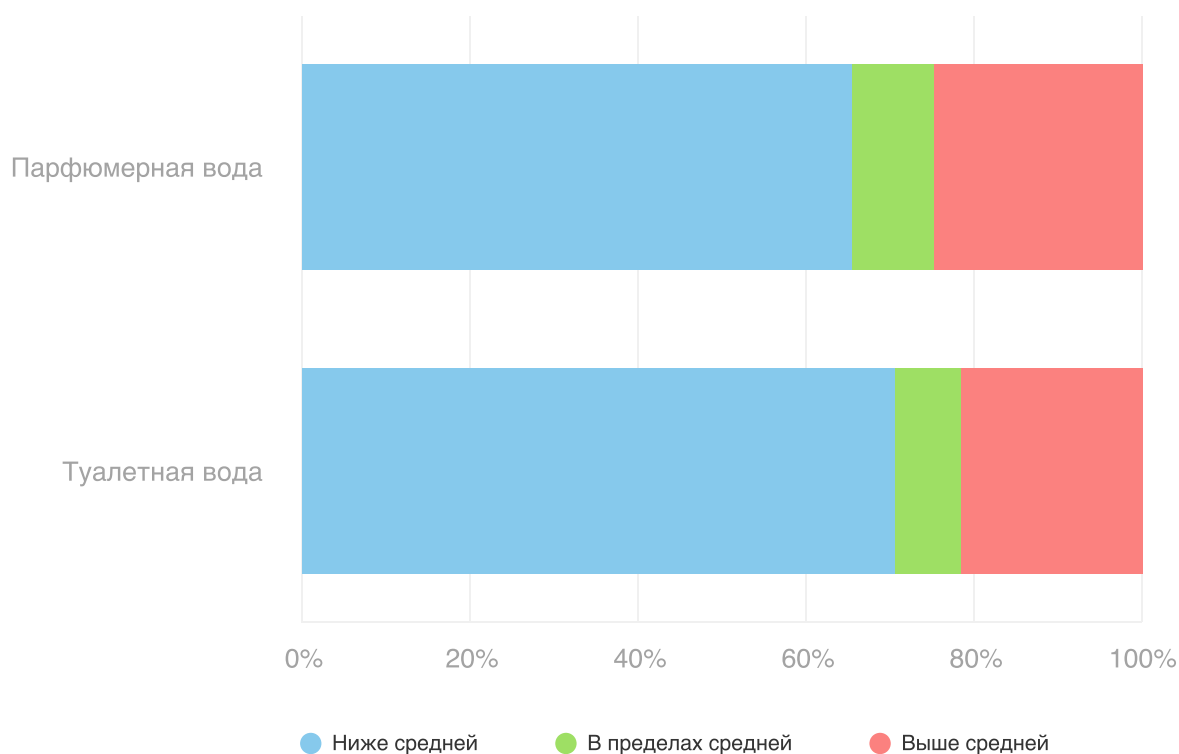


Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов парфюма приведены на рисунке 7.

Основная часть продукции в категории **Туалетная вода** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 70.62%.

В категории **Парфюмерная вода** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 65.45% продукции.

