

Февраль 2024 года

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку

ЛЕГПРОМ

Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки легкой промышленности
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 из себя данные о реальном товарообороте, переданные непосредственно участниками оборота товаров, операторами фискальных данных и операторами ЭДО. В ГИС МТ на момент разработки данного обзора содержится информация о 17 827 795 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 106 089 участников оборота товаров в рамках товарной группы Легпром.

Все полученные данные проходят процесс оценки качества и очистки от аномальных значений. Адресная информация проходит процесс нормализации и приведения к формату 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.

Обзор сформирован в соответствии с пунктом 12 статьи 20(1) Федерального закона от 28.12.2009 г. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации № 381-ФЗ. 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 легкой промышленности

Обязательная маркировка для категории «Товары легкой промышленности»

С 1 января 2021 года

Оборот немаркированных товаров категории «Товары легкой промышленности» запрещен.

Маркировка остатков

До 1 февраля 2021 года

Все участники оборота обязаны промаркировать товарные остатки, не реализованные до 1 января 2021 года.

Появляется обязанность передачи 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.



3. Спрос на продукцию

Текстиль

В структуре конечных продаж текстиля в феврале 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 62% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Наибольшее изменение доли продаж среди текстильных товаров в феврале 2024 года показали следующие типы продукции:

Наволочка — увеличение доли от общих продаж на 1.01% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года;

Полотенце — уменьшение доли от общих продаж на 0.79% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года.



Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1.

На рисунке 2 и таблице 2 представлена динамика потребления.

На рисунке 3 и в таблице 3 приведена номенклатура продаж конечному потребителю.

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

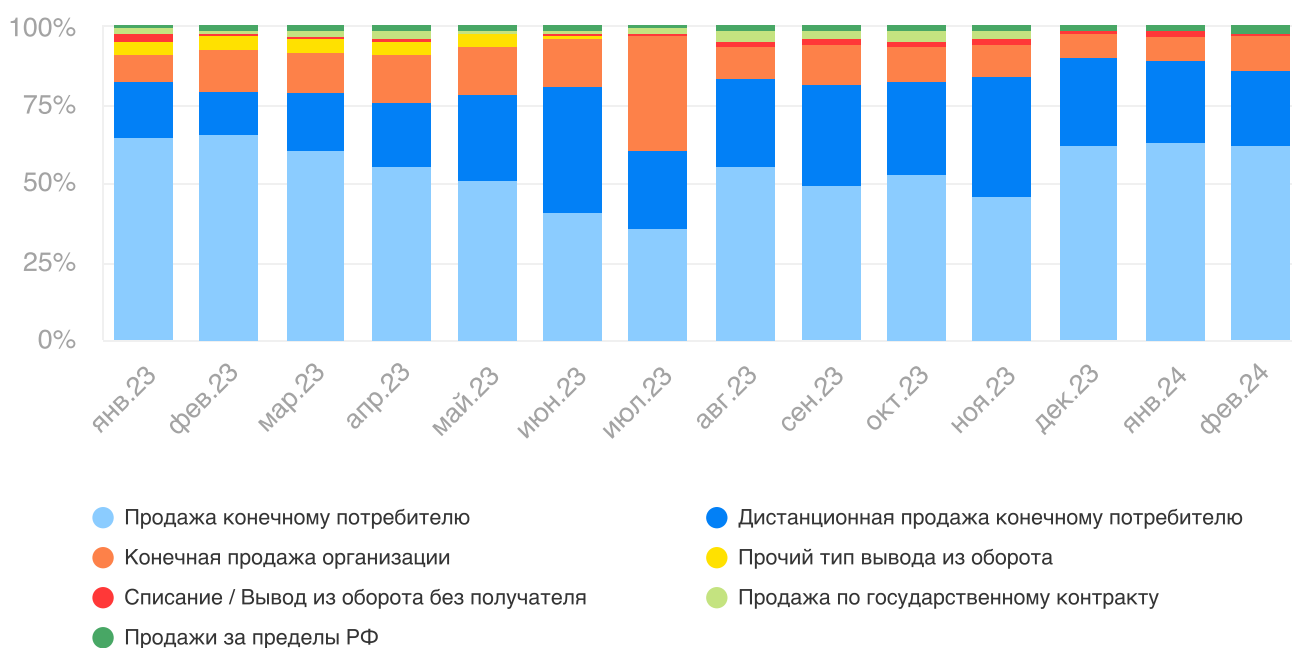




Таблица 1. Текстиль. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Продажа конечному потребителю	62.44	62.51	62.59	65.64	65.11
Дистанционная продажа конечному потребителю	23.13	24.77	26.56	13.22	15.71
Конечная продажа организации	11.30	9.80	8.16	13.44	10.95
Продажи за пределы РФ	2.01	1.56	1.07	1.24	0.91
Списание / Вывод из оборота без получателя	0.79	1.10	1.42	0.95	1.71
Продажа по гос. контракту	0.32	0.25	0.19	1.13	1.26
Прочий тип вывода из оборота	0	0	0	4.38	4.35
Итого	100	100	100	100	100



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



Таблица 2. Текстиль. Динамика потребления, %

Тип продаж	Фев 2024 к Фев 2023	Фев 2024 к Янв 2024	Янв-Фев 2024 к Янв-Фев 2023
Продажи по стабильным точкам	18%	2%	16%



Рисунок 3. Текстиль. Номенклатура конечных продаж, %

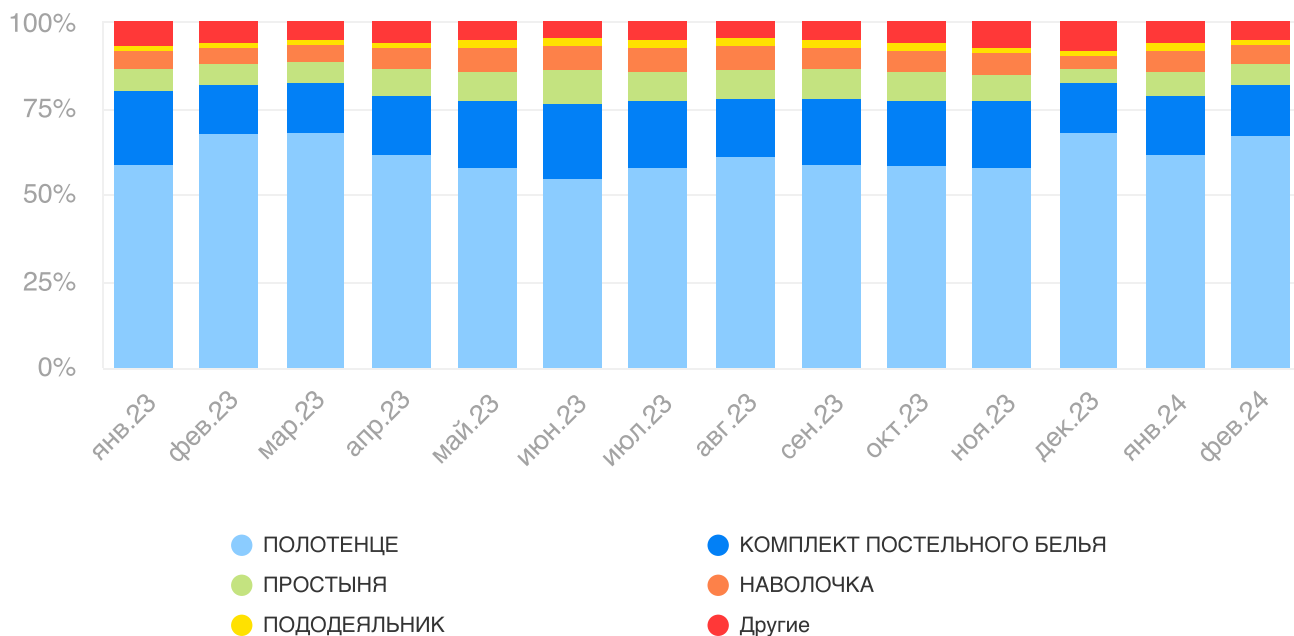


Таблица 3. Текстиль. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Полотенце	67.2	64.38	61.42	67.99	63.42
Комплект постельного белья	14.64	15.97	17.37	13.93	17.55
Простыня	6.03	6.49	6.98	6.17	6.31
Наволочка	5.76	6.04	6.33	4.75	5.07
Пододеяльник	1.51	1.66	1.82	1.38	1.52
Другие	4.87	5.46	6.08	5.78	6.13
Итого	100	100	100	100	100



В феврале 2024 года Дальневосточный ФО был лидером по числу проданных единиц текстильной продукции на 1 000 человек населения — 75 единиц товара.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Ивановская область — 377 единицы товара и Краснодарский край — 65 единицы товара.

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

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

Субъект РФ	Полотенце	Комплект постельного белья	Наволочка	Простыня	Пододеяльник	Другие	Итого
Дальневосточный ФО	62.1	5.6	2.4	1.9	0.5	2.9	75.4
Приволжский ФО	43.5	3.7	2.3	1.9	0.5	2.2	54.1
Сибирский ФО	43	3.9	1.8	1.6	0.4	2.1	52.8
Уральский ФО	42.4	3.7	2	1.9	0.4	2.4	52.8
Южный ФО	41.8	3.2	2.5	1.9	0.4	2.6	52.4
Центральный ФО	38.8	9.8	4.2	3.1	0.9	3.2	60
Северо-Западный ФО	38.5	5.6	3.1	3.3	0.9	2.9	54.3
Северо-Кавказский ФО	12.4	0.9	0.6	0.4	0.2	0.6	15.1



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

Субъект РФ	Полотенце	Комплект постельного белья	Наволочка	Простыня	Пододеяльник	Другие	Итого
Справочно							
Ивановская область	107.3	187.7	47.3	20.7	8.8	5.3	377.1
Краснодарский край	53.6	3.7	2.2	2.2	0.5	3	65.2
Санкт-Петербург	42.4	6.8	3.8	4.6	1.2	4.1	62.9
Московская область	41.8	5.3	3.4	3	0.8	3.6	57.9
Москва	34.3	7.4	4	3.7	1.1	4	54.5
Дистанционные продажи*							
Вся Россия	9.3	5.6	1.7	2.3	0.7	1.1	20.7

*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 феврале 2024 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Полотенце** — рост на 20% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Далее идут **Комплект постельного белья** — рост на 11% и **Наволочка** — рост на 10%.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам текстиля приведена на рисунке 4 и в таблице 5.

