

Февраль 2024 года

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку

ОБУВЬ



Содержание

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



**ЧЕСТНЫЙ
ЗНАК** НАЦИОНАЛЬНАЯ
СИСТЕМА ЦИФРОВОЙ
МАРКИРОВКИ



**ритейл
дата центр**



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 40 342 681 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 80 578 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. 201 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 передачи сведений об обороте товаров посредством ЭДО

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли с 1 января 2022 года 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, описанная 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 сокращённому атрибутивному составу с 1 апреля 2023 года запрещен.



3. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в феврале 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 53% от общего объема выводимой из оборота продукции.

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

Кроссовки — увеличение доли от общих продаж на 3.79% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года;

Сапоги — увеличение доли от общих продаж на 2.8% 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.

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

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

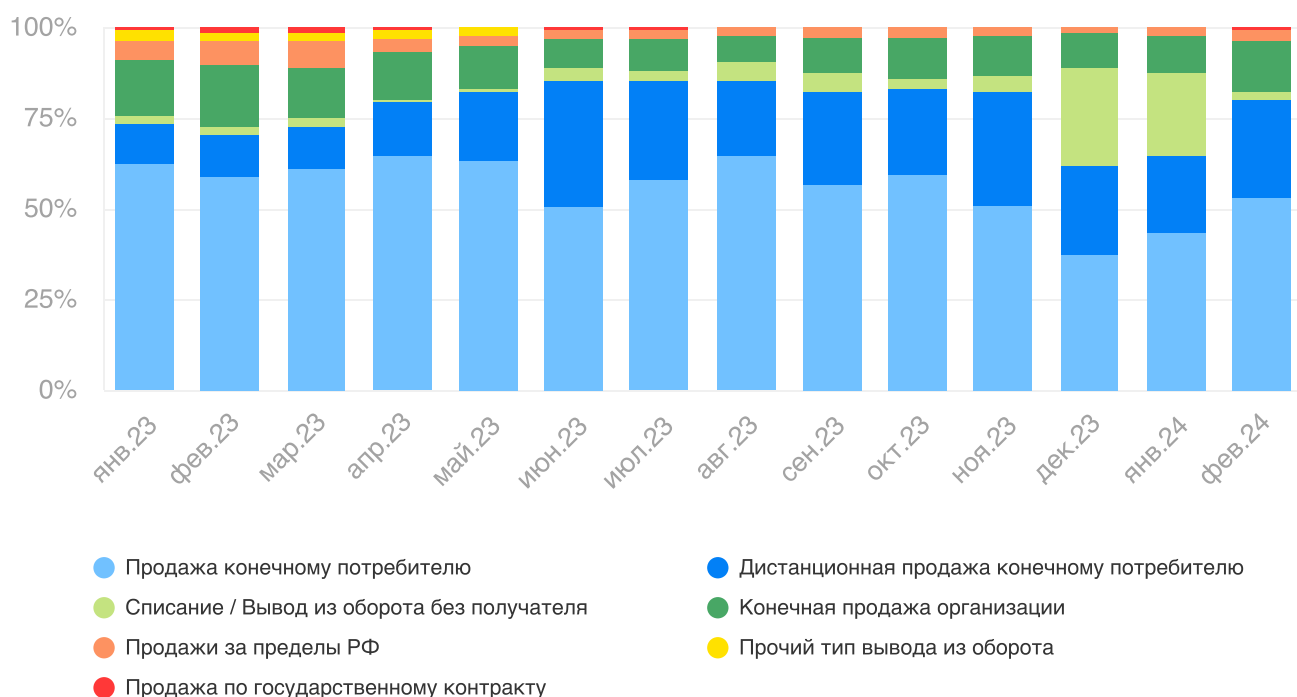




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Продажа конечному потребителю	53.12	48.01	43.57	58.73	60.63
Дистанционная продажа конечному потребителю	27.03	23.91	21.20	12	11.52
Списание / Вывод из оборота без получателя	2.01	13.28	23.06	1.74	1.91
Конечная продажа организации	13.79	11.75	9.98	17.19	16.33
Продажи за пределы РФ	3.50	2.72	2.05	6.81	6.18
Продажа по гос. контракту	0.54	0.33	0.16	1.46	1.15
Прочий тип вывода из оборота	0	0	0	2.07	2.27
Итого	100	100	100	100	100



Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу на основе стабильных розничных точек, %