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



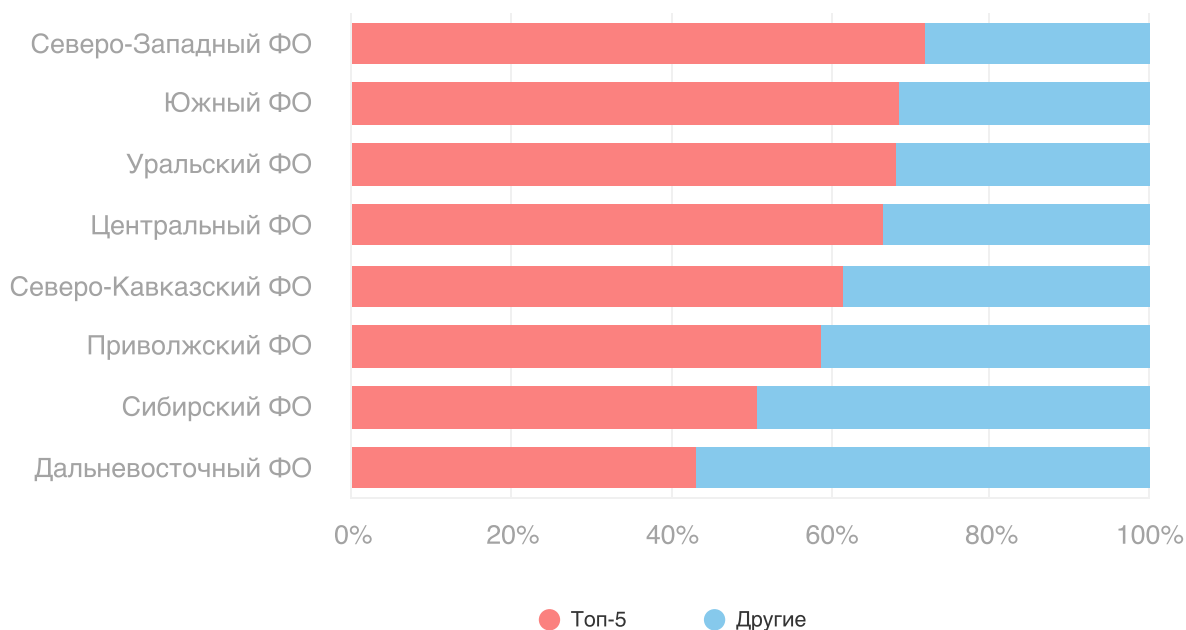


Северо-Западный ФО в ноябре 2023 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 72%.

В свою очередь Дальневосточный ФО с долей в 43% 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 ноябре 2023 года приходится на «Производство РФ» и составляет 59% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 48%.

Поставки из-за пределов РФ — вторая по объему часть предложения (41%), в ноябре 2023 года демонстрирует рост на 23% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