Рисунок 4. Текстиль. Средневзвешенные цены на популярные виды продукции, руб.

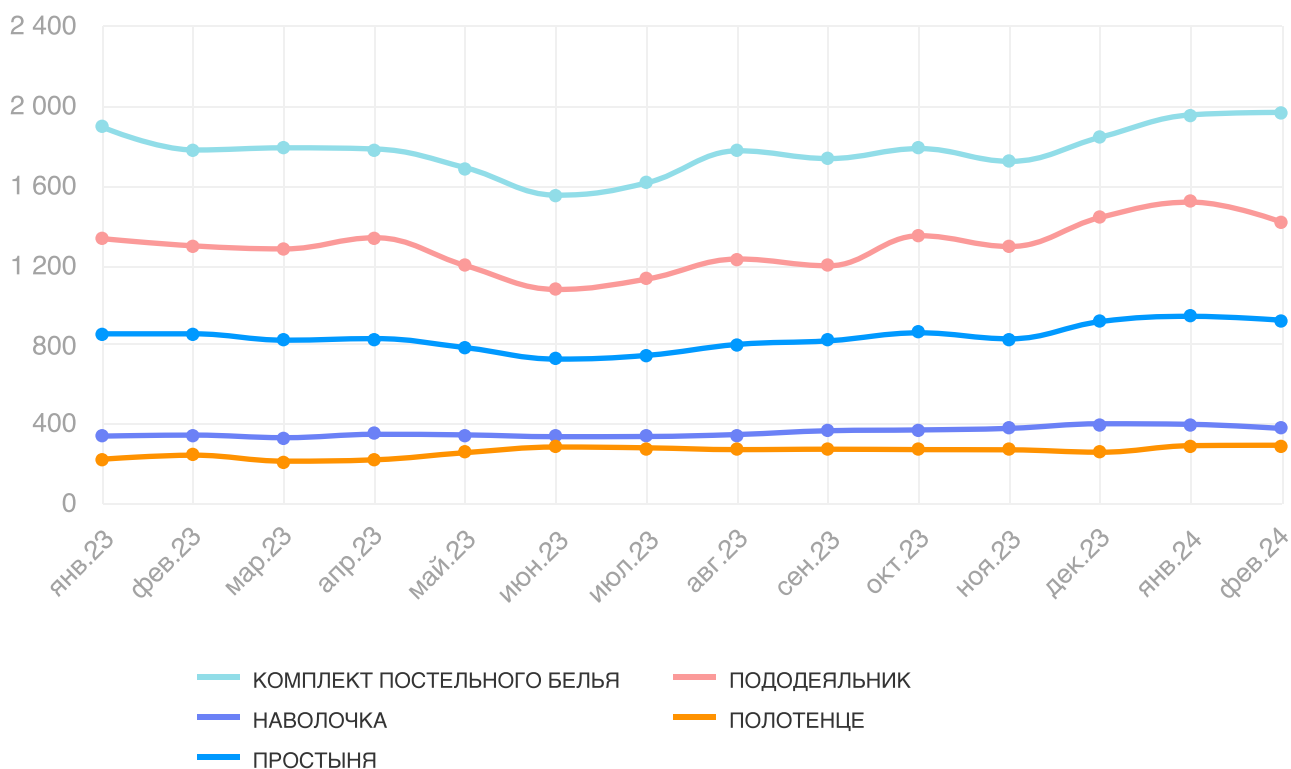




Таблица 5. Текстиль. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб.

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Изменение цен, м/м	Изменение цен, г/г	Справочно		
					Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Комплект постельного белья	1 967	1 955	1%	11%	1 955	1 778	1 834
Пододеяльник	1 414	1 516	-7%	9%	1 516	1 296	1 314
Простыня	922	942	-2%	8%	942	854	854
Наволочка	378	399	-5%	10%	399	345	342
Полотенце	294	292	1%	20%	292	244	234



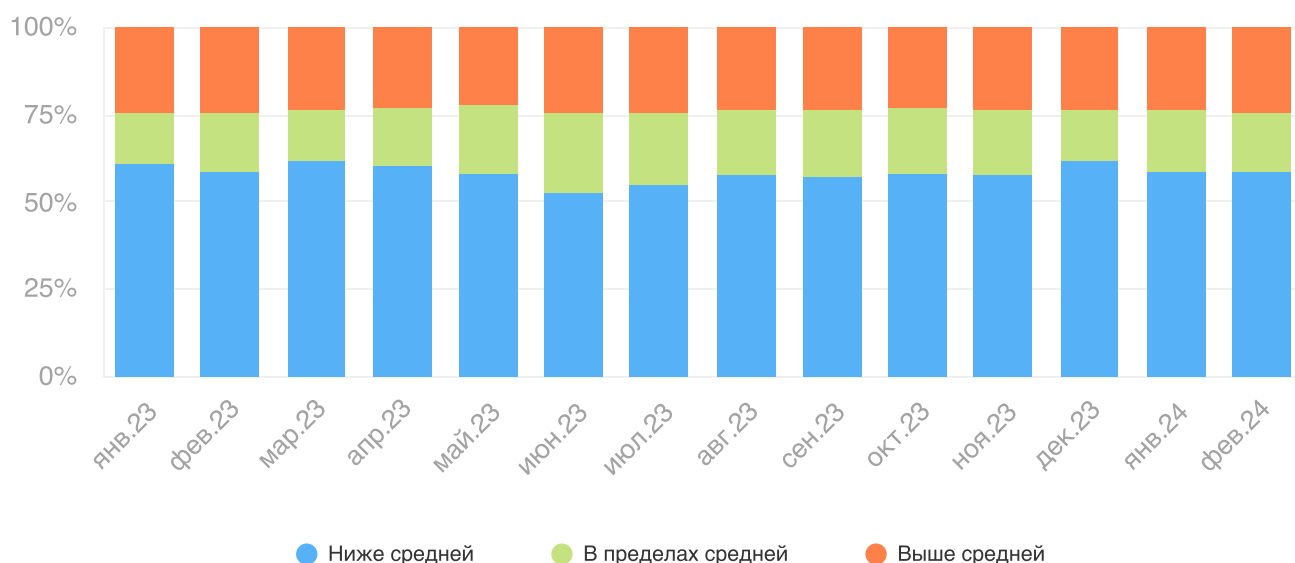
Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 20\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах текстиля в России — на уровне 59% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах текстиля в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 17%.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 5.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов текстильной продукции приведены на рисунке 6.

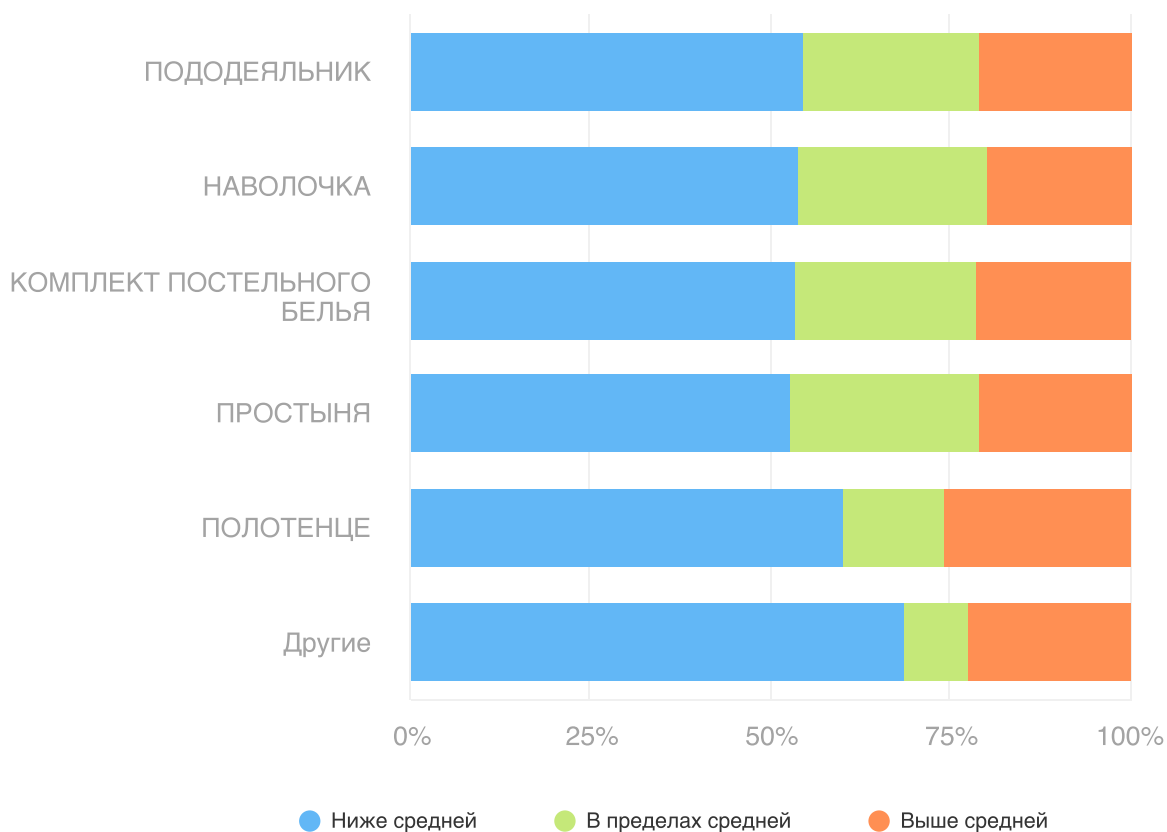
Рисунок 5. Текстиль. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %





Основная часть продукции в категории **Полотенце** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 60.24%.

