

III квартал 2023 года

Квартальный обзор по маркируемому рынку

# ОБУВЬ



## Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки обуви
3. Основные выводы
4. Спрос на продукцию
5. Товарное предложение
6. 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 36 049 762 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 75 723 участников оборота товаров в рамках товарной группы «Обувь».

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 фактических продаж.

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<sup>1</sup> 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 обуви

**Маркировка становится обязательной для категории «Обувь»**

**С 1 июля 2020 года** маркировка становится обязательной для обуви. Производители и импортеры обуви к этой дате обязаны быть зарегистрированными 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 немаркированных обувных товаров с этой даты запрещен. Обязательна передача сведений о производстве, импорте, оптовой и розничной продаже обуви в систему маркировки.



## Маркировка товарных остатков обуви

До 1 июня 2021 года продлена возможность маркировки товарных остатков обуви. Ввод остатков в оборот возможен до 15 июня 2021 года. Маркировка возможна только по полному атрибутивному составу.

## 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.

## Перемаркировка обуви, описанной по сокращенному атрибутивному составу

До 1 апреля 2023 года необходимо перемаркировать обувные товары, описанные по сокращенному атрибутивному составу. С этой даты Оператором будет произведено аннулирование кодов маркировки, описанных по сокращенному атрибутивному составу. Оборот обувных товаров, описанных по сокращенному атрибутивному составу, с 1 апреля 2023 года запрещен.

## 3. Основные выводы

**Внутренний спрос** на ключевые продукты обувной промышленности вырос на 6,8% в точках продаж и на 9,0% при дистанционных продажах (с учетом продаж на маркетплейсах). Спрос ведет себя **разнонаправленно**: кроссовки и сапоги эластичны к цене в III квартале 2023 г., и спрос на них растет вслед за снижением цен на товары. В свою очередь спрос на тапочки и туфли не



реагирует на повышение цен на товары год к году и остается стабильно высоким. Спрос же на ботинки незначительно снизился вслед за ростом цен. Спрос также может увеличиться в IV квартале при применении законопроекта № 406653-8 «О внесении изменения в статью 164 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» (в части установления пониженной ставки НДС на товары для детей), в котором предлагается установить пониженную ставку НДС в 10%, в том числе и на детскую обувь (кроме спортивной).

**БОТИНКИ:** несмотря на небольшой рост **цен** в III квартале (на 2% к аналогичному кварталу прошлого года и +5% к II кварталу 2023 г.), в **структуре общих продаж** доля ботинок незначительно снизилась - на 1,3 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г. и выросла при этом к предыдущему кварталу на 4,1 п.п. **Производство** продукции при этом превышает III квартал 2022 года на 8%, а **ввоз в РФ** увеличился на 45% к III кварталу 2022 года и на 49% к предыдущему кварталу 2023 г.

Цены ↑

Спрос ↓

Производство ↑

Ввоз в РФ ↑

**ТАПОЧКИ:** **производство** тапочек выросло на 11% в III квартале 2023 г. к аналогичному периоду прошлого года. При этом в **структуре общих продаж** доля тапочек увеличилась на 2,9 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г. одновременно с ростом **цен** на 6% к аналогичному периоду 2022 г. **Ввоз** товаров в страну вырос в III квартале 2023 г. на 25%, преимущественно из-за снижения объемов ввоза из-за границы в III квартале 2022 г.

Цены ↑

Спрос ↑

Производство ↑

Ввоз в РФ ↑



**ТУФЛИ:** цены на туфли повысились на 12% в сравнении с II кварталом 2022 г., что, однако, сильно не отразилось в внутреннем **спросе (в структуре общих продаж** доля товара увеличилась на 1,7 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г., что в совокупности к общему приросту продаж обуви говорит о приросте продаж туфель).

**Производство** продукции снизилось на 4%, а **ввоз в РФ** вырос на 16%.

Цены ↑      Спрос ↑      Производство ↓      Ввоз в РФ ↑

---

**САПОГИ:** цены на сапоги подросли на 48% к II кварталу 2023 г. в связи с началом роста спроса на сезонную продукцию (рост доли сапог в структуре продаж к II кварталу 2023 г. составил 1,9 п.п.), однако оставались на уровне ниже III квартала 2022 г. на 8%. Доля же товара **в структуре общих продаж** товара не изменилась в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г. и приросла только на 0,5 п.п. Кроме того, на 51% выросло предложение на рынке продукции вследствие прироста **ввоза в РФ** на 69% из-за низкой базы и увеличения **объемов производства** на 9%.

Цены ↓      Спрос ↑      Производство ↑      Ввоз в РФ ↑

---

**КРОССОВКИ:** цены на кроссовки снизились на 25% к III кварталу 2022 г. и на 5% к II кварталу 2023 г., что повлекло за собой рост **спроса (в структуре общих продаж** доля товара увеличилась на 4,4 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г.). Рост спроса преимущественно компенсировался увеличением ввоза из-за рубежа. **Производство** продукции также выросло на 53%, а **ввоз в РФ** увеличился на 72% к аналогичному периоду 2022 г.