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

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

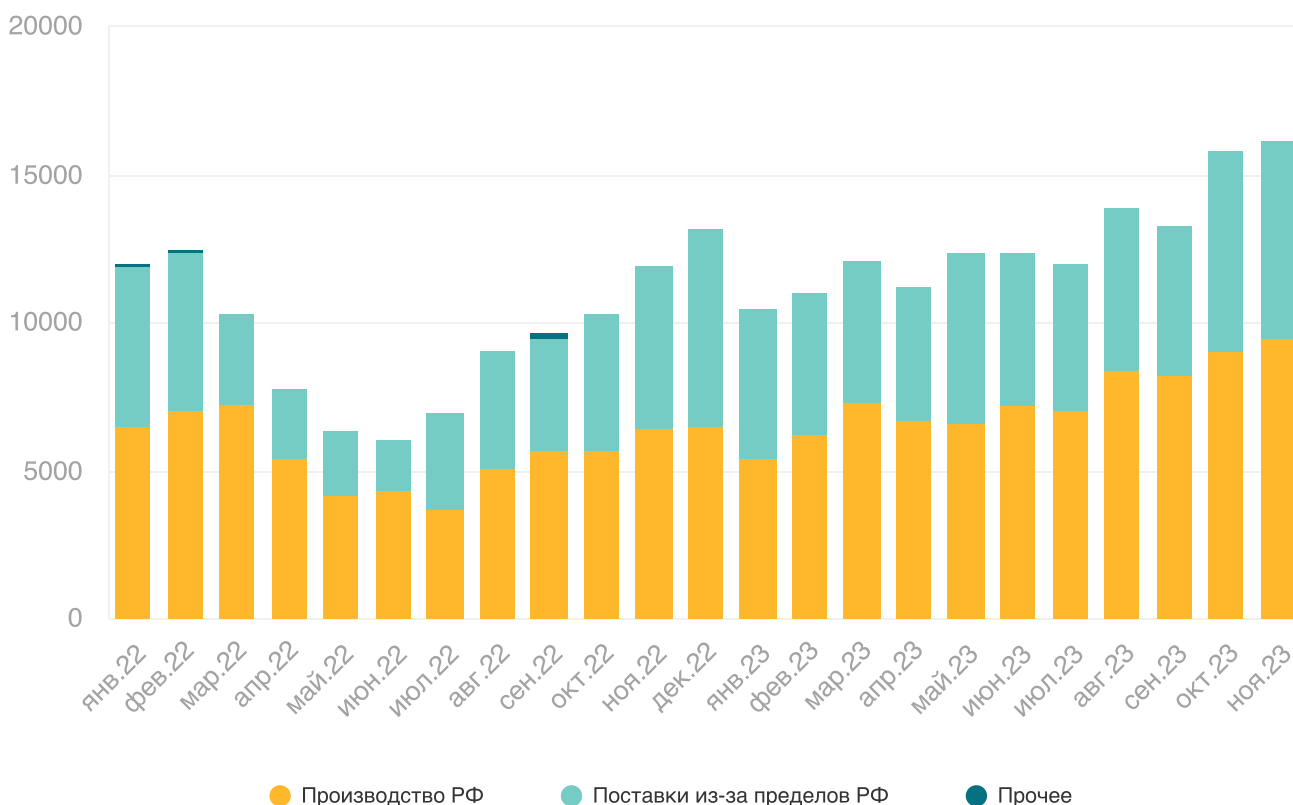




Таблица 6: Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

Источник предложения	Ноябрь 2023	Янв - Ноя 2023	Справочно		
			Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Производство РФ	9 498	81 455	9 020	6 438	61 183
Поставки из-за пределов РФ	6 657	58 951	6 733	5 426	40 870
Прочее	5	30	4	4	492
<b>Итого</b>	<b>16 160</b>	<b>140 436</b>	<b>15 757</b>	<b>11 868</b>	<b>102 545</b>



В ноябре 2023 года больше всего продукции производит Центральный федеральный округ, в этом округе было произведено 6 265 тыс. штук продукции, что составляет 66% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 27%.

Приволжский федеральный округ занимает второе место по объему производства парфюма в России. В ноябре 2023 года там было произведено 1 866 тыс. штук продукции, что составляет 20% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 127%.

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.

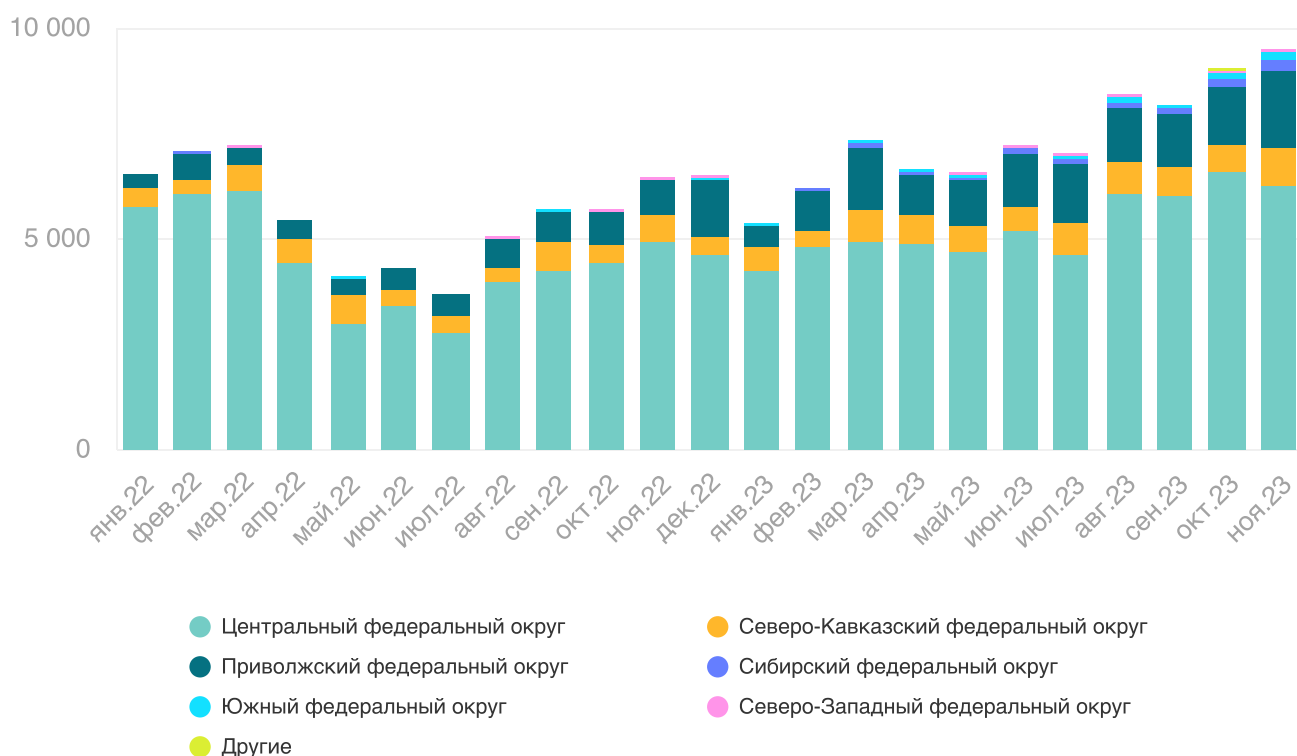




Таблица 7. Географическая структура производства парфюма, тыс. шт.