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



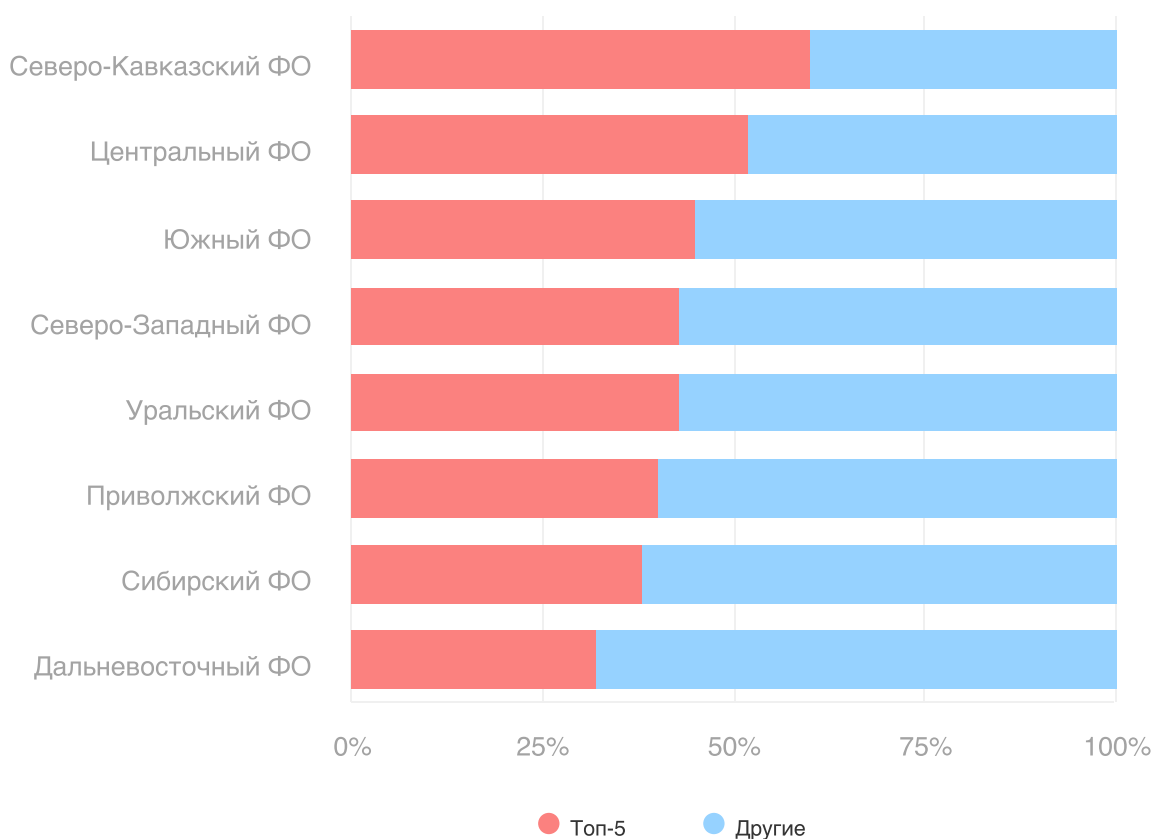


Среди текстильных товаров Северо-Кавказский ФО в феврале 2024 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 60%.

В свою очередь Дальневосточный ФО с долей в 26% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации продаж.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний представлена на рисунке 7.

Рисунок 7. Текстиль. Доли рынка крупнейших компаний, %





Верхняя одежда

В структуре конечных продаж одежды в феврале 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 63% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Наибольшее изменение доли продаж в среди одежды в феврале 2024 года показали следующие типы продукции:

Куртка — увеличение доли от общих продаж на 4.23% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года;

Пальто — уменьшение доли от общих продаж на 2.85% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года;

Блузка — уменьшение доли от общих продаж на 1.08% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года.



Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 8 и в таблице 8.

На рисунке 9 и в таблице 7 представлена динамика потребления.

На рисунке 10 и в таблице 8 приведена номенклатура продаж конечному потребителю.

Рисунок 8: Одежда. Структура вывода из оборота (продаж), %

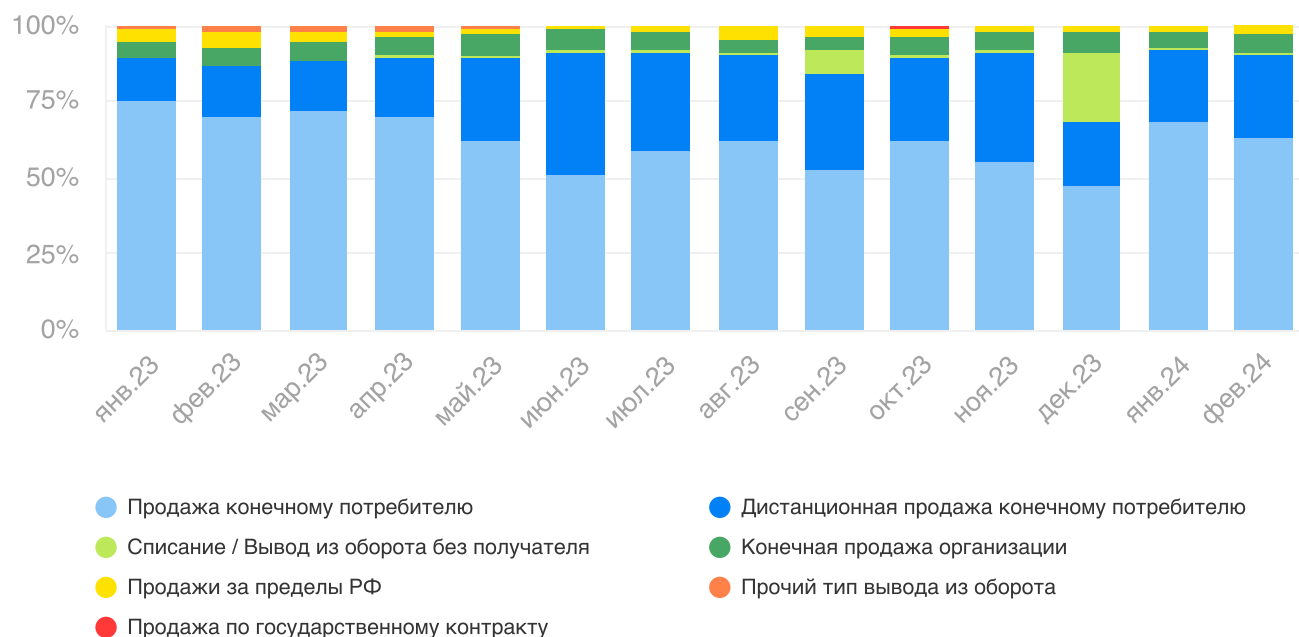




Таблица 6: Одежда. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Продажа конечному потребителю	62.52	65.2	67.78	69.94	72.56
Дистанционная продажа конечному потребителю	27.5	25.49	23.58	16.27	15.03
Конечная продажа организации	6.37	5.78	5.22	6.36	5.8
Продажи за пределы РФ	2.97	2.45	1.96	4.55	4.13
Списание / Вывод из оборота без получателя	0.46	0.95	1.39	0.46	0.47
Продажа по гос. контракту	0.18	0.13	0.08	0.46	0.25
Прочий тип вывода из оборота	0	0	0	1.95	1.76
Итого	100	100	100	100	100



**Рисунок 9: Одежда. Динамика продаж месяц к месяцу.
Дистанционная продажа конечному потребителю, %**



Таблица 7: Одежда. Динамика потребления, %

Тип продаж	Фев 2024 к Фев 2023	Фев 2024 к Янв 2024	Янв-Фев 2024 к Янв-Фев 2023
Продажи по стабильным точкам	36%	0%	28%



Рисунок 10: Одежда. Номенклатура конечных продаж, %

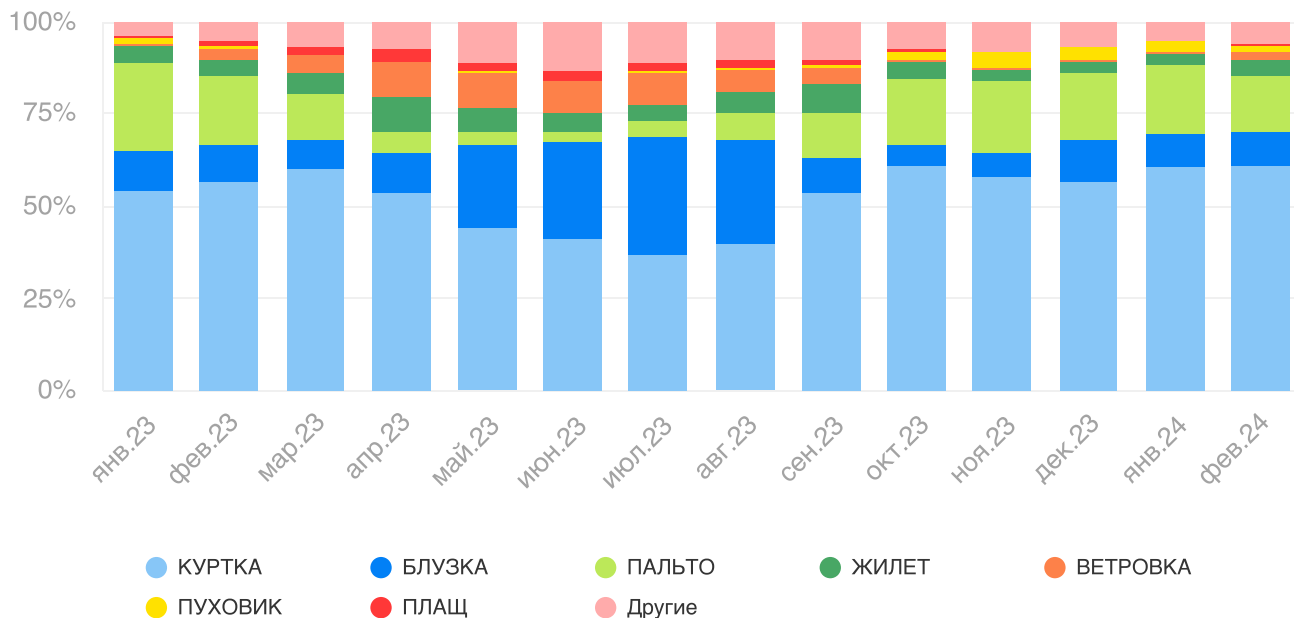




Таблица 8: Одежда. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Куртка	60.93	60.68	60.46	56.69	55.28
Пальто	15.44	17.17	18.78	18.29	21.09
Блузка	9.01	8.84	8.68	10.09	10.72
Жилет	4.26	3.71	3.2	4.81	4.46
Ветровка	2.15	1.55	0.99	2.33	1.73
Пуховик	1.61	1.98	2.3	1.07	1.19
Плащ	0.74	0.61	0.48	1.16	0.91
Другие	5.85	5.45	5.1	5.56	4.62
Итого	100	100	100	100	100



В феврале 2024 года Северо-Западный ФО был лидером по числу проданных единиц одежды на 1 000 человек населения — 30 единиц товара.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Санкт-Петербург — 45 единиц товара и Москва — 44 единицы товара.