Таблица 2. 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	38%	7%	36%



Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

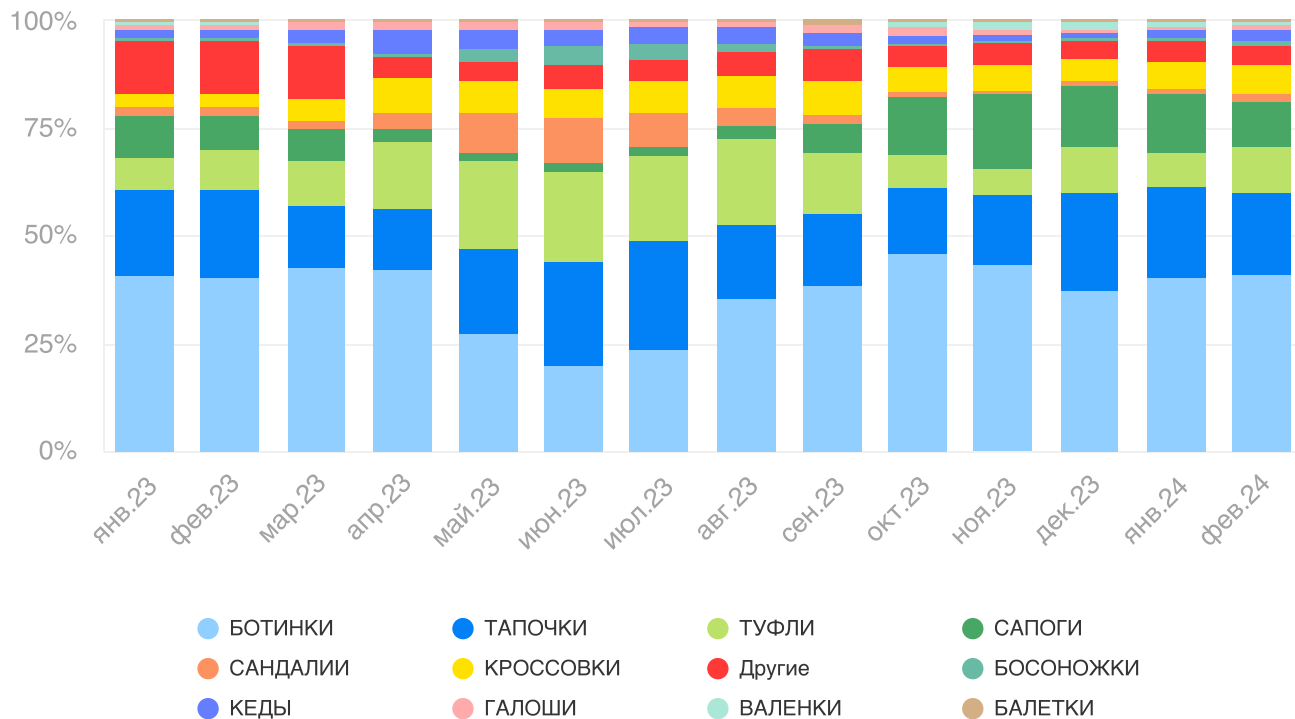




Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Ботинки	40.60	40.48	40.34	40.23	40.42
Тапочки	19.60	20.18	20.79	20.53	20.22
Сапоги	10.81	11.96	13.19	8.01	9
Туфли	10.14	9.27	8.35	9.07	8.40
Кроссовки	7.02	6.56	6.07	3.23	3.19
Кеды	2.47	2.15	1.81	2.34	2.23
Галоши	1.65	1.31	0.95	1.25	1.07
Сандалии	1.61	1.56	1.51	1.85	1.71
Босоножки	0.73	0.67	0.61	0.32	0.30
Валенки	0.46	0.80	1.16	0.43	0.73
Балетки	0.42	0.40	0.38	0.25	0.25
Другие	4.48	4.65	4.85	12.49	12.47
Итого	100	100	100	100	100

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку
«Обувь» за февраль 2024



В феврале 2024 года Северо-Западный ФО был лидером по числу проданных пар ботинок на 1 000 человек населения — 42 пары.

Высокий объем продаж ботинок на 1 000 человек был в регионах Санкт-Петербург — 60 пар и Москва — 56 пар.

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



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

Субъект РФ	Ботинки	Тапочки	Сапоги	Туфли	Кроссовки	Галоши
Северо-Западный ФО	42.0	20.8	10.6	7.9	4.1	1.7
Центральный ФО	39.2	17.1	9.7	8.2	4.1	1.5
Дальневосточный ФО	26.9	14.7	8.6	5.6	2.9	0.5
Южный ФО	26.5	16.9	3.8	6.4	3.5	1.9
Уральский ФО	25.9	11.2	8.0	5.7	2.3	1.1
Сибирский ФО	24.7	12.8	6.4	4.7	2.2	0.9
Приволжский ФО	23.2	13.1	7.9	4.5	2.2	2.3
Северо-Кавказский ФО	11.1	4.5	1.3	2.6	1.1	0.5
Справочно						
Санкт-Петербург	60.1	23.8	13.3	10.9	5.0	1.3
Москва	56.4	20.1	13.2	11.6	7.6	0.7
Московская область	52.3	24.3	12.4	9.5	4.3	1.6
Краснодарский край	33.9	23.2	2.9	8.7	4.9	2.4
Свердловская область	33.5	13.9	11.1	8.0	3.6	1.6
Дистанционные продажи*						
Вся Россия	12.4	5.6	3.5	4.4	4.2	0.3

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



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

Субъект РФ	Кеды	Сандалии	Валенки	Босоножки	Другие
Северо-Западный ФО	1.9	0.8	0.4	0.2	1.6
Центральный ФО	2.0	1.2	0.4	0.2	1.4
Дальневосточный ФО	0.5	1.3	0.6	0.3	2.4
Южный ФО	2.0	0.6	0.1	0.3	1.2
Уральский ФО	1.0	0.8	0.5	0.3	1.4
Сибирский ФО	0.9	1.0	0.4	0.2	1.6
Приволжский ФО	1.1	0.6	0.4	0.2	1.2
Северо-Кавказский ФО	0.6	0.2	0	0.1	0.6
Справочно					
Санкт-Петербург	3.0	1.2	0.4	0.3	1.5
Москва	3.5	2.1	0.4	0.4	1.6
Московская область	2.3	1.3	0.6	0.2	1.3
Краснодарский край	2.9	0.8	0.1	0.5	1.5
Свердловская область	1.4	1.1	0.5	0.5	2.1
Дистанционные продажи*					
Вся Россия	1.1	0.8	0.1	0.6	1.2

*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 **Кеды** — рост на 41% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Далее идут **Босоножки** — падение на 34% и **Кроссовки** — падение на 21%.