Федеральный округ	Ноябрь 2023	Янв - Ноя 2023	Справочно		
			Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Центральный ФО	6 265	58 228	6 583	4 945	49 159
Приволжский ФО	1 866	13 400	1 442	823	6 190
Северо-Кавказский ФО	881	7 377	607	623	5 450
Сибирский ФО	215	1 242	168	9	113
Южный ФО	198	772	148	13	140
Северо-Западный ФО	53	354	58	24	122
Другие	20	84	14	1	8
<b>Итого</b>	<b>9 498</b>	<b>81 457</b>	<b>9 020</b>	<b>6 438</b>	<b>61 182</b>



Большую часть рынка производимой продукции в рассматриваемом периоде занимает **Туалетная вода**. В ноябре 2023 года производство этого типа продукции составило 4 150 тыс. штук (рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 19%) — это 44% 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** — 2 752 тыс. штук и 29% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 39%;

**Духи** — 1 949 тыс. штук и 21% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 339%.

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.

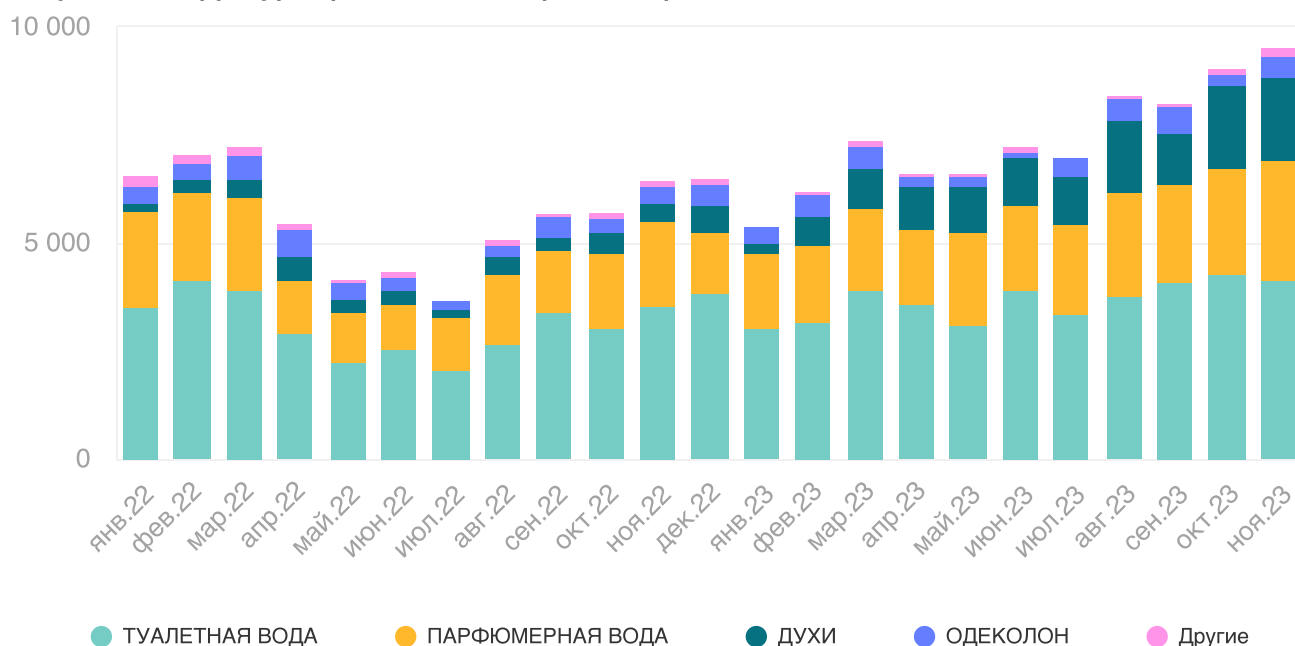




Таблица 8: Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	Ноябрь 2023	Янв - Ноя 2023	Справочно		
			Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Туалетная вода	4 150	40 169	4 279	3 489	33 710
Парфюмерная вода	2 752	23 272	2 432	1 974	17 988
Духи	1 949	12 885	1 958	444	3 839
Одеколон	499	4 253	210	388	4 307
Другие	149	877	142	142	1 339
<b>Итого</b>	<b>9 499</b>	<b>81 456</b>	<b>9 021</b>	<b>6 437</b>	<b>61 183</b>