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам одежды приведена в таблицах 9а и 9б.

Таблица 9а: Одежда. Региональная структура продаж (на 1 000 человек), тыс. шт.

Субъект РФ	Куртка	Пальто	Блузка	Жилет	Ветровка	Пуховик	Плащ	Другие	Итого
Северо-Западный ФО	18.4	5.3	3	1.1	0.6	0.3	0.2	1	30
Центральный ФО	17.7	4.6	2.4	1.3	0.6	0.4	0.2	1	28
Уральский ФО	12.8	3.4	1.9	0.7	0.3	0.1	0.1	0.8	20
Приволжский ФО	11.3	3.1	1.8	0.7	0.3	0.1	0.1	0.6	18
Дальневосточный ФО	11.2	2.3	1.7	0.5	0.4	0.1	0.1	1	17
Сибирский ФО	10.9	2.8	1.7	0.6	0.3	0.1	0.1	1.1	18
Южный ФО	10.5	1.9	1.9	1	0.7	0.1	0.1	0.7	17
Северо-Кавказский ФО	3.9	0.6	0.6	0.3	0.3	0	0	0.2	6



Таблица 96: Одежда. Региональная структура продаж (на 1 000 человек), тыс. шт.

Субъект РФ	Куртка	Пальто	Блузка	Жилет	Ветровка	Пуховик	Плащ	Другие	Итого
Справочно									
Санкт-Петербург	26.7	8.8	4.6	1.7	0.8	0.5	0.4	1.3	45
Москва	26.1	7.9	3.7	2.1	0.9	0.8	0.5	1.8	44
Московская область	24.4	5.4	2.9	1.7	1	0.3	0.2	0.9	37
Свердловская область	16.2	4.5	2.1	1.1	0.4	0.2	0.1	1	26
Краснодарский край	13.1	2.2	2.1	1.6	1	0.1	0.2	0.7	21
Дистанционные продажи*									
Вся Россия	5.3	1.3	0.8	0.4	0.2	0.3	0.1	1	9

*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 феврале 2024 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Пуховик** — падение на 34% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Далее идут **Ветровка** — рост на 14% и **Жилет** — рост на 11%.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам одежды приведена на рисунке 11 и в таблице 10.

Рисунок 11: Одежда. Средневзвешенные цены на популярные виды продукции, руб

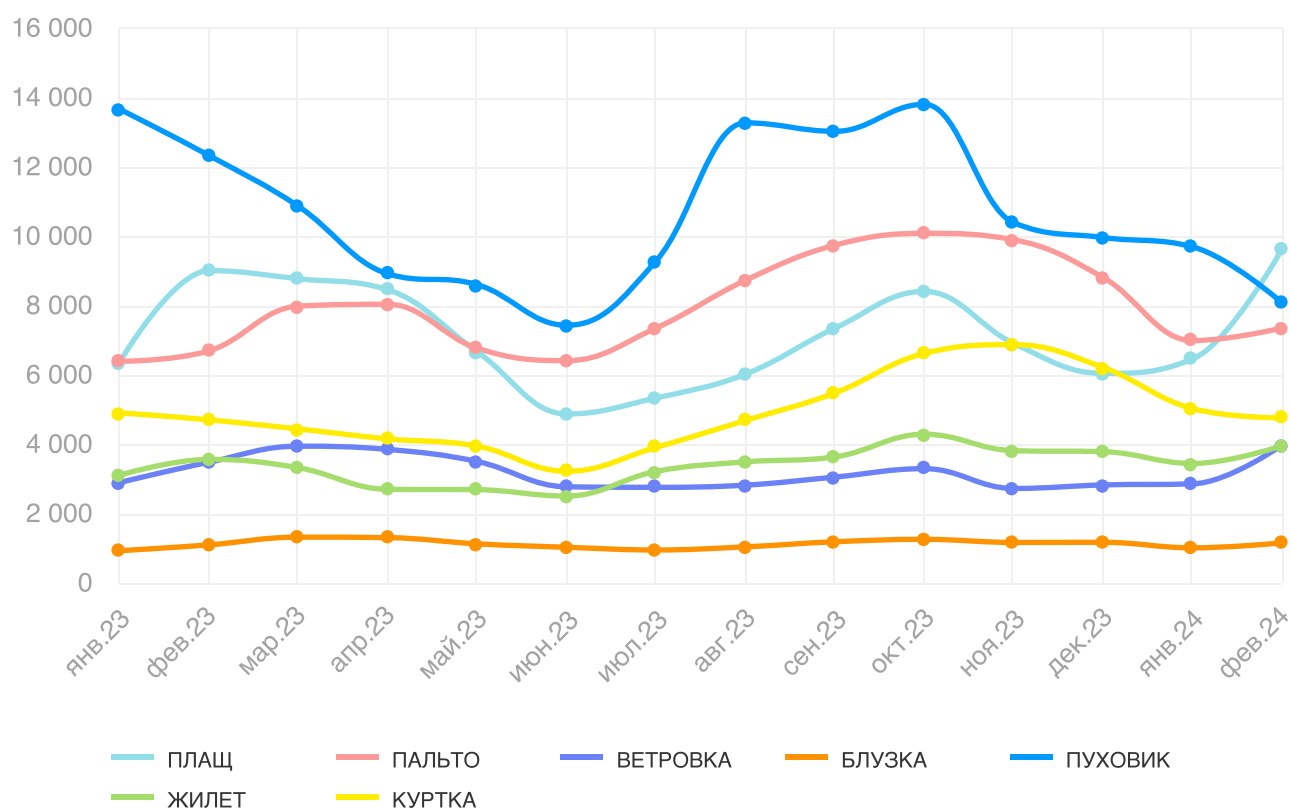




Таблица 10: Одежда. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Изменение цен, м/м	Изменение цен, г/г	Справочно		
					Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Плащ	9 654	6 474	49%	7%	6 474	9 019	7 693
Пуховик	8 085	9 703	-17%	-34%	9 703	12 342	13 010
Пальто	7 367	7 002	5%	10%	7 002	6 705	6 555
Куртка	4 772	5 038	-5%	1%	5 038	4 717	4 818
Ветровка	3 998	2 871	39%	14%	2 871	3 494	3 201
Жилет	3 973	3 458	15%	11%	3 458	3 577	3 348
Блузка	1 171	1 025	14%	5%	1 025	1 111	1 026

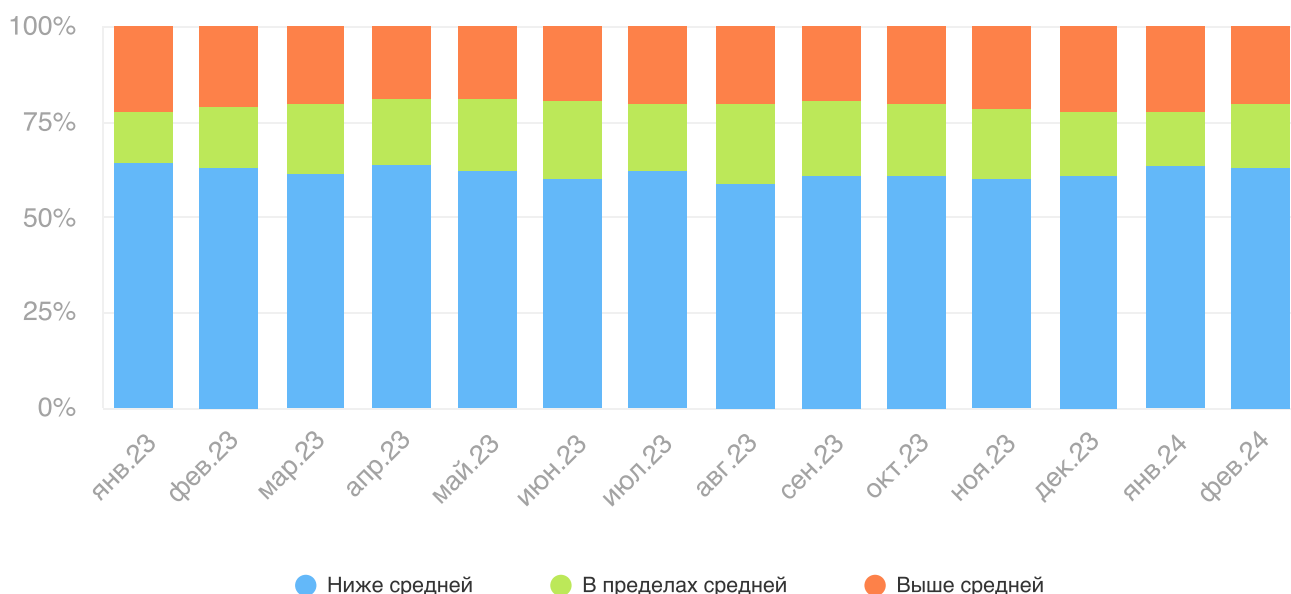


Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах одежды в России — на уровне 63% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах одежды в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 16%.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 12.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов одежды приведены на рисунке 13.