Цены ↓      Спрос ↑      Производство ↑      Ввоз в РФ ↑

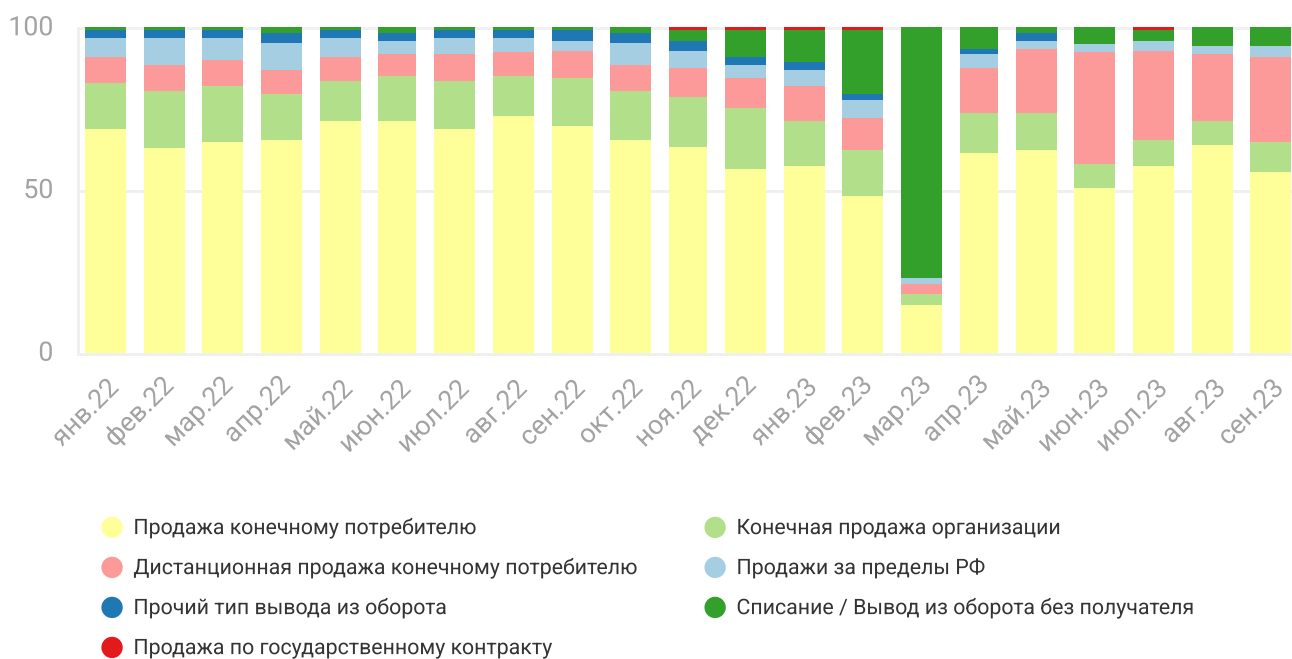
---



## 4. Спрос на продукцию

В III квартале 2023 в структуре вывода из оборота доминируют продажи конечному покупателю в торговых точках: их доля в общем объеме продаж составила 59,6% от общего от общего объема вывода из оборот (продаж). Наибольший объем спроса за прошедший квартал пришелся на категории на ботинки и тапочки, 32,8% и 19,9% соответственно.

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



\* Резкий рост общего объема выведенной из оборота обуви в марте 2023-го вызван массовой перемаркировкой остатков обувной продукции, так как с 1 апреля 2023 года вступил в действие ряд ограничений на такого рода товары.

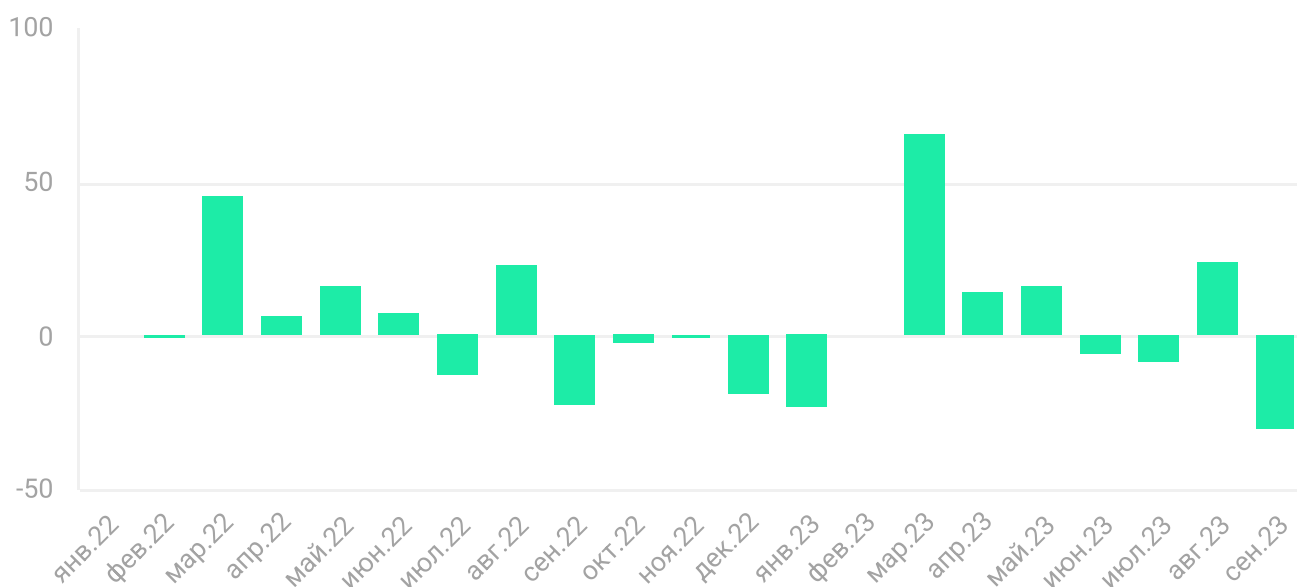


Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

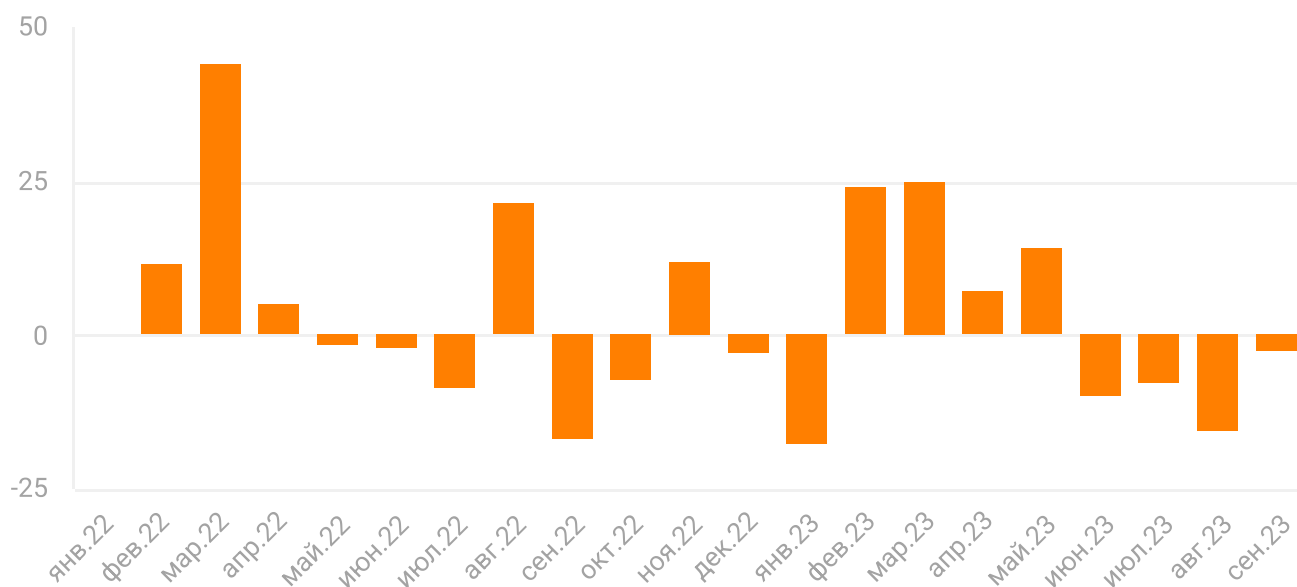
Тип продаж	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
Продажа конечному потребителю	59,6	44,0	68,8	70,8	57,6
Дистанционная продажа конечному потребителю	24,4	15,8	7,6	7,8	23,4
Конечная продажа организации	8,2	8,0	14,4	13,6	10,4
Списание / Вывод из оборота без получателя	5,2	28,4	0,8	0,6	3,8
Продажи за пределы РФ	2,6	2,8	5,6	4,4	3,0
Продажа по государственному контракту	0,2	0,4	0,2	0,2	0,4
<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, %