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

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

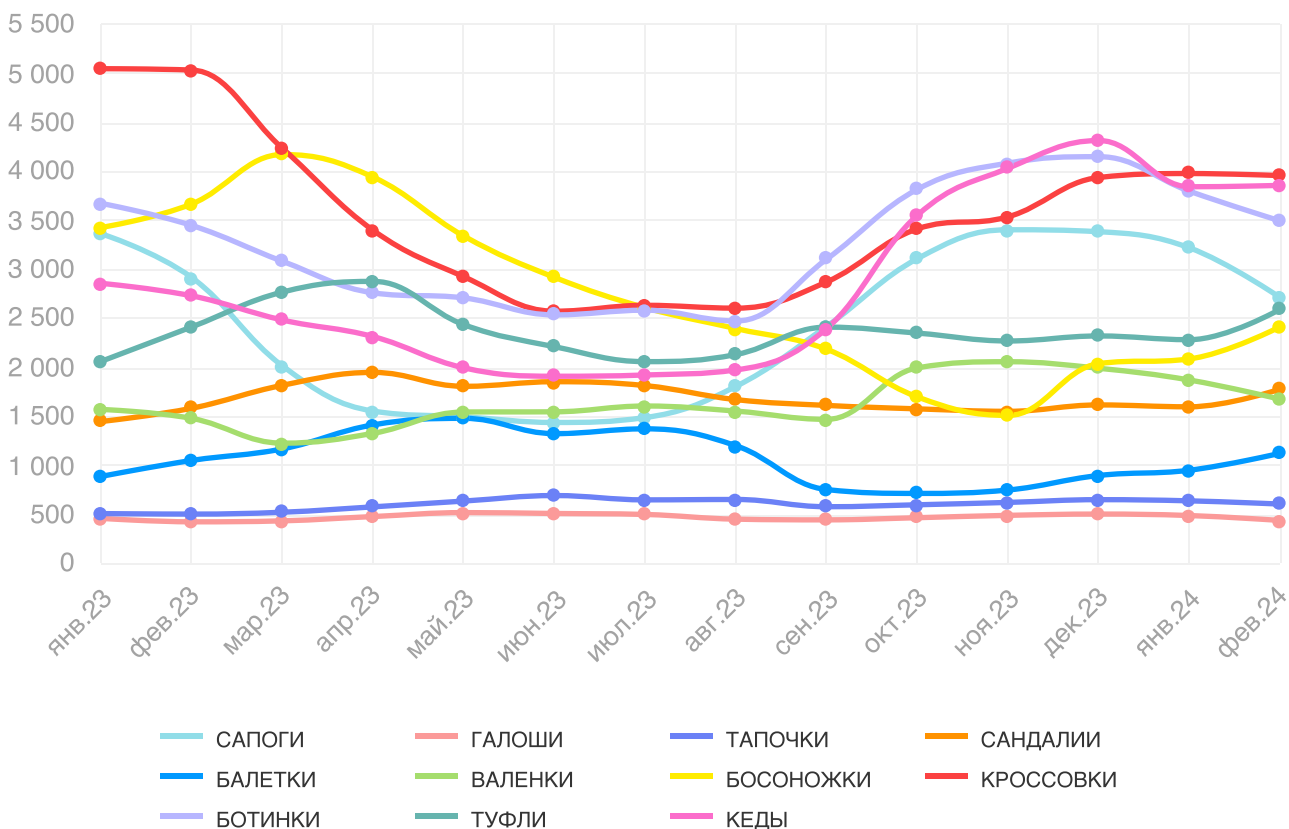




Таблица 5: Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб

Тип продаж	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Изменение цен, м/м	Изменение цен, г/г	Справочно		
					Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Кроссовки	3 955	3 976	-1%	-21%	3 976	5 032	5 039
Кеды	3 855	3 841	0%	41%	3 841	2 727	2 791
Ботинки	3 492	3 795	-8%	1%	3 795	3 445	3 558
Сапоги	2 709	3 217	-16%	-7%	3 217	2 912	3 136
Туфли	2 592	2 280	14%	7%	2 280	2 412	2 236
Босоножки	2 413	2 084	16%	-34%	2 084	3 667	3 546
Сандалии	1 776	1 595	11%	12%	1 595	1 581	1 513
Валенки	1 672	1 868	-10%	13%	1 868	1 476	1 522
Балетки	1 121	948	18%	7%	948	1 048	966
Тапочки	602	635	-5%	20%	635	500	502
Галоши	435	485	-10%	3%	485	421	438



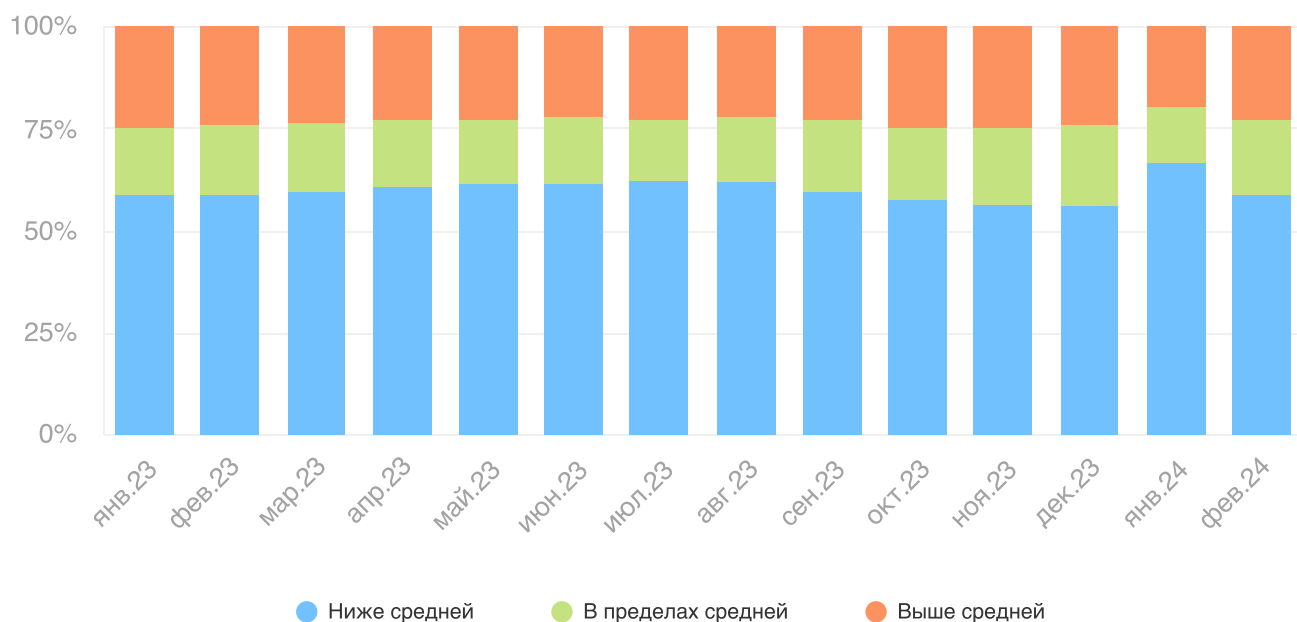
Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 20\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах обуви в России — на уровне 59% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах обуви в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 18%.