Рисунок 12: Одежда. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %

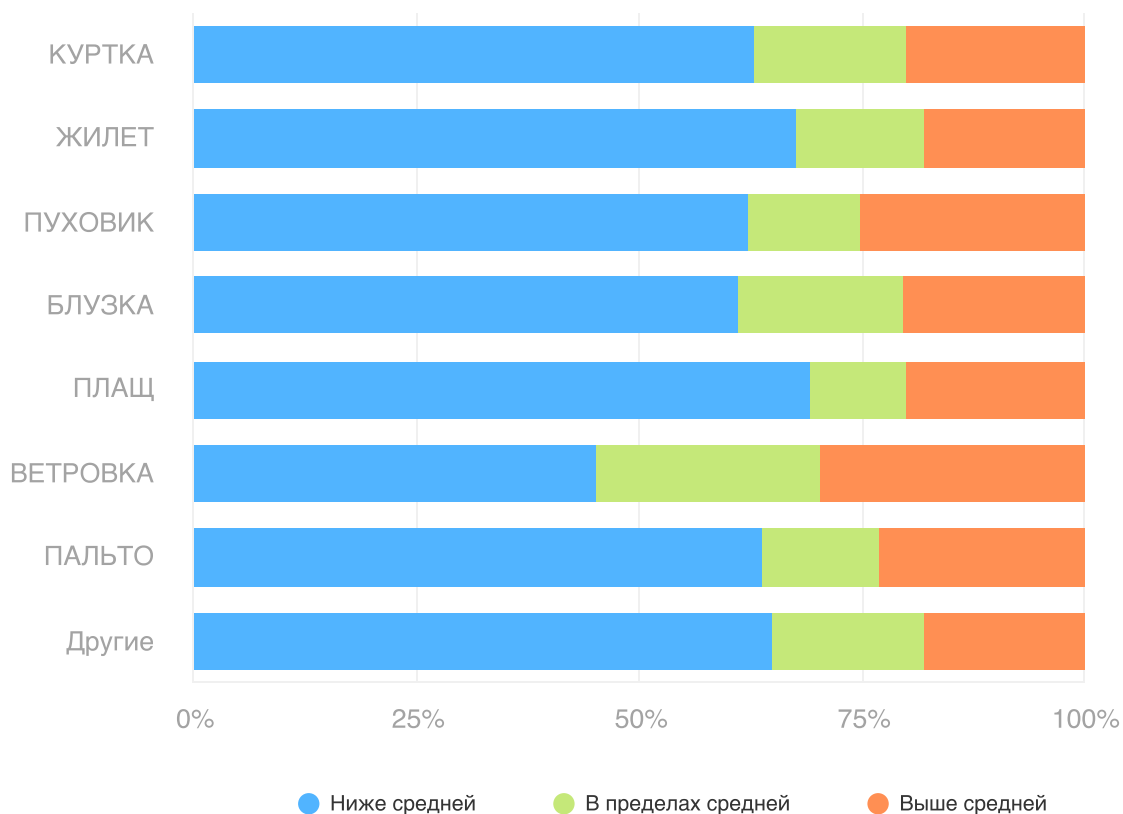




Основная часть продукции в категории **Плащ** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 69.13%.

В категории **Жилет** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 67.72% продукции.

Рисунок 13: Одежда. Ценовое распределение продаж отдельных видов, тыс. шт.



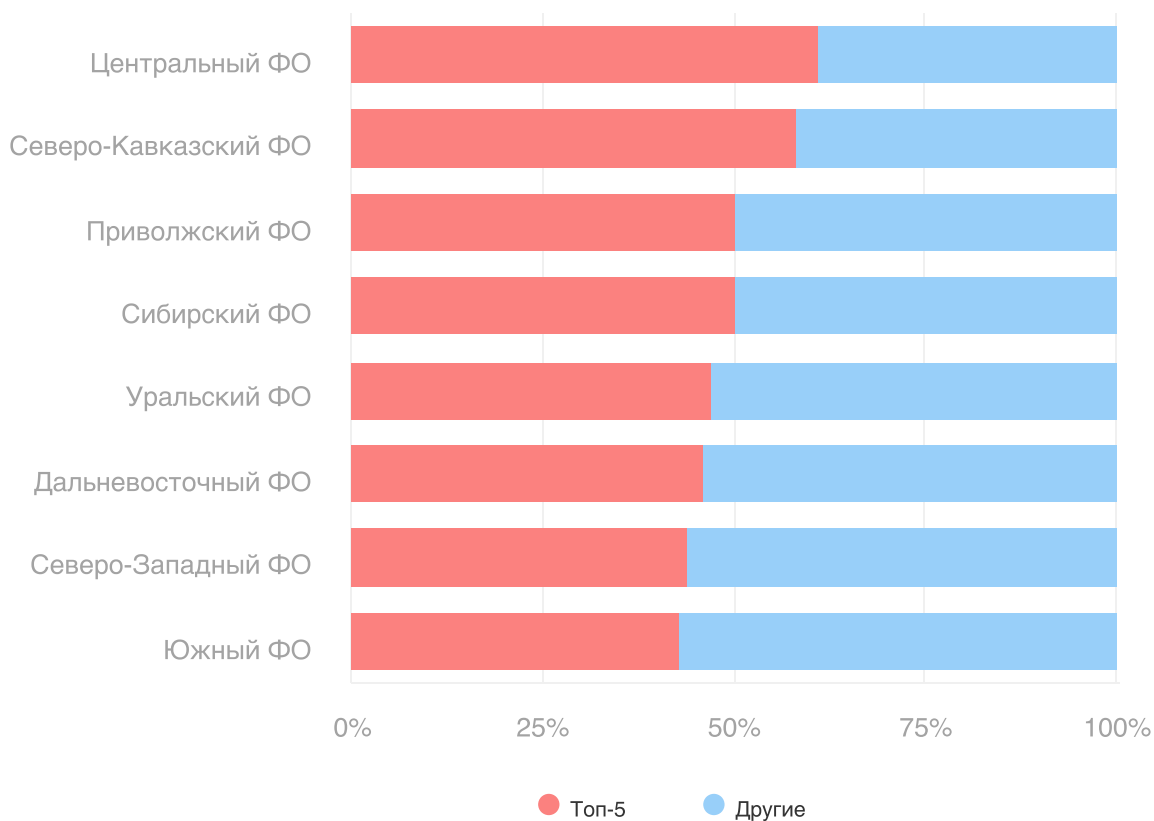


Среди одежды Центральный ФО в феврале 2024 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 61%.

В свою очередь Южный ФО с долей в 43% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации продаж.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний представлена на рисунке 14.

Рисунок 14: Одежда. Доли рынка крупнейших компаний, %





4. Товарное предложение

Текстиль

Большая часть предложения в феврале 2024 года приходится на «Производство РФ» и составляет 58% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 38%.

Поставки из-за пределов РФ — вторая по объёму часть предложения — 41%. В феврале 2024 года демонстрирует рост на 1% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 15 и в таблице 11 представлена динамика предложения и его структура на рынке текстильной продукции.

Рисунок 15: Текстиль. Структура предложения, тыс. шт.

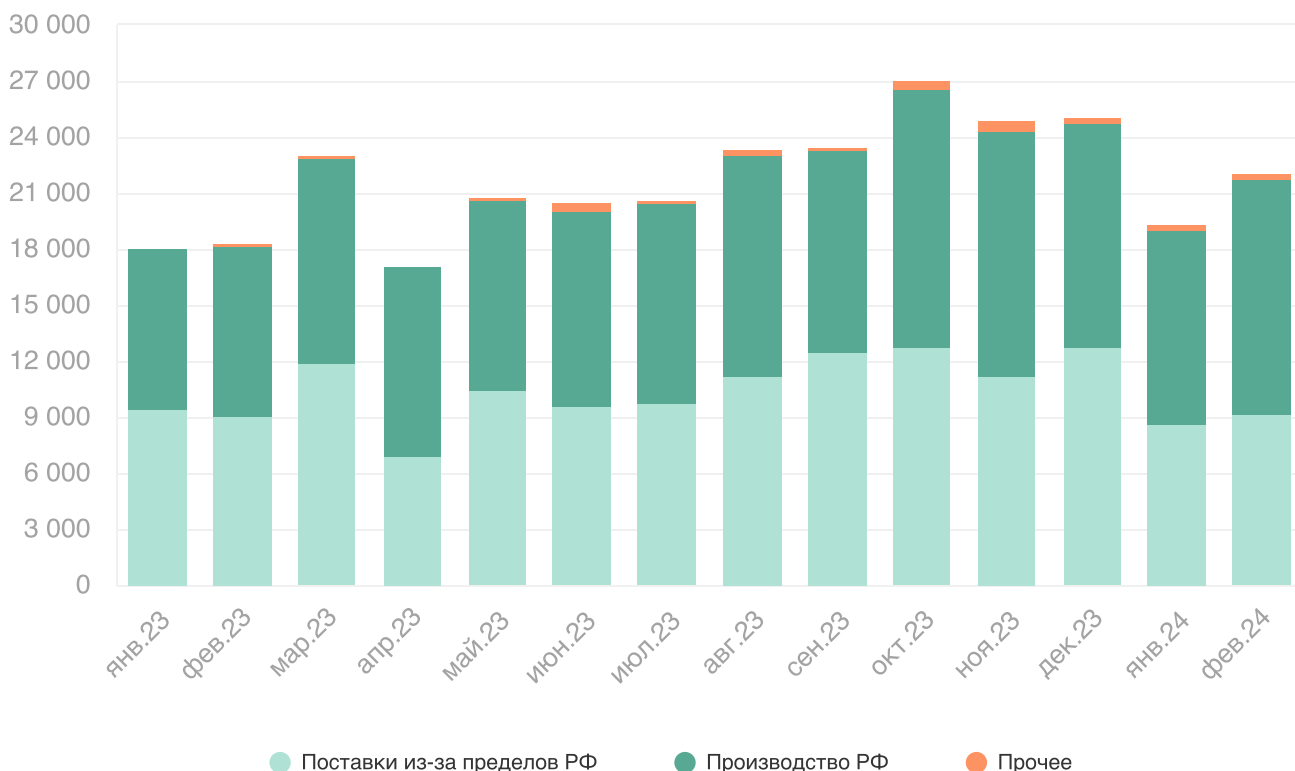




Таблица 11: Текстиль. Структура предложения, тыс. шт.

Источник предложения	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Производство РФ	12 647	23 068	10 421	9 197	17 863
Поставки из-за пределов РФ	9 089	17 609	8 520	8 992	18 352
Прочее	235	567	332	56	77
Итого	21 971	41 244	19 273	18 245	36 292



В феврале 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 9 011 тыс. единиц продукции, что составляет 71% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 35%.

Южный ФО занимает второе место по объему производства текстильной продукции в России. В феврале 2024 года там было произведено 1 075 тыс. единиц продукции. Это составляет 8% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 8%.

На рисунке 16 и в таблице 12 представлена динамика предложения и его структура на рынке текстильной продукции.