● Продажа конечному потребителю



● Дистанционная продажа конечному потребителю



Таблица 2. Динамика продаж месяц к месяцу, %

Причина вывода из оборота	III квартал 2023 года (г/г),%	III квартал 2023 года (кв/кв),%	I-III квартал 2023 года (г/г),%
Дистанционная продажа конечному потребителю	9,03	-20,09	22,21
Продажа конечному потребителю в точках продаж	6,78	-4,33	8,01

Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

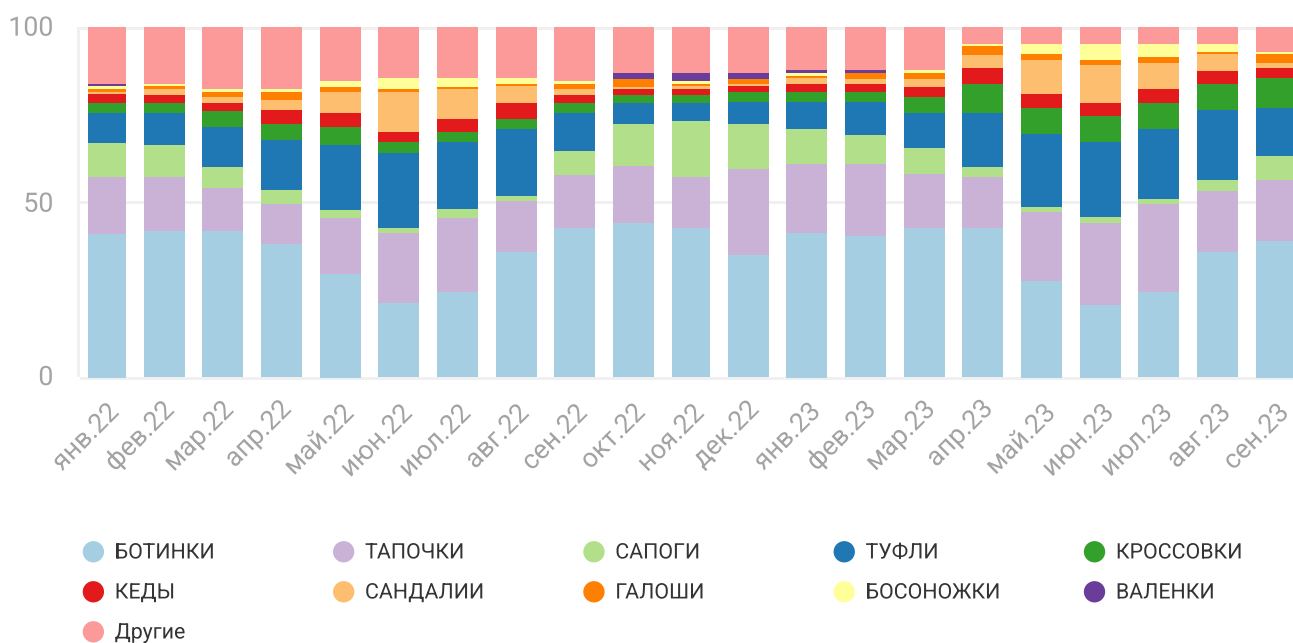




Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продаж	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
БОТИНКИ	32,80	32,96	34,14	34,1	26,68
ТАПОЧКИ	19,90	19,52	15,96	17	20
ТУФЛИ	18,06	16,82	15,96	16,38	19,5
КРОССОВКИ	7,62	6,78	3,7	3,22	7,42
САНДАЛИИ	4,74	5,58	4,9	5,06	8,34
САПОГИ	3,94	4,08	4,26	3,4	2
КЕДЫ	3,62	3,74	3,2	3,36	4,42
БОСОНОЖКИ	2,06	2,08	1,24	1,32	2,98
ГАЛОШИ	1,52	1,6	1,36	1,28	1,78
ВАЛЕНКИ	0,06	0,12	0,16	0,12	0,02
Другие	5,66	6,72	15,76	14,78	4,86
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



В III квартале 2023 года Центральный федеральный округ был лидером по числу проданной обуви на 1 000 человек населения — 1 034 пары.

Высокий объем продаж на 1 000 человек отмечен в регионах Московская область (2 899 пар) и Москва (898 пар).

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

**Таблица 4. Региональная структура продаж  
(на 1 000 человек за III квартал 2023 года, шт)**

Субъект РФ	БОТИНКИ	ТАПОЧКИ	ТУФЛИ	КРОССОВКИ	САНДАЛИИ	САПОГИ	КЕДЫ	БОСОНОЖКИ	ГАЛОШИ	ВАЛЕНКИ	Другие	Итого
Центральный ФО	313,6	206,7	190,1	102,7	42,2	41,1	40,9	25,7	11,6	0,6	59,1	1 034,3
Северо-Западный ФО	198	99,1	89,7	29	23,3	23,8	20,3	7,8	7,2	0,2	25,7	524,1
Сибирский ФО	152,4	75,1	66,4	22,6	19,1	17,8	12,2	5,3	7,8	0,5	26,1	405,3
Дальневосточный ФО	152	73,6	70,1	24,6	22,8	21,2	8,9	5,4	5,5	0,5	32,4	416,9
Уральский ФО	141	62	65,3	20,3	18,6	19	10,6	5,2	8,2	0,3	19,4	369,9
Приволжский ФО	123,1	73,3	60,7	21,3	19,5	14	12,5	8,1	10,3	0,4	18,9	362,1
Южный ФО	112,5	93,1	83,5	16,6	28,1	6,3	13,1	6,6	5,2	0,2	18,3	383,5

Квартальный обзор  
по маркируемому рынку  
«Обувь»



Северо-Кавказский ФО	51	37,9	30,2	5,4	9,3	2,7	6	2,3	1,7	0	11,7	158,2
<b>Справочно</b>												
Московская область	745,9	595,1	560,4	360,1	102,6	106,4	115,9	85,9	27,2	1,4	198,9	2 899,8
Москва	333,6	167,4	146,6	69,9	45,3	40,1	38,6	16,4	7,3	0,5	32,3	898
Санкт-Петербург	272,7	111,3	130,8	31	33,9	28	28,4	9,5	7	0,2	26,4	679,2
Калининградская область	199,2	141,8	103,4	55,1	20,9	21,4	13,2	20	11	0,2	62,5	648,7
Рязанская область	153,9	86,1	83,6	28,7	16,5	17,9	18	7,8	9,5	0,2	61,5	483,7

В III квартале 2023 года наибольшее изменение цен было в категории товаров КЕДЫ — рост на 14% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном периоде прошлого года. Далее идут ТУФЛИ (рост на 12%) и ТАПОЧКИ (рост на 6%) (рисунок 4, таблица 4).