Доля производства топ-5 компаний занимает от 38 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 99%;

**Парфюмерная вода** — доля топ-5 компаний составляет 76%;

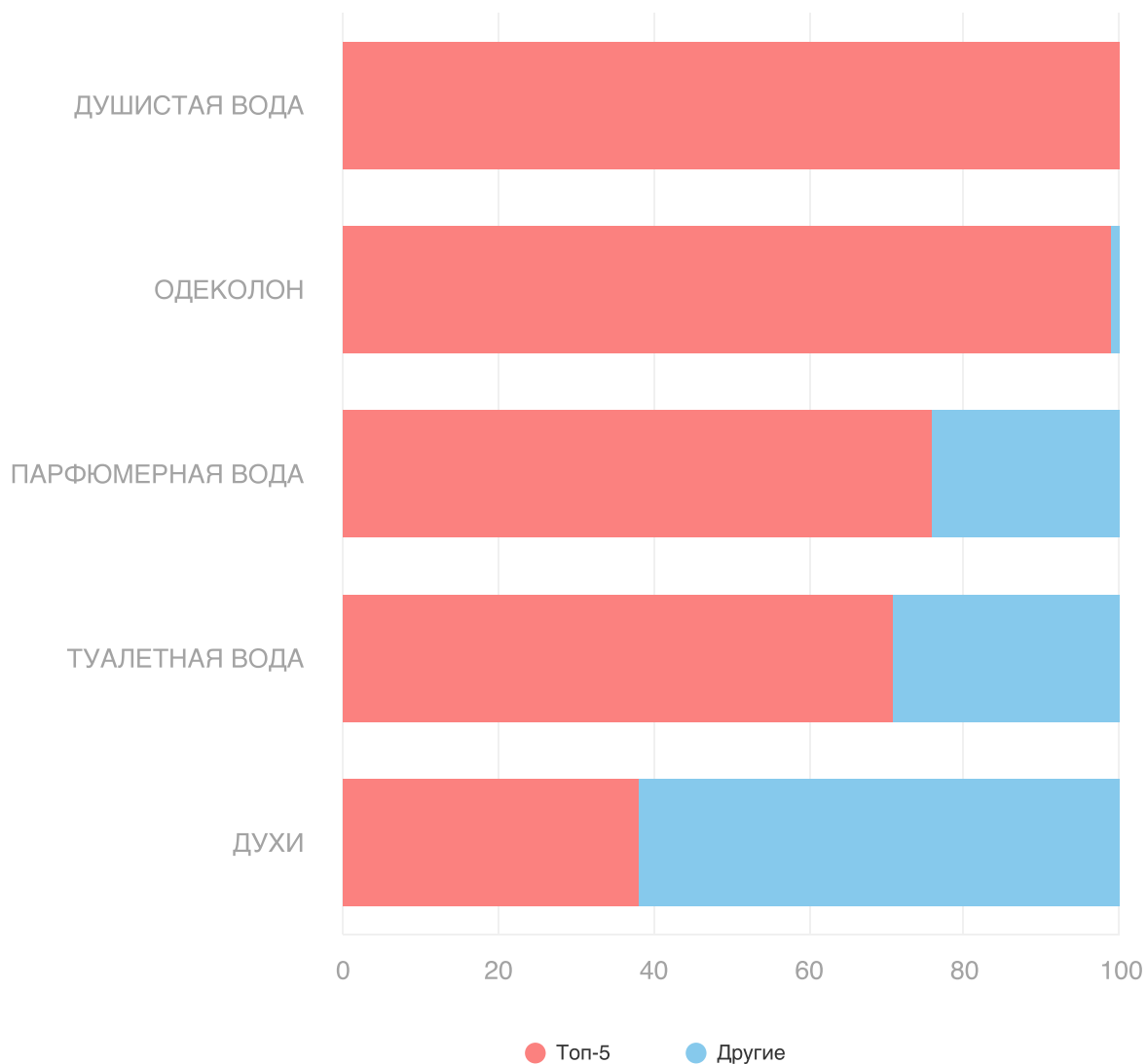
**Туалетная вода** — доля топ-5 компаний составляет 71%;

**Духи** — доля топ-5 компаний составляет 38%.

На рисунке 12 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по каждому типу парфюма.



Рисунок 12. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %





Большую часть ввозимого парфюма составляет **Парфюмерная вода**.  
В ноябре 2023 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 3 257 тыс. штук — 49% от общего объема поставок парфюма в страну. Это на 12% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет **Туалетная вода** — 2 017 тыс. штук, это 30% всей ввозимой продукции, что на 17% 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.