Рисунок 16: Текстиль. Географическая структура производства,, тыс. шт.





Таблица 12: Текстиль. Географическая структура производства, тыс. шт.

Федеральный округ	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Центральный ФО	9 011	16 869	7 858	6 652	12 993
Южный ФО	1 075	1 797	722	995	1 682
Приволжский ФО	967	1 692	725	579	1 391
Уральский ФО	642	966	324	314	551
Северо-Западный ФО	472	821	350	330	631
Сибирский ФО	308	561	253	217	431
Северо-Кавказский ФО	119	228	108	74	112
Дальневосточный ФО	53	134	81	35	73
Итого	12 647	23 068	10 421	9 196	17 864



Большую часть рынка производимой продукции занимает **Полотенце**. В феврале 2024 года производство этого типа продукции составило 5 025 тыс. штук. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 31% — это 40% от общего объема производства текстильной продукции в стране.

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

Комплект постельного белья — 3 437 тыс. штук и 27% от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 47%;

Наволочка — 1 527 тыс. штук и 12% от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 37%.



На рисунке 17 и в таблице 13 представлена динамика предложения в разбивке на типы производимого текстиля.

Рисунок 17: Текстиль. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

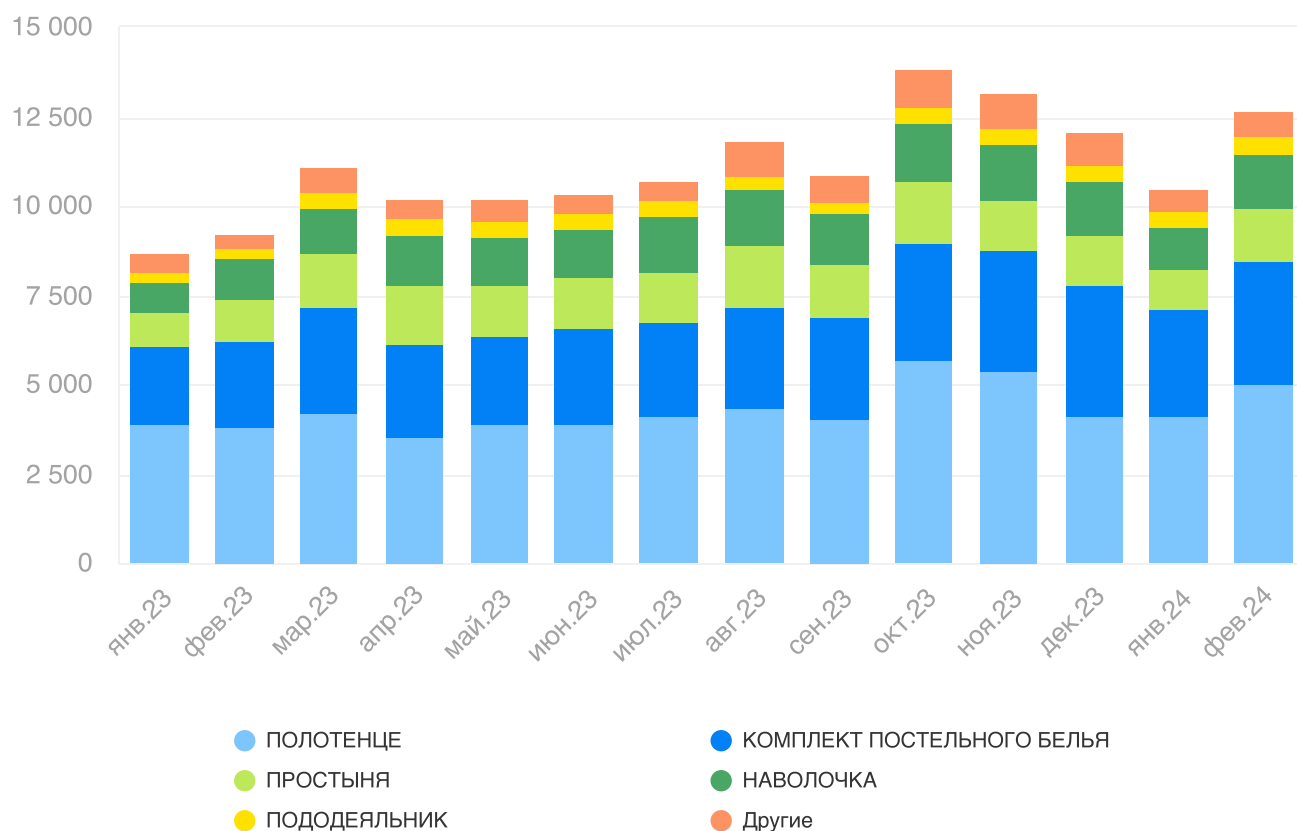




Таблица 13: Текстиль. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Полотенце	5 025	9 150	4 125	3 825	7 737
Комплект постельного белья	3 437	6 380	2 943	2 341	4 478
Наволочка	1 527	2 737	1 209	1 116	1 963
Простыня	1 445	2 591	1 146	1 194	2 157
Пододеяльник	513	919	406	339	614
Другие	701	1 293	592	383	914
Итого	12 648	23 070	10 421	9 198	17 863



Доля производства топ-5 компаний занимает от 29% до 44% в зависимости от типа продукции. Распределение выглядит следующим образом:

Полотенце — доля топ-5 компаний составляет 44% от всего рынка;

Комплект постельного белья — доля топ-5 компаний составляет 40%;

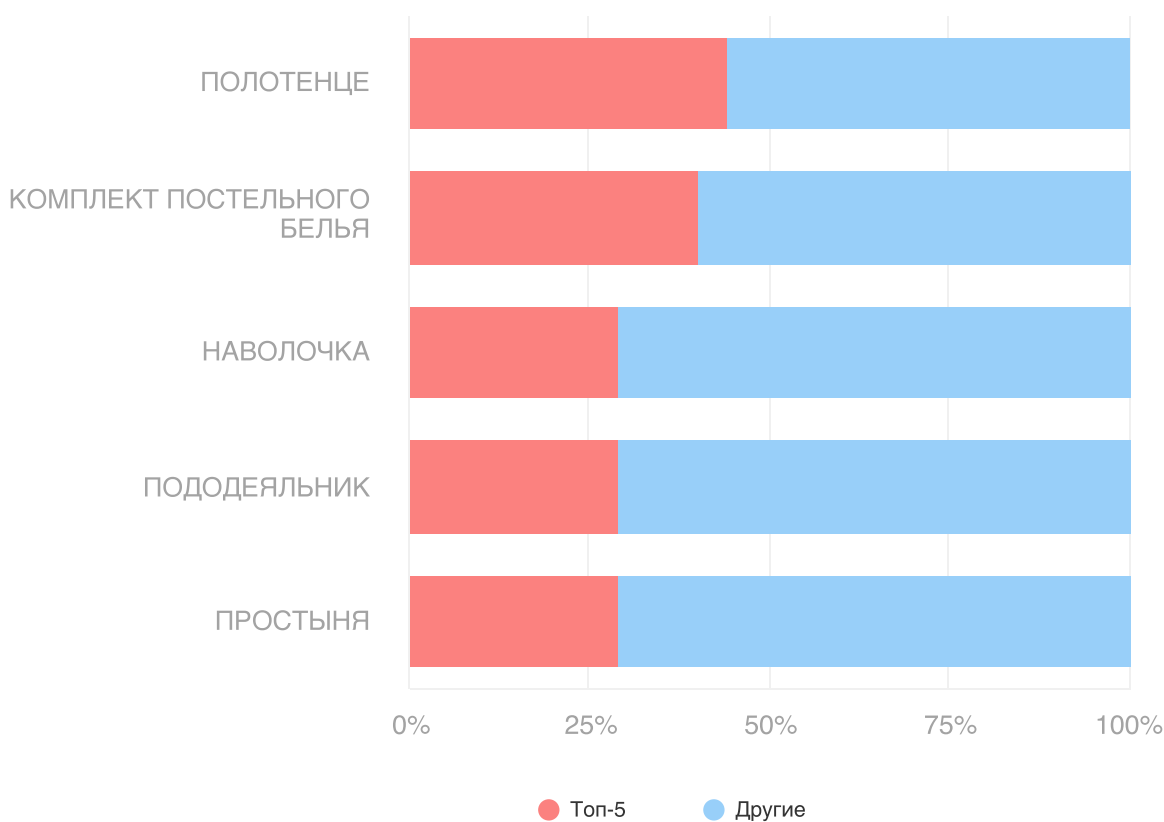
Наволочка — доля топ-5 компаний составляет 29%;

Пододеяльник — доля топ-5 компаний составляет 29%;

Простыня — доля топ-5 компаний составляет 29%.

На рисунке 18 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по каждому типу текстиля.

Рисунок 18: Текстиль. Доли рынка крупнейших компаний-производителей





Большую часть ввозимой текстильной продукции составляет категория **Полотенце**. В феврале 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 7 208 тыс.штук — 79% от общего объема поставок текстиля в страну. Это на 5% меньше чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунке 19 и в таблице 14 представлена динамика ввоза из-за пределов РФ в разбивке на типы текстильной продукции.