Рисунок 4. Динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам обуви, руб.

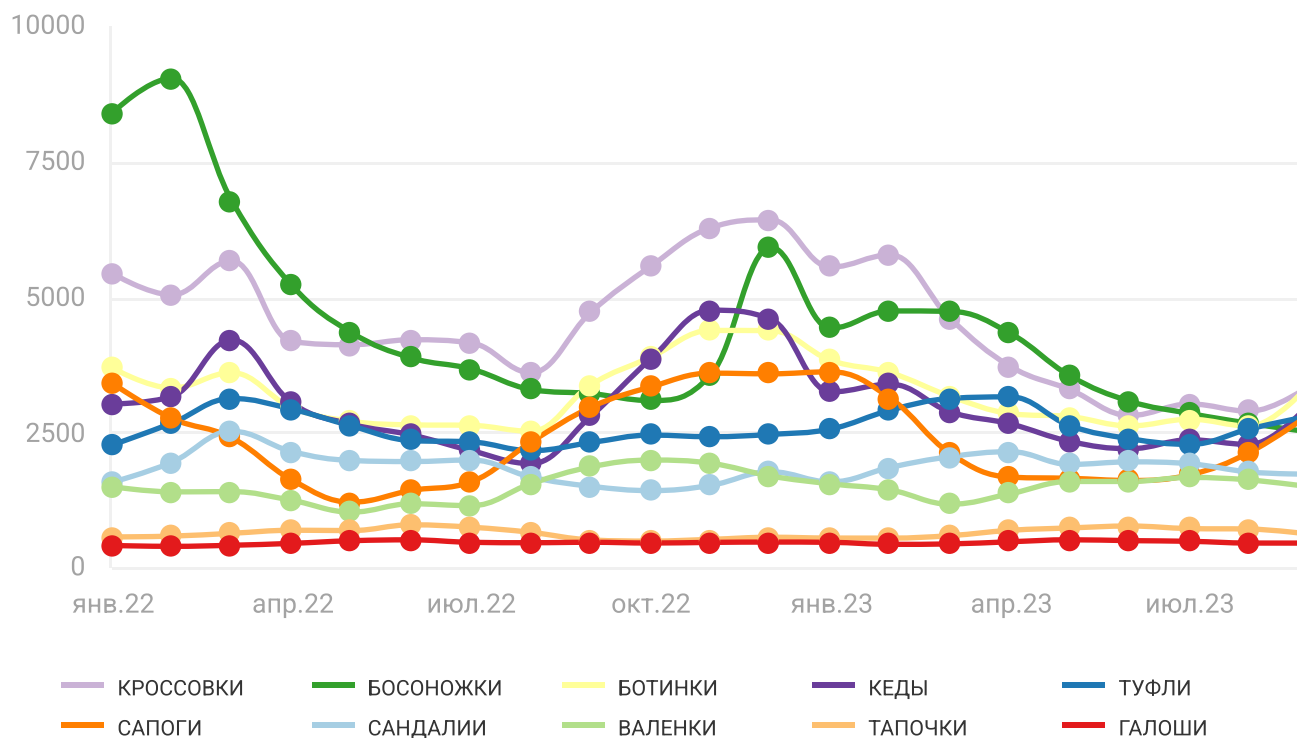


Таблица 5. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб.

Тип продаж	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Изменение цен к/к	Изменение цен г/г	Справочно		
					I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
КРОССОВКИ	3 068	3 332	-4,6%	-24,5%	4 420	4 065	3 216
БОТИНКИ	2 905	2 984	5,3%	1,7%	3 039	2 856	2 758
БОСОНОЖКИ	2 744	3 131	-17,5%	-21,5%	4 051	3 495	3 327

Квартальный обзор  
по маркируемому рынку  
«Обувь»