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 обуви приведены на рисунке 6.

Рисунок 5. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %

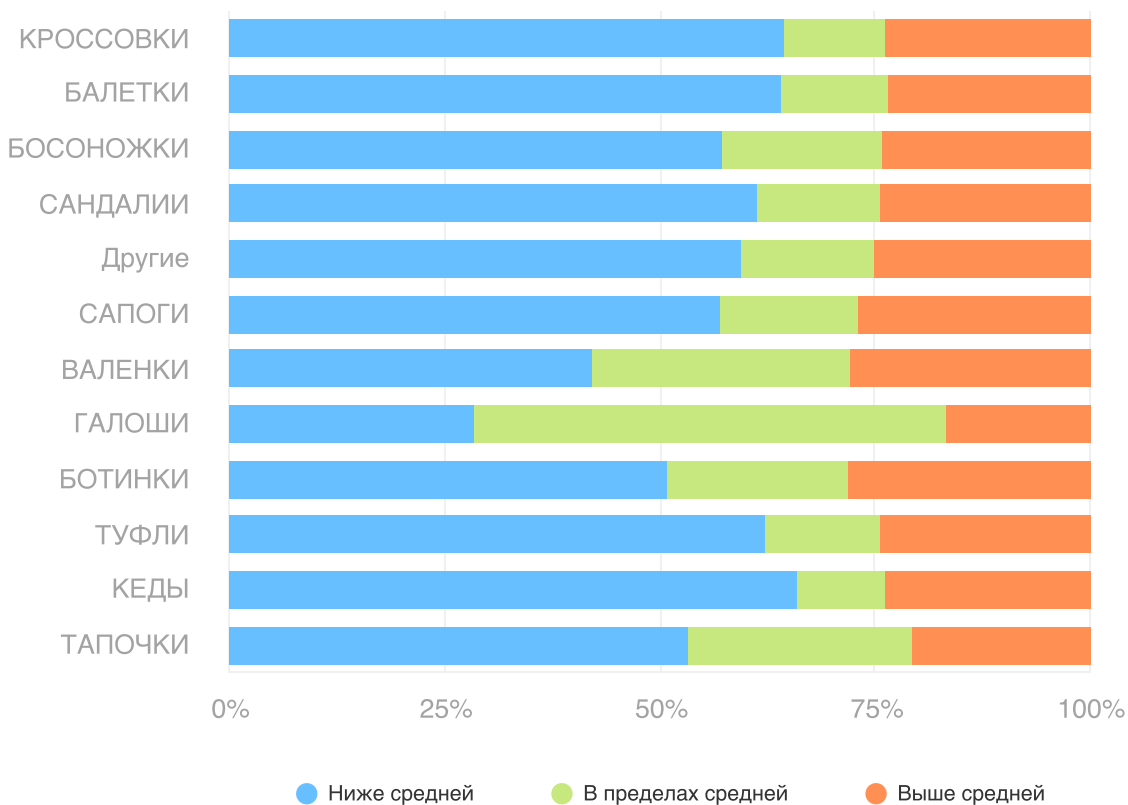




Среди всех товаров в ценовом сегменте «Ниже средней» чаще всего продаются **Кеды** — 66.03 %.

За ними идут **Кроссовки** — 64.23 % и **Балетки** — 64.2 %.

Рисунок 6. Ценовое распределение продаж отдельных видов обуви, тыс. шт.



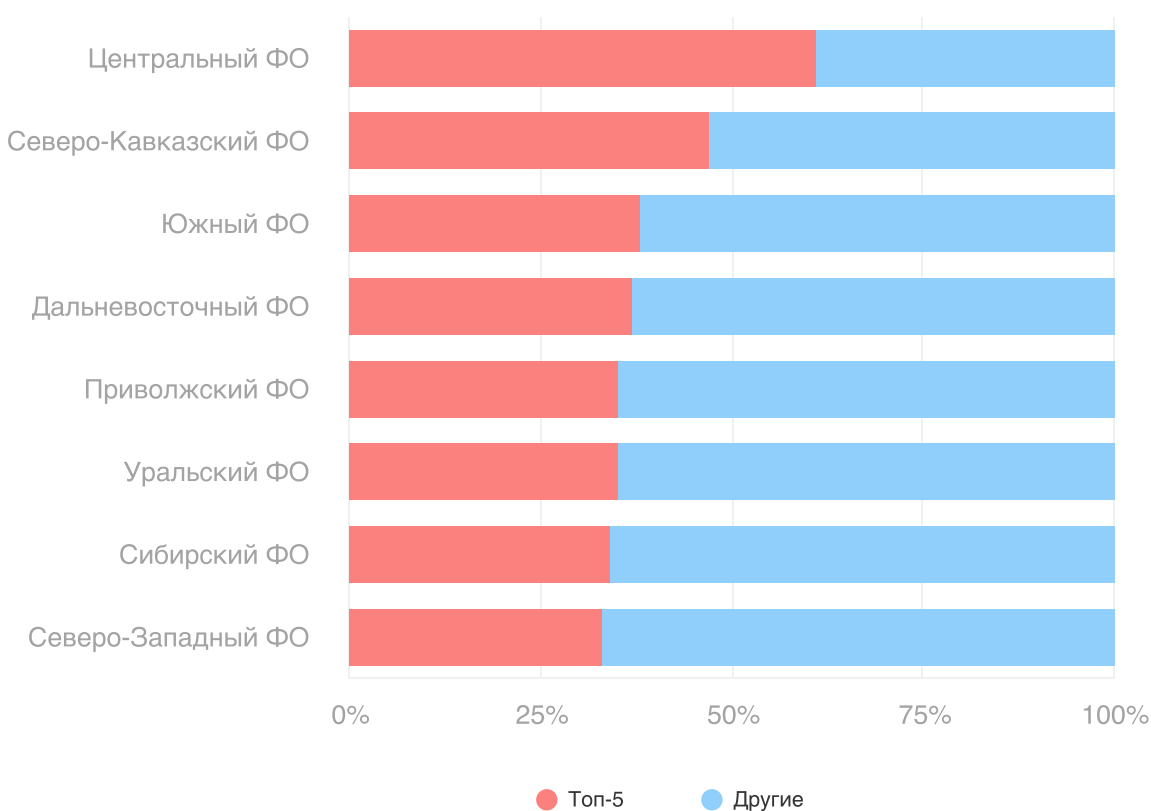


Центральный ФО в феврале 2024 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 61%.