Рисунок 19: Текстиль. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

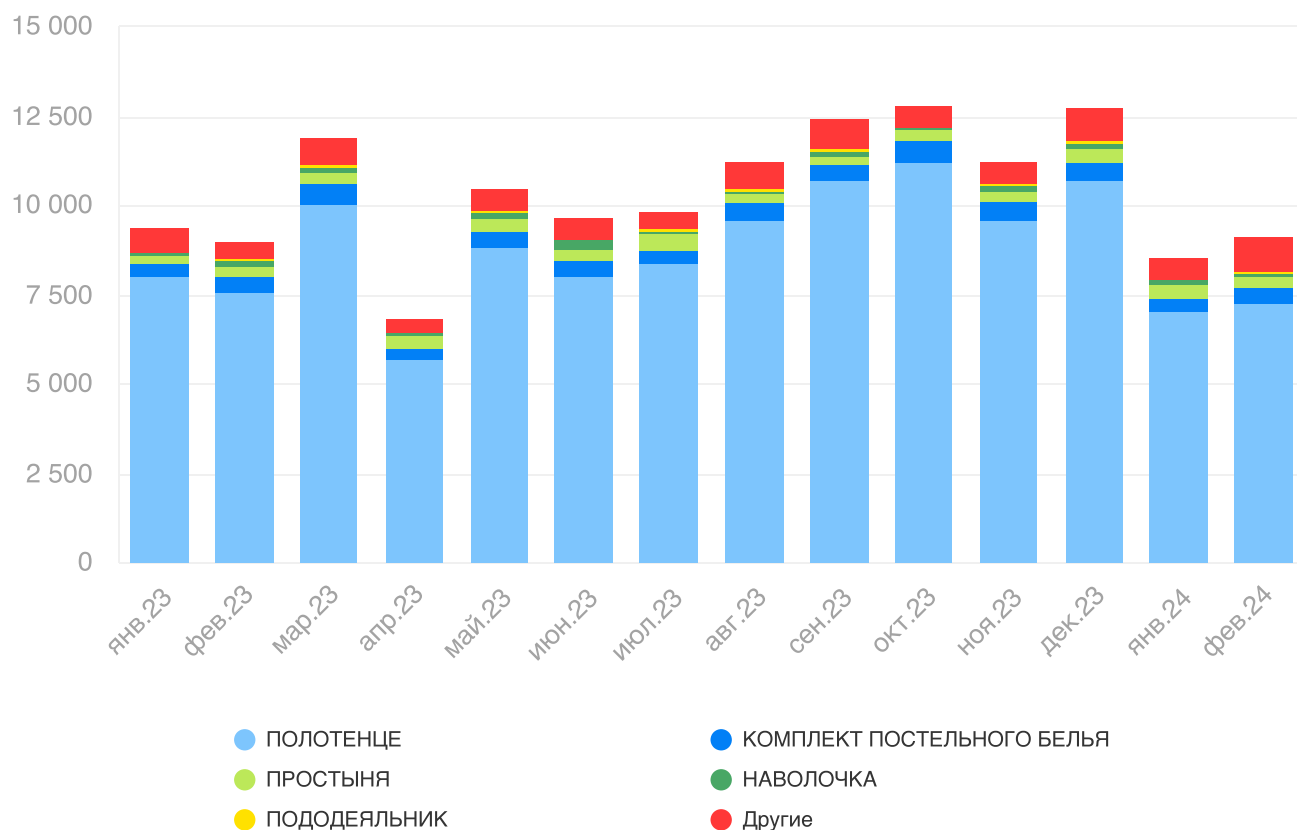




Таблица 14: Текстиль. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Полотенце	7 208	14 216	7 008	7 566	15 561
Комплект постельного белья	497	891	394	391	763
Простыня	257	598	342	331	519
Наволочка	126	260	135	170	254
Пододеяльник	27	48	21	26	48
Другие	975	1 596	621	509	1 207
Итого	9 090	17 609	8 521	8 993	18 352



Верхняя одежда

Большая часть предложения в феврале 2024 года приходится на «Поставки из-за пределов РФ» и составляет 61% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 21%.

Производство РФ — вторая по объёму часть предложения — 34%. В феврале 2024 года демонстрирует рост на 42% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 20 и в таблице 15 представлена динамика предложения и его структура на рынке одежды.

Рисунок 20: Одежда. Структура предложения, тыс. шт.

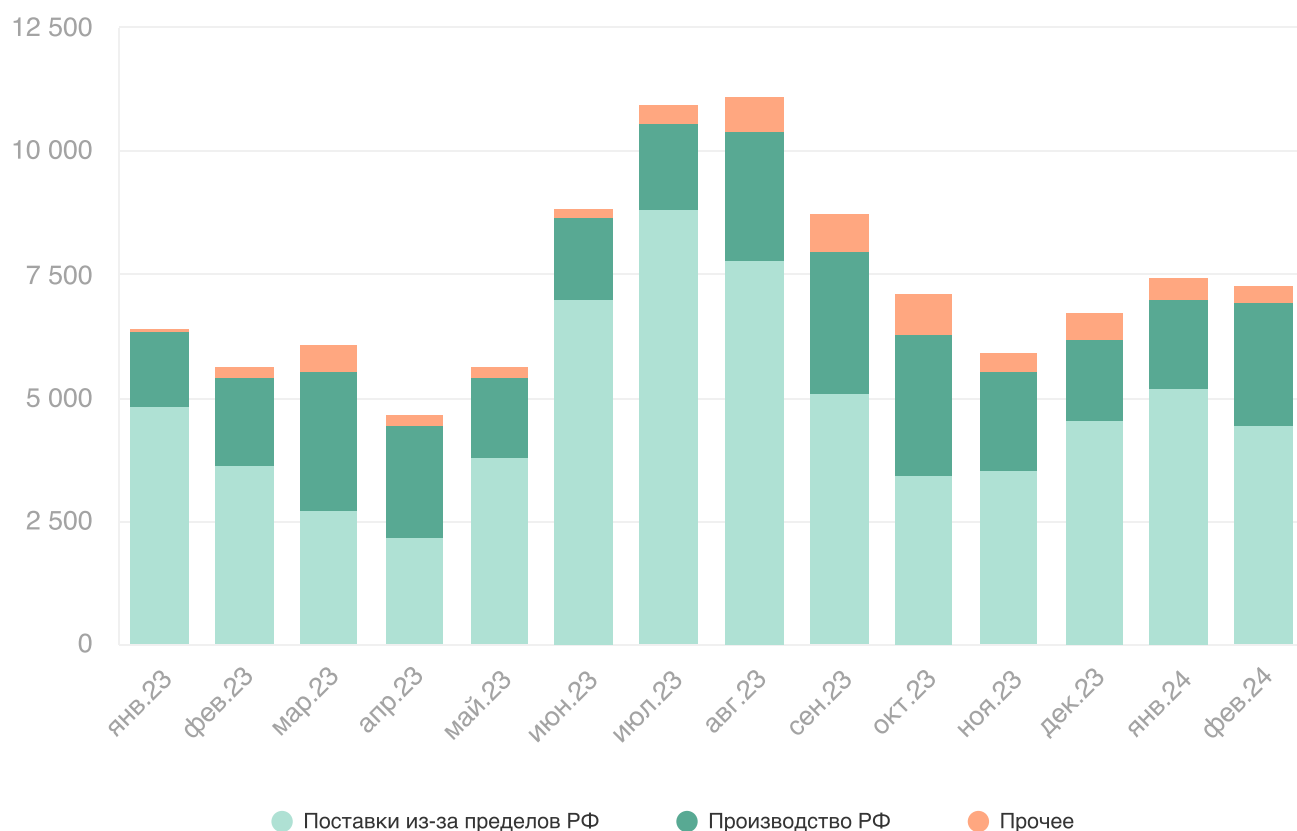




Таблица 15: Одежда. Структура предложения, тыс. шт.

Источник предложения	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Поставки из-за пределов РФ	4 422	9 597	5 175	3 651	8 491
Производство РФ	2 493	4 303	1 810	1 756	3 246
Прочее	360	788	428	197	231
Итого	7 275	14 688	7 413	5 604	11 968



В феврале 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 1 374 тыс. единиц продукции, что составляет 55% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 50%.

Приволжский ФО занимает второе место по объему производства одежды в России. В феврале 2024 года там было произведено 327 тыс. единиц продукции, что составляет 13% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 56%.

На рисунке 21 и в таблице 16 представлена динамика предложения и его структура на рынке одежды.

Рисунок 21: Одежда. Географическая структура производства, тыс. шт.





Таблица 16: Одежда. Географическая структура производства, тыс. шт.

Федеральный округ	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Центральный ФО	1 374	2 415	1 041	917	1 801
Приволжский ФО	327	539	212	209	354
Сибирский ФО	241	390	148	104	165
Уральский ФО	226	335	108	108	209
Северо-Западный ФО	173	310	136	171	283
Южный ФО	87	181	94	203	350
Северо-Кавказский ФО	49	83	34	32	59
Дальневосточный ФО	15	51	36	11	25
Итого	2 492	4 304	1 809	1 755	3 246



Большую часть рынка производимой продукции занимает **Куртка**.

В феврале 2024 года производство этого типа продукции составило 1 141 тыс. штук. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 39% — это 46% от общего объема производства одежды в стране.

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

Пальто — 312 тыс. штук и 12% от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 25%.

Жилет — 277 тыс. штук и 11% от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 161%.

На рисунке 22 и в таблице 17 представлена динамика предложения в разбивке на типы производимой продукции.