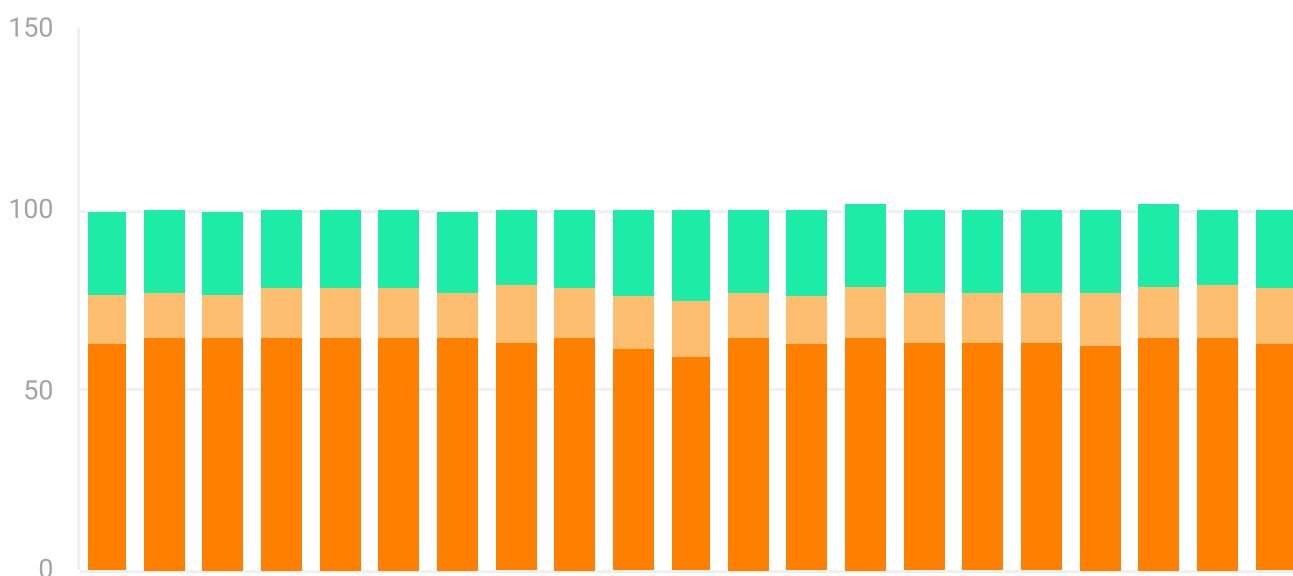


ТУФЛИ	2 508	2 603	-4,3%	11,9%	2 469	2 241	2 622
КЕДЫ	2 483	2 510	4,6%	14,4%	2 637	2 170	2 374
САПОГИ	2 422	2 448	47,6%	-7,6%	2 504	2 621	1 641
САНДАЛИИ	1 835	1 907	-5,9%	1,1%	1 928	1 815	1 950
ВАЛЕНКИ	1 520	1 473	1,3%	-14,4%	1 531	1 775	1 501
ТАПОЧКИ	686	683	-6,7%	6,2%	664	646	735
ГАЛОШИ	458	468	-6,7%	-0,4%	452	460	491



Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах обуви в России — на уровне 63% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах обуви в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 15% (рисунки 5-6).

Рисунок 5. Продажи по ценовым сегментам\*



\* 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».



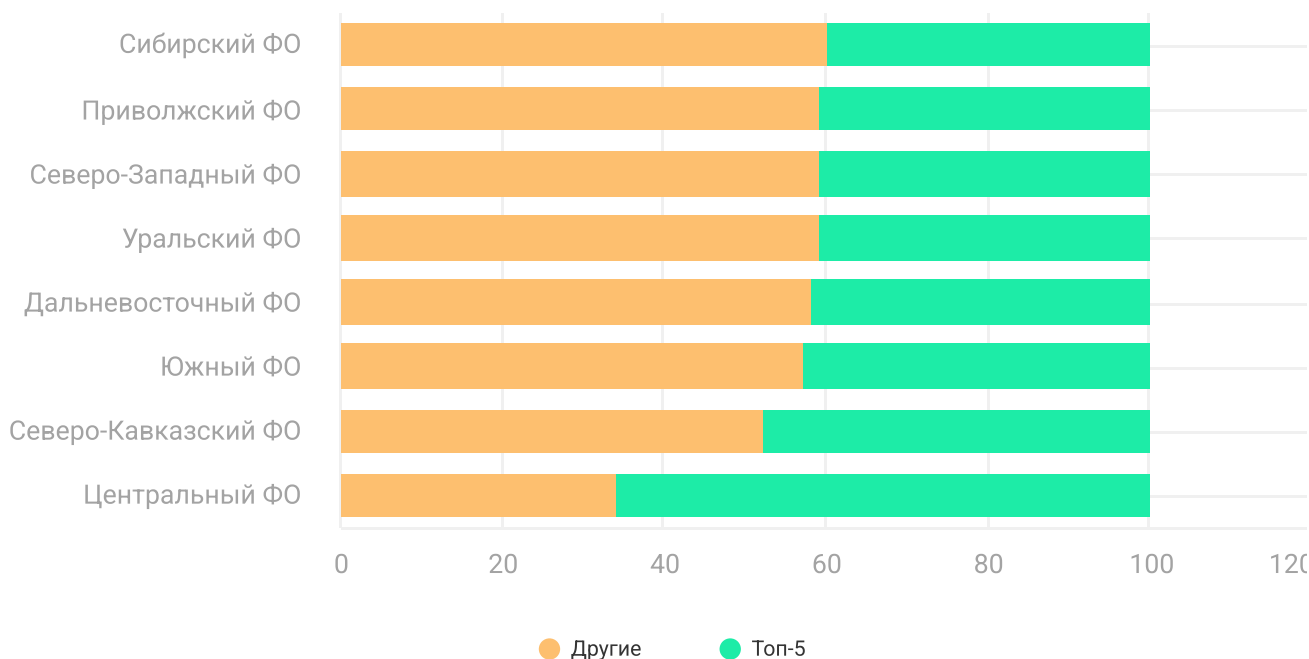
Рисунок 6. Продажи отдельных видов по цене





Топ-5 компаний контролируют значительную долю рынка обуви в каждом из федеральных округов России, их доля составляет от 36 до 65% рынка.

Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний\*



## 5. Товарное предложение

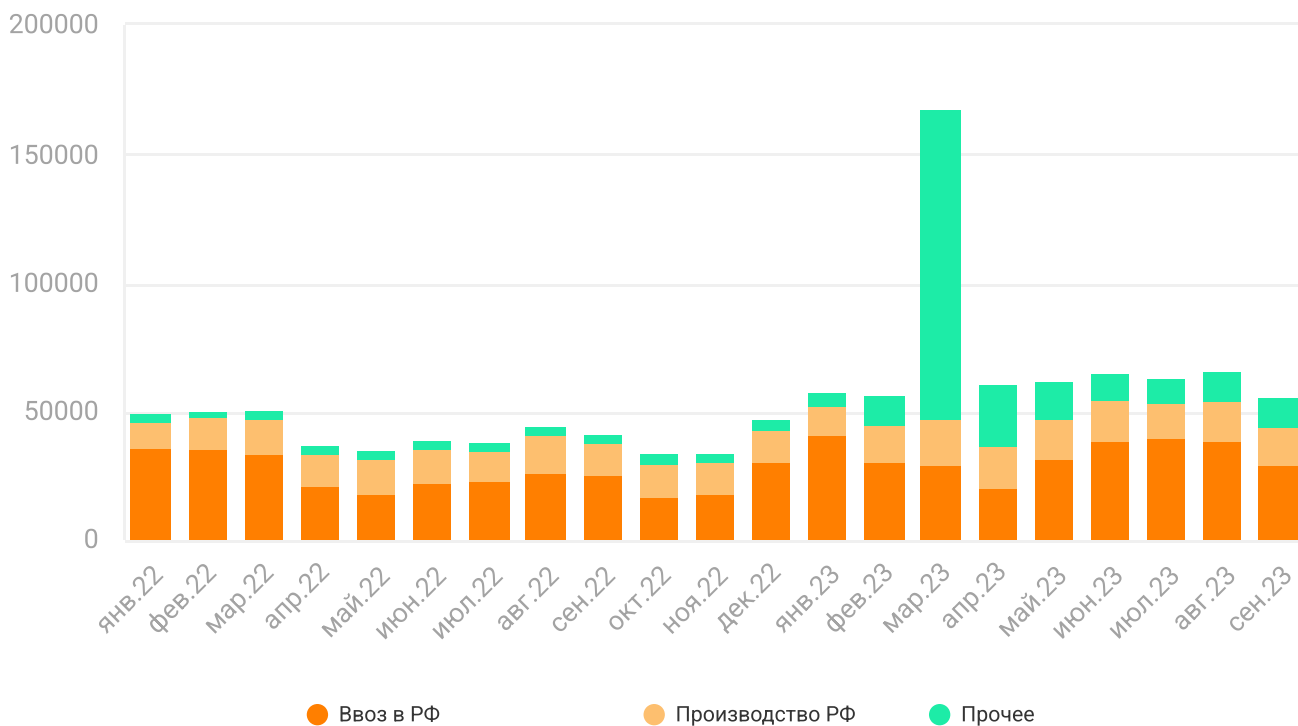
Большая часть предложения в III квартале 2023 года приходится на «Ввоз в РФ» и составляет 56% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 46,8%.