В свою очередь Северо-Западный ФО с долей в 33% 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. Доли рынка крупнейших компаний, %





4. Товарное предложение

Большая часть предложения в феврале 2024 года приходится на «Поставки из-за пределов РФ» и составляет 66% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 12%.

Производство РФ — вторая по объему часть предложения — 32%. В феврале 2024 года демонстрирует рост на 19% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 8 и в таблице 6 представлена динамика предложения и его структура на рынке обуви.

Рисунок 8. Структура предложения на рынке обуви, тыс. шт.

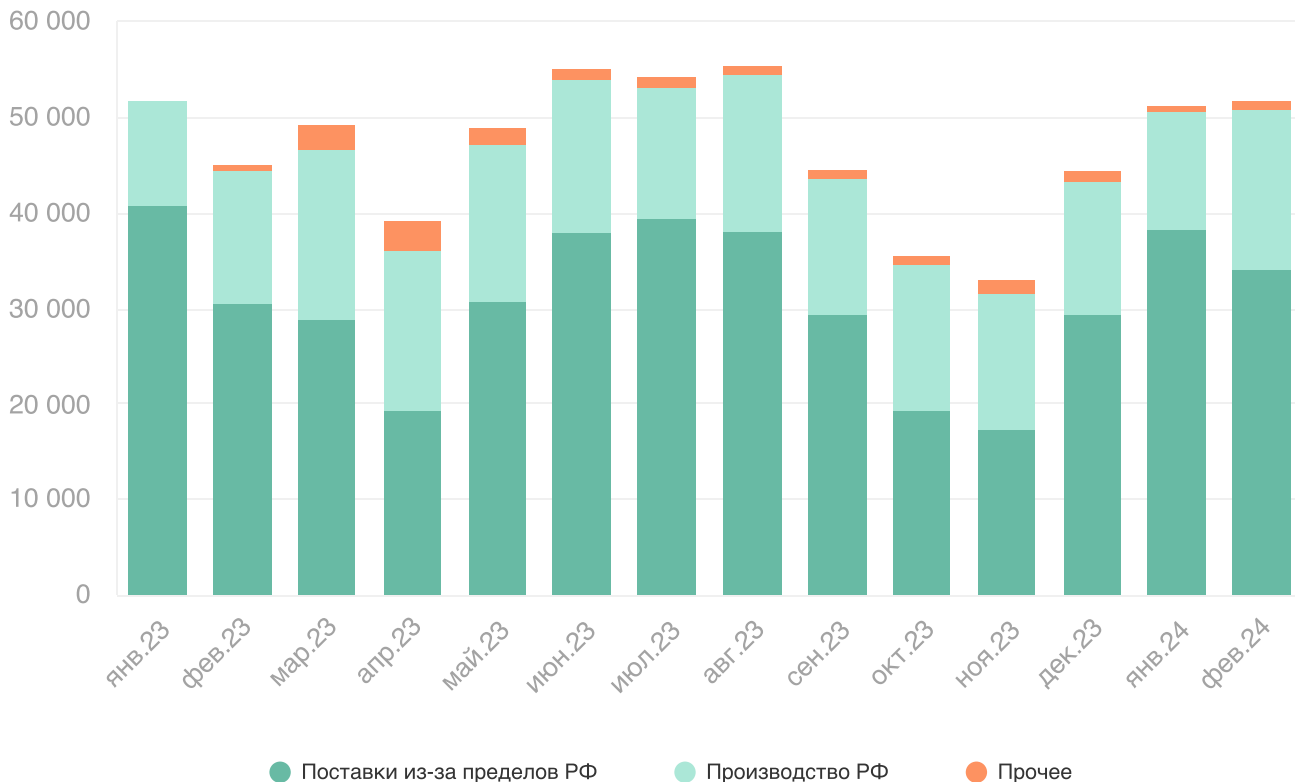




Таблица 6. Структура предложения на рынке обуви, тыс. шт.

Источник предложения	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Поставки из-за пределов РФ	34 183	72 422	38 239	30 521	71 209
Производство РФ	16 504	28 780	12 275	13 877	24 723
Прочее	805	1 489	684	615	808
Итого	51 492	102 691	51 198	45 013	96 740



В феврале 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 7 264 тыс. пар обуви, что составляет 44% от общего объема производства в стране за этот период.

Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 20%.

Северо-Западный ФО занимает второе место по объему производства обуви в России. В феврале 2024 года там было произведено 2 676 тыс. единиц продукции, что составляет 16% от общего объема производства в стране.

Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 51%.

Рисунок 9. Географическая структура производства обуви, тыс. шт.