Рисунок 22: Одежда. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

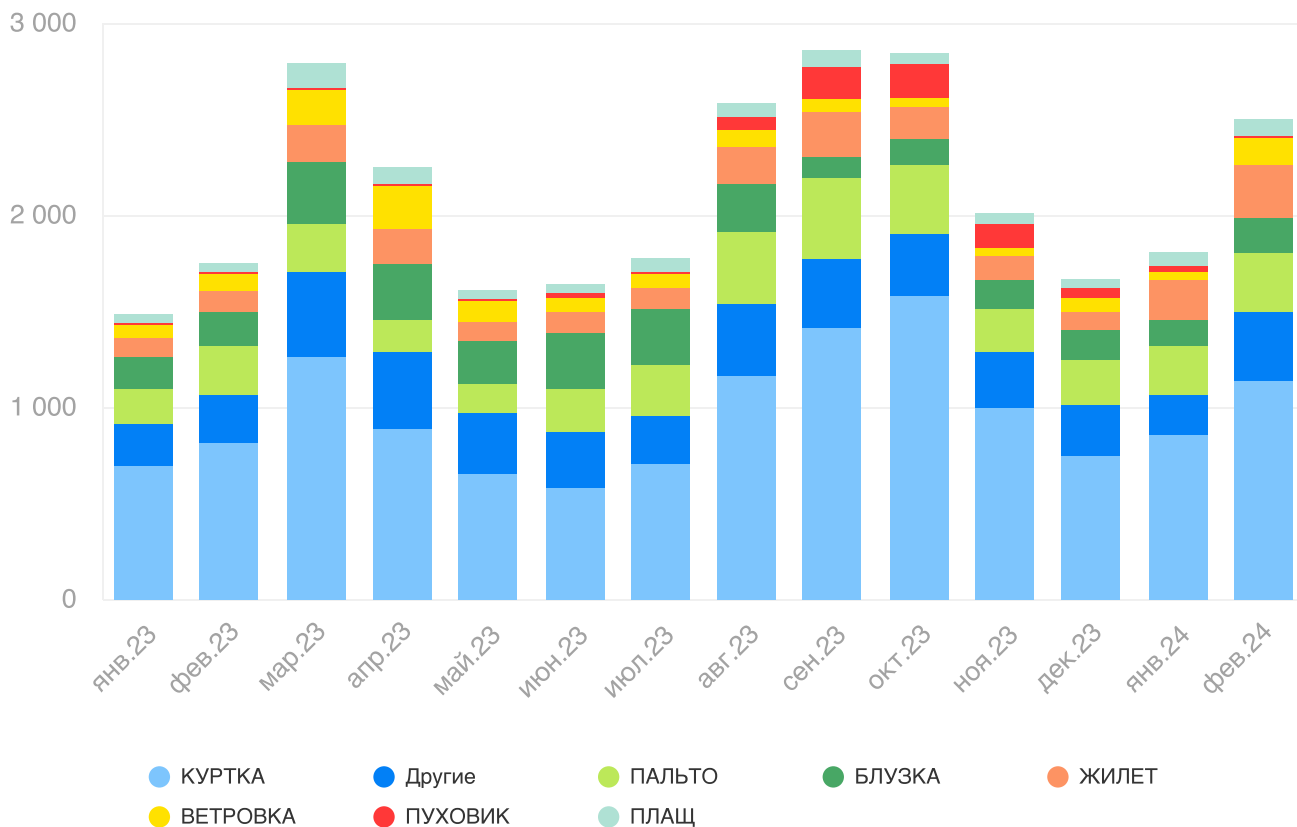




Таблица 17: Одежда. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Куртка	1 141	2 003	862	819	1 516
Пальто	312	560	248	249	427
Жилет	277	486	209	106	199
Блузка	170	308	138	174	345
Ветровка	137	183	46	82	150
Плащ	80	151	71	52	99
Пуховик	17	43	26	16	31
Другие	360	571	211	258	480
Итого	2 494	4 305	1 811	1 756	3 247



Доля производства топ-5 компаний занимает от 16% до 41% в зависимости от типа продукции. Распределение выглядит следующим образом:

Пуховик — доля топ-5 компаний составляет 41% от всего рынка;

Плащ — доля топ-5 компаний составляет 39%;

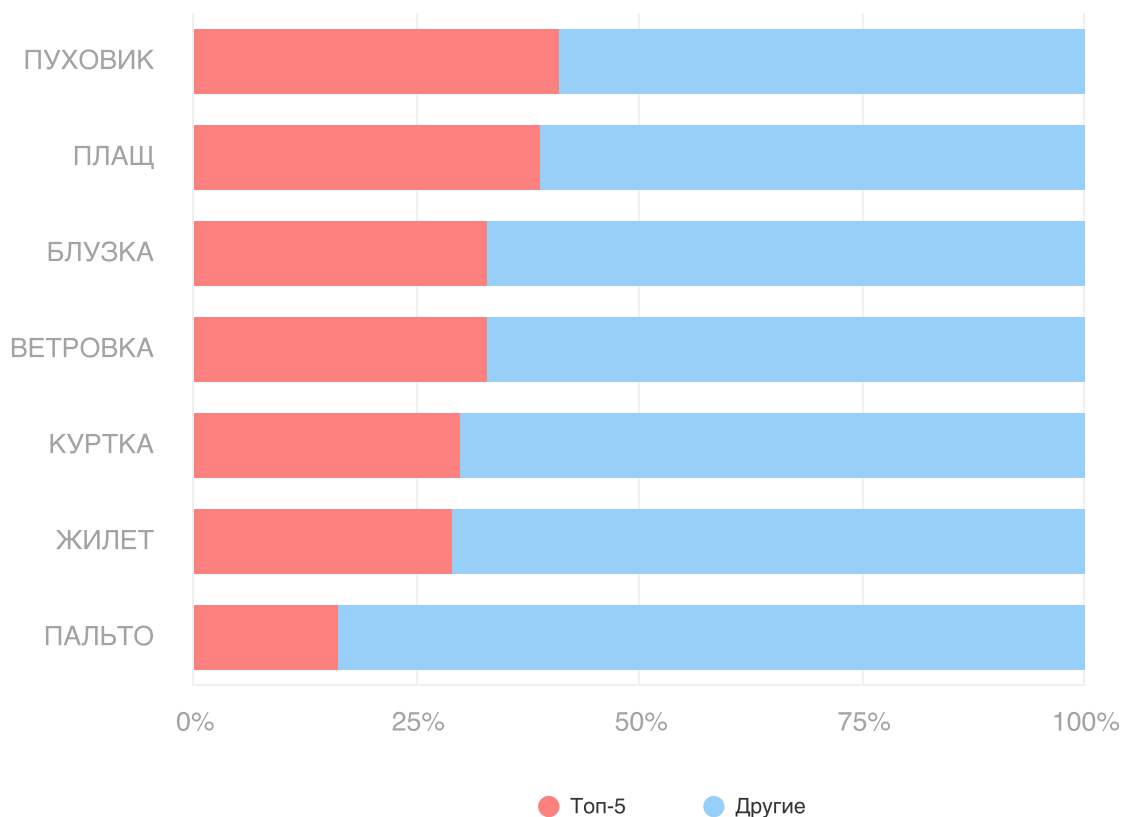
Блузка — доля топ-5 компаний составляет 33%;

Ветровка — доля топ-5 компаний составляет 33%;

Куртка — доля топ-5 компаний составляет 30%.

На рисунке 23 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по каждому типу одежды.

Рисунок 23: Одежда. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %





Большую часть ввозимой одежды составляет категория **Куртка**.

В феврале 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 2 122 тыс. штук — 48% от общего объема поставок одежды в страну. Это на 20% больше чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет **Блузка** — 1 043 тыс. штук. Это 24% всей ввозимой продукции, что на 48% больше чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунке 24 и в таблице 18 представлена динамика ввоза из-за пределов РФ в разбивке на типы одежды.

Рисунок 24: Одежда. Структура ввоза из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

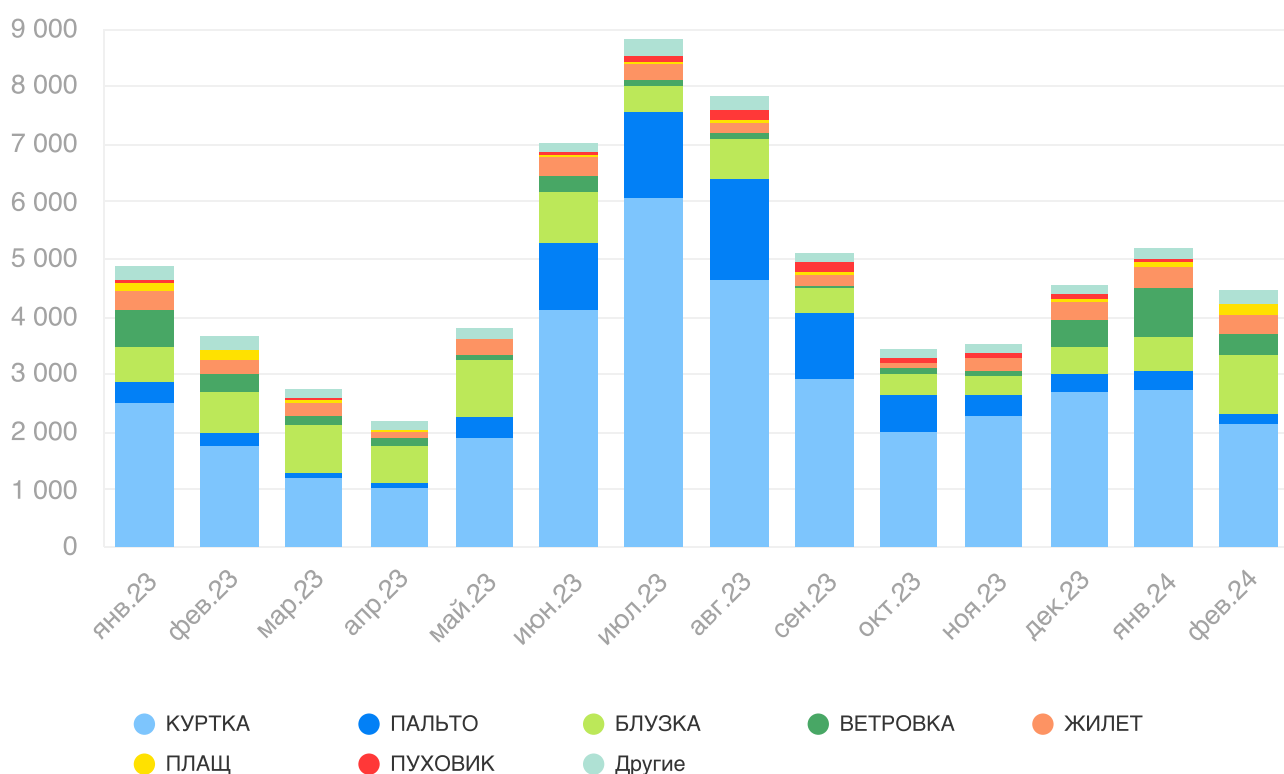




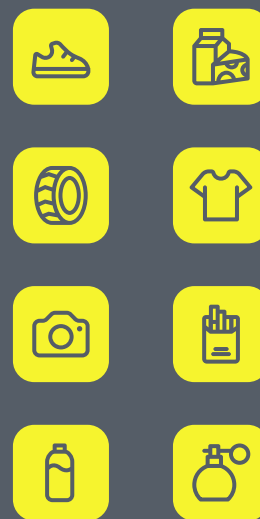
Таблица 18: Одежда. Структура ввоза из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Куртка	2 122	4 834	2 712	1 775	4 297
Блузка	1 043	1 672	629	703	1 322
Ветровка	348	1 157	809	315	934
Жилет	310	677	367	232	591
Плащ	209	321	112	157	288
Пальто	183	513	330	229	574
Пуховик	16	37	21	28	47
Другие	190	386	196	212	435
Итого	4 421	9 597	5 176	3 651	8 488

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 <https://датамаркет.честныйзнак.рф/>