Производство РФ — вторая по объему часть предложения (24%), в III квартале 2023 года демонстрирует рост на 14% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года (рисунок 8, таблица 6).

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



Рисунок 8. Динамика предложения на рынке обуви\*



\* Рост в марте 2023 года произошел из-за массовой перемаркировки остатков товаров.



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

Источник предложения	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
Ввоз в РФ	106 509	294 404	235 829	72 549	88 056
Производство РФ	44 348	135 767	114 463	39 034	48 738
Прочее	31 771	218 999	28 138	9 426	49 798
Итого	182 628	649 170	378 430	121 009	186 592

В III квартале 2023 года больше всего продукции производит Центральный федеральный округ: 20 577 тыс. пар продукции, что составляет 46% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года демонстрирует рост на 13%.

Северо-Западный федеральный округ занимает второе место по объему производства обуви в России. В III квартале 2023 года там было произведено 6 680 тыс. пар продукции, что составляет 15% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 19% (рисунок 9, таблица 7).



Рисунок 9. Динамика производства по федеральным округам

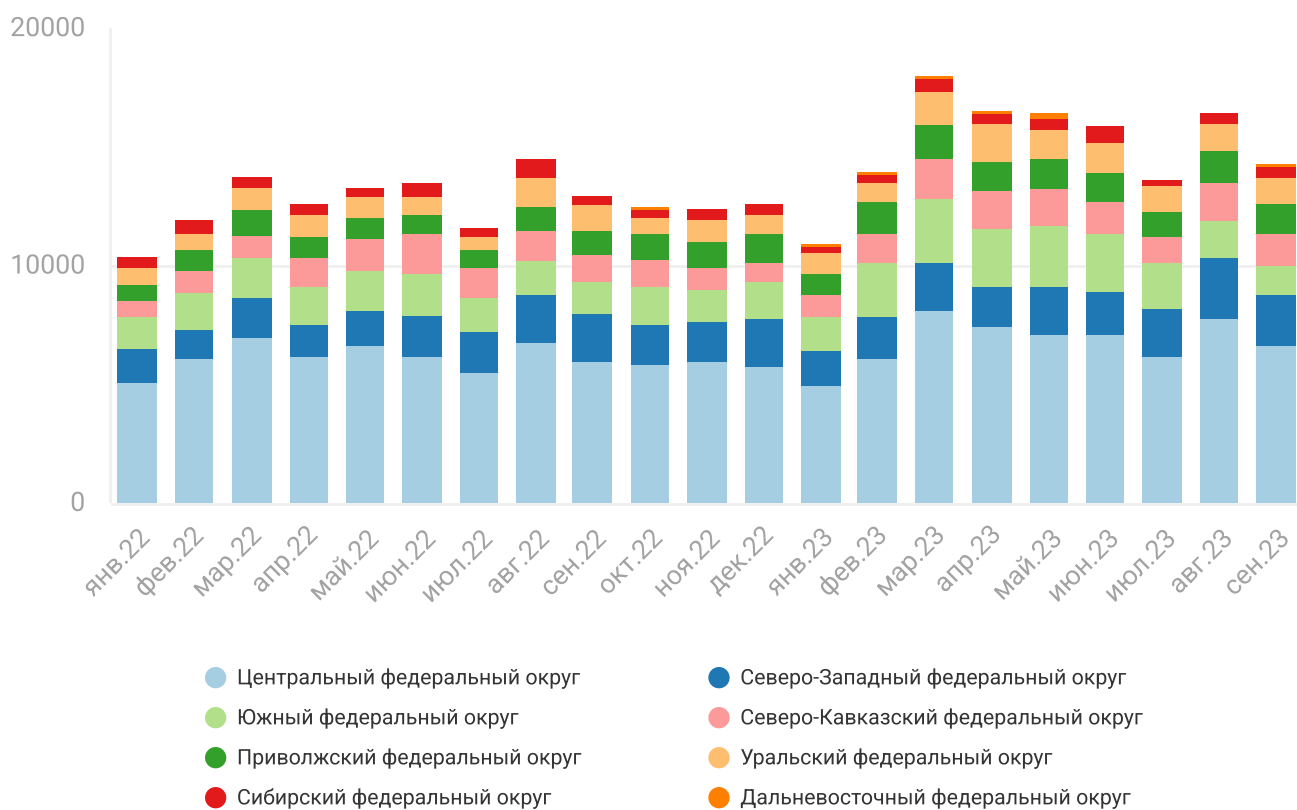


Таблица 7. Географическая структура производства обуви, тыс. шт.

Субъект РФ	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
Центральный федеральный округ	20 577	61 228	55 343	18 289	21 587
Северо-Западный федеральный округ	6 680	17 544	14 425	5 618	5 538
Южный федеральный округ	4 697	18 514	14 056	4 326	7 517



Северо-Кавказский федеральный округ	4 148	12 424	10 141	3 478	4 432
Приволжский федеральный округ	3 713	11 106	8 396	2 992	3 699
Уральский федеральный округ	3 273	10 505	7 582	2 867	4 104
Сибирский федеральный округ	1 042	3 661	4 314	1 394	1 495
Дальневосточный федеральный округ	219	785	207	70	367
Итого	44 349	135 767	114 464	39 034	48 739

Большую часть рынка производимой продукции занимает категория ТАПОЧКИ. В III квартале 2023 года производство этого вида обуви составило 18 798 тыс. пар (рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 11%) — это 42% от общего объема производства обуви в стране (рисунок 10, таблица 8).