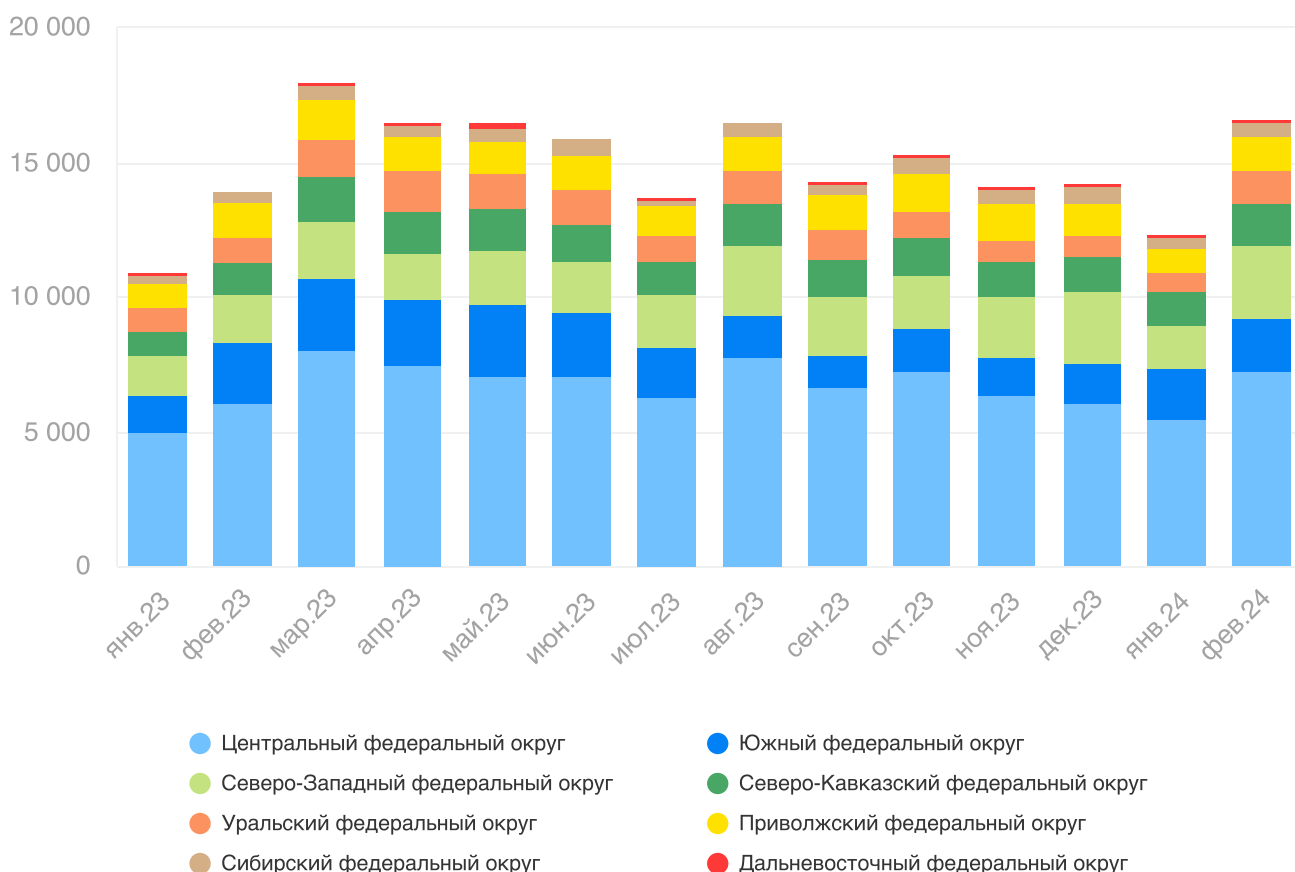




Таблица 7. Географическая структура производства обуви, тыс. шт.

Федеральный округ	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Центральный ФО	7 264	12 733	5 469	6 073	11 020
Северо-Западный ФО	2 676	4 285	1 609	1 772	3 230
Южный ФО	1 935	3 805	1 870	2 222	3 645
Северо-Кавказский ФО	1 624	2 859	1 235	1 256	2 179
Приволжский ФО	1 249	2 182	933	1 321	2 227
Уральский ФО	1 172	1 880	709	846	1 708
Сибирский ФО	511	876	365	323	633
Дальневосточный ФО	75	160	85	64	81
Итого	16 506	28 780	12 275	13 877	24 723



Большую часть рынка производимой продукции занимают **Тапочки**.

В феврале 2024 года производство этого типа продукции составило 8 338 тыс. пар. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года составил 36% — это 51% от общего объема производства обуви в стране.

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

Ботинки — 2 392 тыс. пар и 14% от всего рынка.

Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — 3%.

Сапоги — 1 767 тыс. пар и 11% от всего рынка.

Падение в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — 5%.



На рисунке 10 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разбивке на типы производимого обуви.