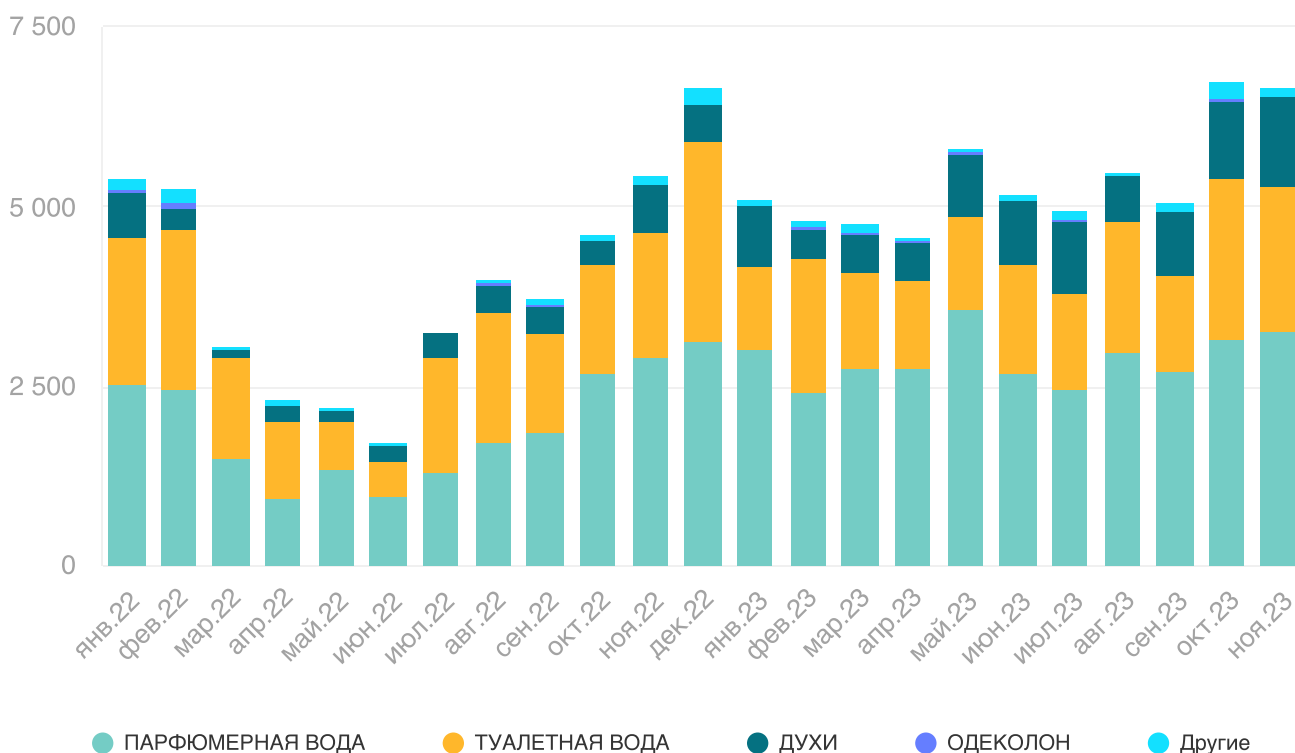




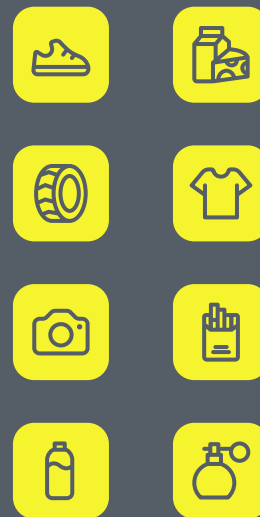
Таблица 9. Структура ввоза из-за границы по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	Ноябрь 2023	Янв - Ноя 2023	Справочно		
			Октябрь 2023	Ноябрь 2022	Янв - Ноя 2022
Парфюмерная вода	3 257	31 679	3 162	2 911	20 076
Туалетная вода	2 017	17 102	2 204	1 725	16 010
Духи	1 267	8 951	1 093	671	3 692
Одеколон	6	250	21	11	203
Другие	110	970	252	107	889
<b>Итого</b>	<b>6 657</b>	<b>58 952</b>	<b>6 732</b>	<b>5 425</b>	<b>40 870</b>

# 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](https://data.crpt.ru)