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

- БОТИНКИ — 8 215 тыс. пар и 18,5% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 8%;
- САПОГИ — 6 588 тыс. пар и 15% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 9%



Рисунок 10. Структура предложения на рынке обуви

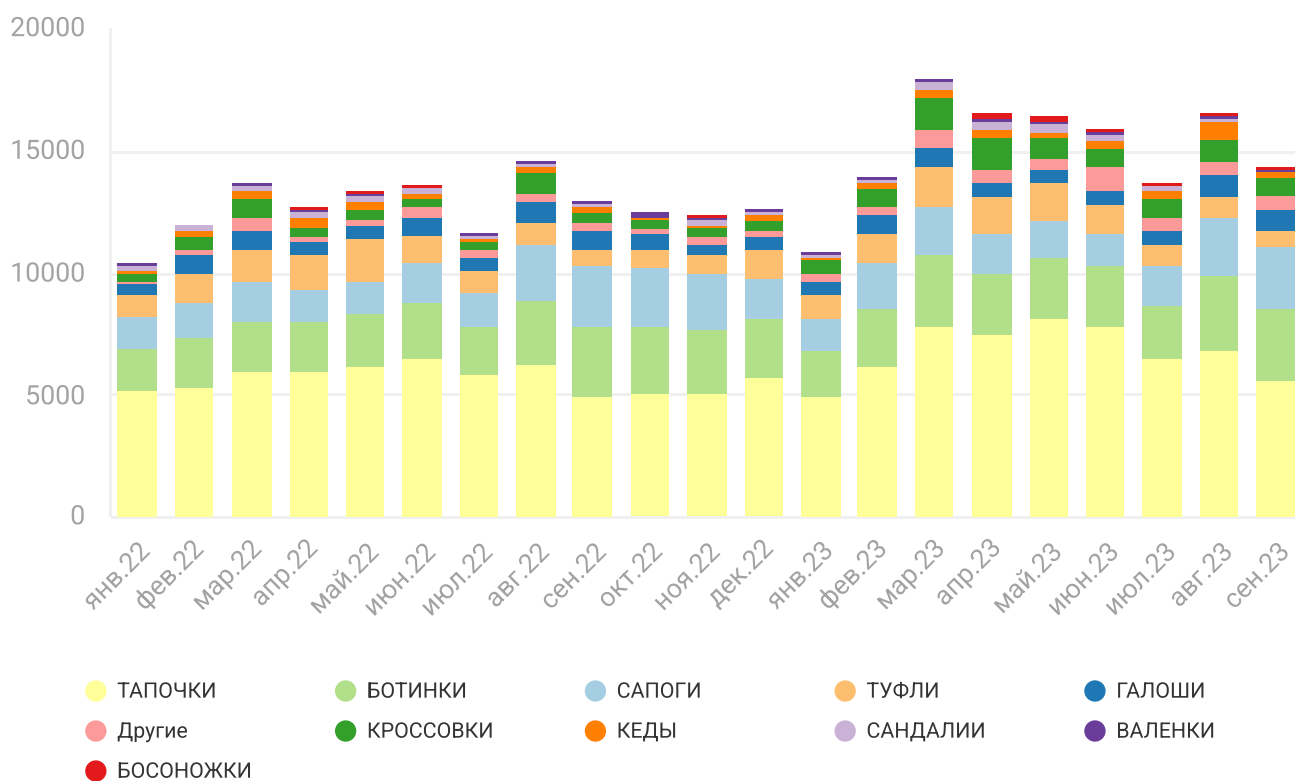


Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
ТАПОЧКИ	18 798	60 873	51 563	16 880	23 294
БОТИНКИ	8 216	22 941	20 214	7 594	7 475
САПОГИ	6 589	16 230	14 594	6 050	4 543



ТУФЛИ	2 430	10 516	10 223	2 531	4 321
КРОССОВКИ	2 347	7 858	4 266	1 531	2 975
ГАЛОШИ	2 180	5 918	5 831	2 124	1 506
КЕДЫ	1 319	2 886	2 208	522	907
САНДАЛИИ	350	1 854	1 718	412	916
ВАЛЕНКИ	302	675	588	250	187
БОСОНОЖКИ	96	868	373	44	621
Другие	1 722	5 148	2 885	1 096	1 993
Итого	44 349	135 767	114 463	39 034	48 738

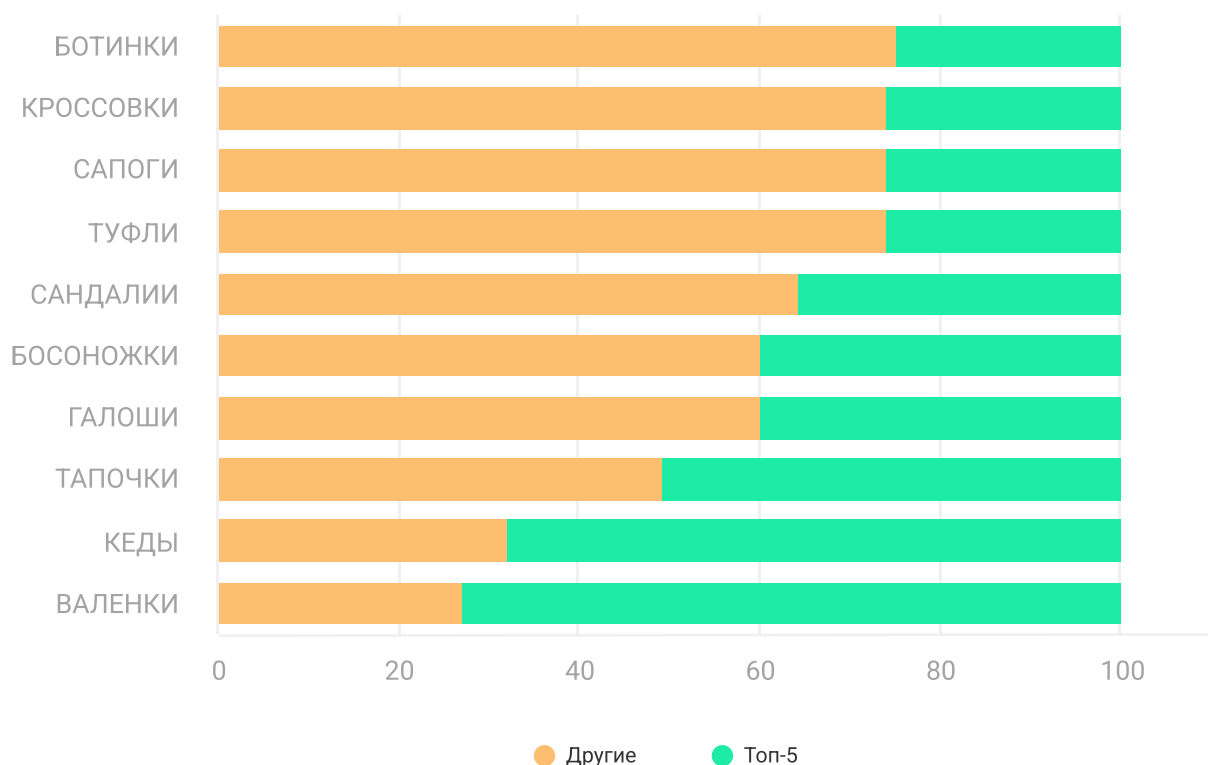
Доля производства топ-5 компаний занимает от 25 до 73% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

- ВАЛЕНКИ — доля топ-5 компаний составляет 73% от всего рынка;
- КЕДЫ — доля топ-5 компаний составляет 68%;
- ТАПОЧКИ — доля топ-5 компаний составляет 51%;
- БОСОНОЖКИ — доля топ-5 компаний составляет 40%;
- ГАЛОШИ — доля топ-5 компаний составляет 40%.