Рисунок 10. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

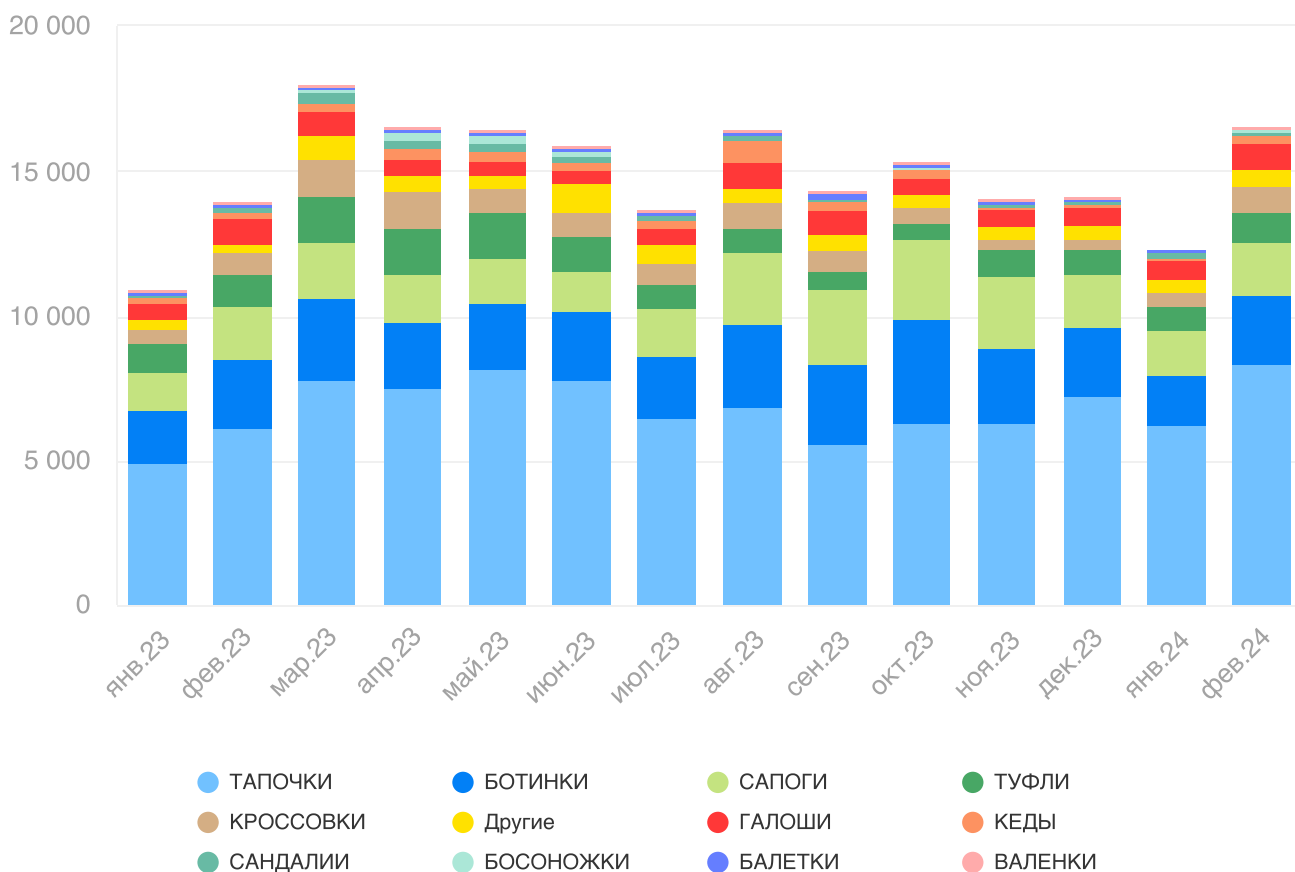




Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Тапочки	8 338	14 513	6 175	6 128	11 032
Ботинки	2 392	4 188	1 796	2 319	4 111
Сапоги	1 767	3 256	1 490	1 863	3 204
Туфли	1 077	1 932	855	1 155	2 134
Галоши	902	1 608	707	839	1 436
Кроссовки	895	1 347	453	743	1 255
Кеды	238	353	115	204	336
Сандалии	132	234	102	162	278
Балетки	76	159	84	96	149
Валенки	55	106	51	51	125
Босоножки	39	56	17	42	62
Другие	595	1 025	431	275	603
Итого	16 506	28 777	12 276	13 877	24 725



Доля производства топ-5 компаний занимает от 26 до 72% в зависимости от типа продукции. Распределение выглядит следующим образом:

Валенки — доля топ-5 компаний составляет 72% от всего рынка;

Балетки — доля топ-5 компаний составляет 59%;

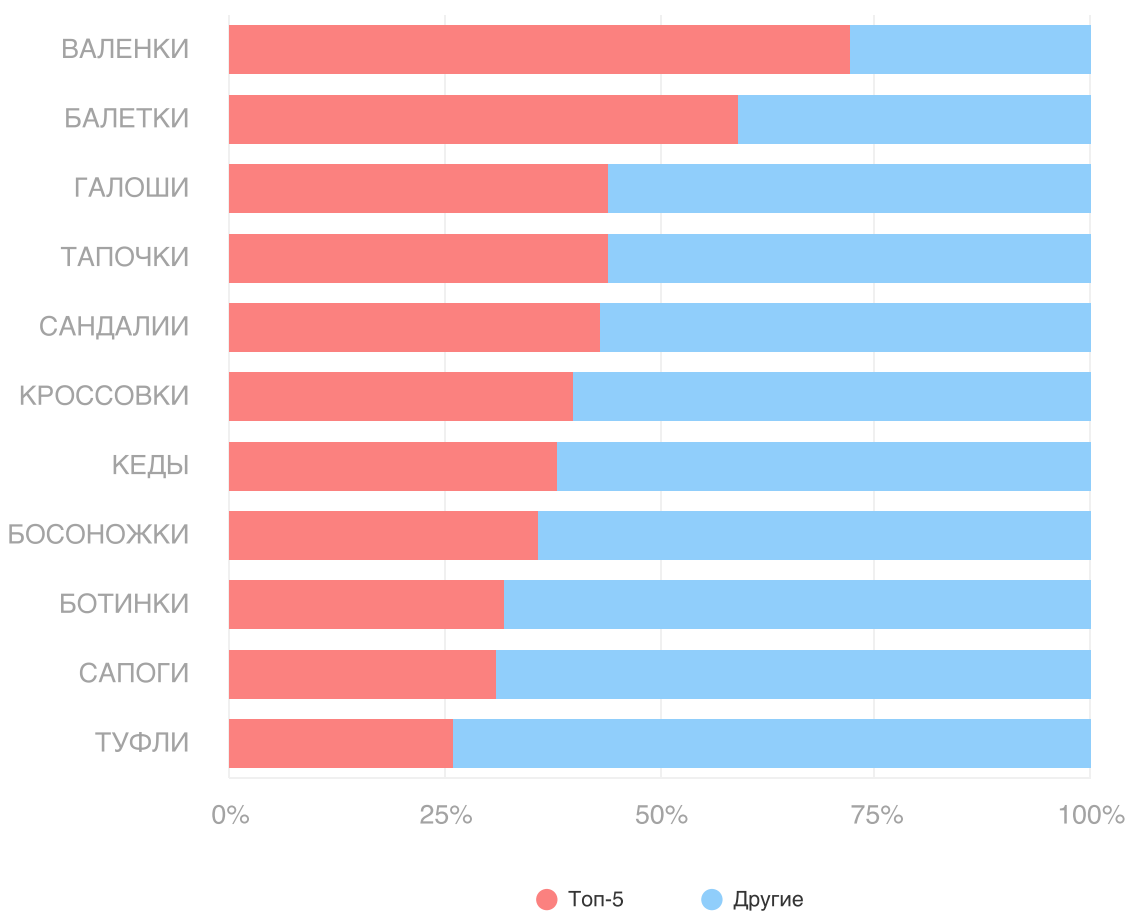
Галоши — доля топ-5 компаний составляет 44%;

Тапочки — доля топ-5 компаний составляет 44%;

Сандалии — доля топ-5 компаний составляет 43%.