На рисунке 11 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по каждому типу обуви.

Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний\*



Большую часть ввозимой обуви составляет категория БОТИНКИ. В III квартале 2023 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 60 923 тыс. пар — 57,2% от общего объема поставок обуви в страну. Это на 45% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет категория САПОГИ — 23 139 тыс. пар, это 21,7% всей ввозимой продукции, что на 69% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунках 12 и в таблице 9 представлена динамика ввоза в РФ в разбивке на типы обуви.

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



Рисунок 12. Структура ввоза в РФ по видам продукции, тыс. шт.

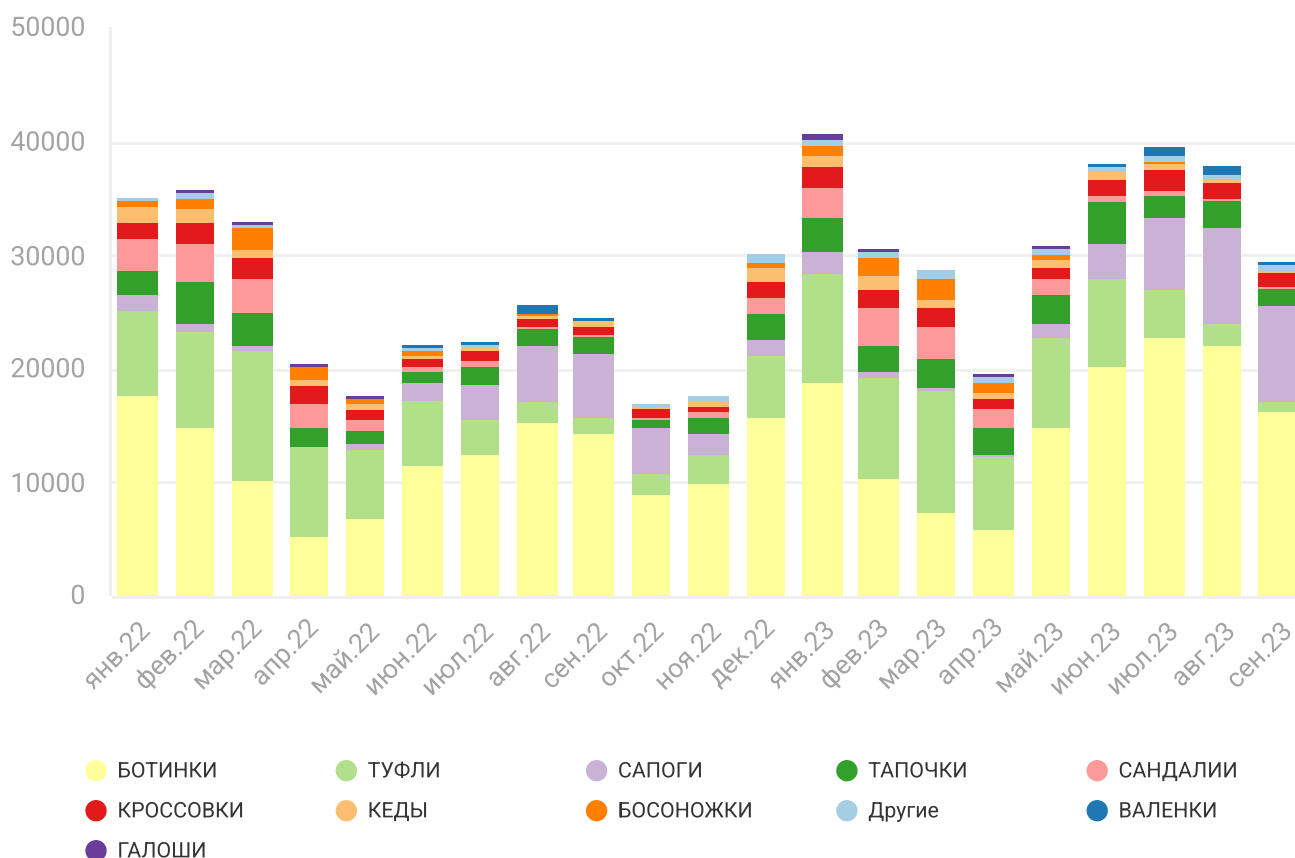


Таблица 9. Структура ввоза в РФ по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023 год
БОТИНКИ	60 923	138 553	108 013	42 035	40 931
САПОГИ	23 139	30 291	18 650	13 702	4 741

Квартальный обзор  
по маркируемому рынку  
«Обувь»

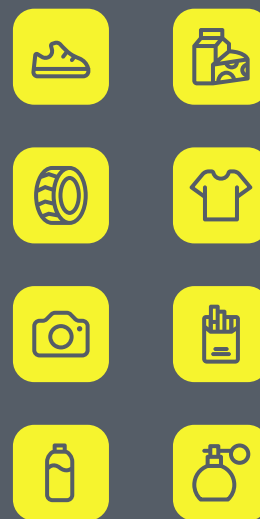


ТУФЛИ	7 273	58 257	53 473	6 292	21 833
ТАПОЧКИ	5 658	22 425	16 817	4 517	8 654
КРОССОВКИ	4 543	13 183	11 147	2 640	3 354
ВАЛЕНКИ	1 665	1 737	1 249	1 147	72
КЕДЫ	1 051	5 701	5 130	862	1 757
САНДАЛИИ	663	12 649	13 197	654	3 423
БОСОНОЖКИ	157	6 259	5 253	81	1 699
ГАЛОШИ	67	1 133	781	144	221
Другие	1 370	4 215	2 118	475	1 373
Итого	106 509	294 403	235 828	72 549	88 058

# 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)