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

Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %





Большую часть ввозимой обуви составляет категория **Ботинки**. В феврале 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 11 712 пар — 34% от общего объема поставок обуви в страну. Это на 13% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идут **Туфли** — 8 850 тыс. пар. Это 26% всей ввозимой продукции, что на 1% меньше, чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунке 12 и в таблице 9 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на типы обуви.

Рисунок 12. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

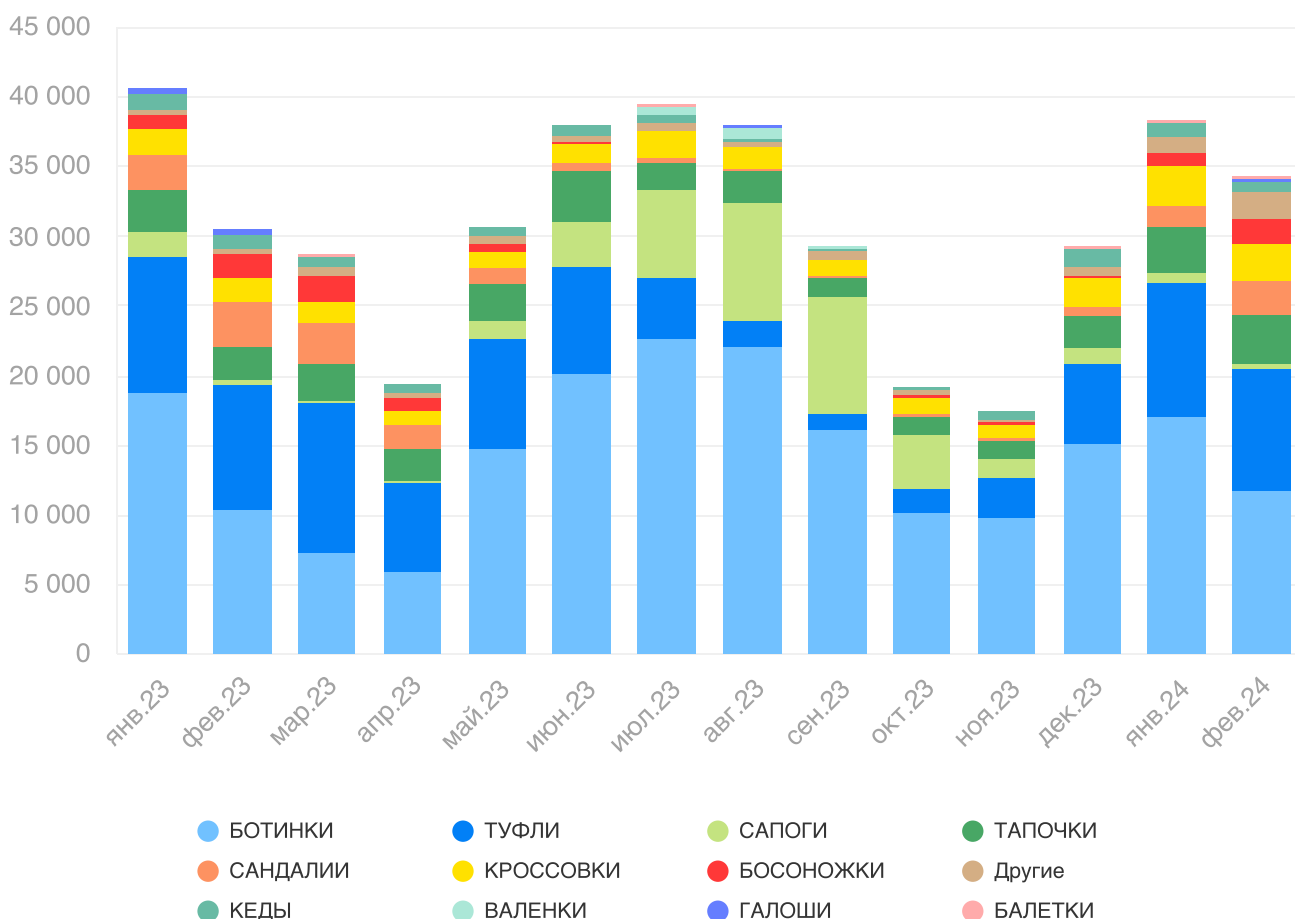




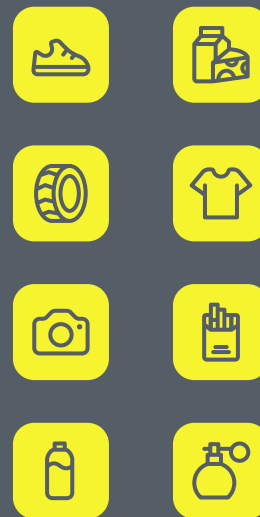
Таблица 9. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, тыс шт.

Категория продукции	Февраль 2024	Янв-Фев 2024	Справочно		
			Январь 2024	Февраль 2023	Янв-Фев 2023
Ботинки	11 712	28 723	17 011	10 364	29 225
Туфли	8 850	18 369	9 519	8 938	18 573
Тапочки	3 323	6 461	3 138	2 371	5 459
Кроссовки	2 672	5 514	2 842	1 713	3 583
Сандалии	2 468	4 013	1 546	3 295	5 810
Босоножки	1 894	2 880	986	1 619	2 550
Кеды	854	1 722	868	1 106	2 184
Сапоги	383	1 297	913	362	2 086
Галоши	143	241	98	322	774
Балетки	121	243	121	60	81
Валенки	0	0	0	0	0
Другие	1 762	2 959	1 197	371	884
Итого	34 182	72 422	38 239	30 521	71 209

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/>