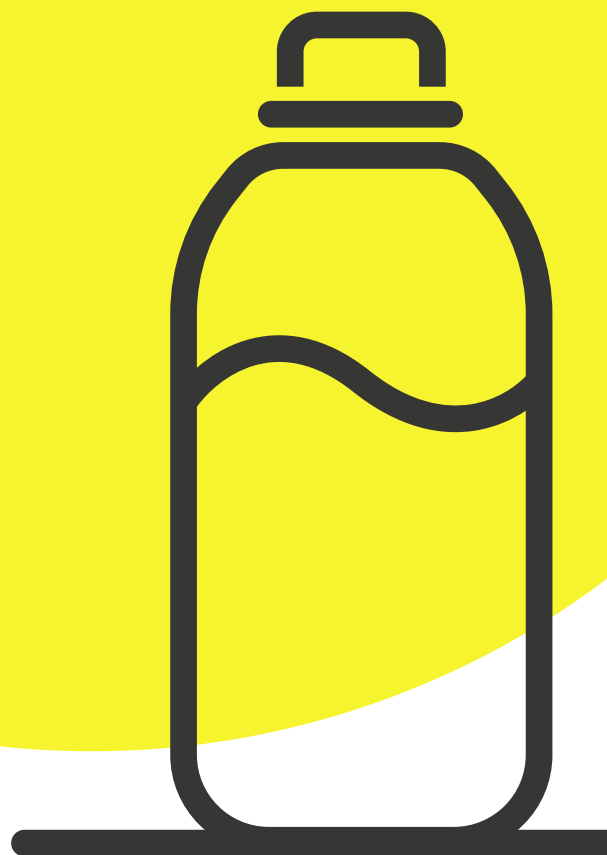


I квартал 2024 года

Квартальный обзор по маркируемому рынку

ВОДА



Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки упакованной воды
3. Виды товарной продукции
4. Основные выводы
5. Спрос на продукцию
6. Товарное предложение
7. ДАТАМАРКЕТ



1. Методология сбора данных

В обзоре представлена статистика по обороту только маркированных товаров. Вся информация 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 обзора содержится информация о 18 351 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 131 375 участника оборота товаров в рамках товарной группы «Вода».

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. Некоторые разрезы статистики подготовлены с использованием справочников, вручную собранных и регулярно обновляемых аналитиками «Ритейл Дата Центра».

В качестве факта производства или поставки товара из-за рубежа в обзоре считается событие ввода 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 упакованной воды

Старт обязательной регистрации в системе маркировки

С 1 сентября 2021 года

Производители, импортеры, организации оптовой и розничной торговли, осуществляющие оборот упакованной воды, должны подать заявление на регистрацию в системе маркировки с 1 сентября 2021 года, но не позднее 7 дней со дня возникновения необходимости осуществления оборота маркированной упакованной воды.

Маркировка становится обязательной для категории «Минеральная вода»

С 1 декабря 2021 года

Производители и импортеры любой категории упакованной воды (ТН ВЭД 2201, в том числе 2201 90 000 0, ОКПД2 11.07.11.120, 11.07.11.130, 11.07.11.140) 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 упакованной воды, произведенной с этой даты, будет запрещен.



Маркировка становится обязательной для прочих категорий питьевой воды

С 1 марта 2021 года

Производители и импортеры любой категории упакованной воды (ТН ВЭД 2201, в том числе 2201 90 000 0, ОКПД2 11.07.11.120, 11.07.11.130, 11.07.11.140) 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 упакованной воды, произведенной с этой даты, будет запрещен.

Появляется обязанность по передачи сведений об обороте маркированной воды (объемно-сортовой учет) для всех участников оборота

С 1 ноября 2022 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли, а также HoReCa (которая реализует упакованный товар через кассу) 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. Передавать сведения в систему необходимо о партиях товаров (информация о коде товара и количестве отгружаемого маркированного товара), при этом возможно передавать информацию без указания конкретных кодов маркировки, которые перемещаются между собственниками.



Появляется обязанность по передачи сведений о выводе из оборота по прочим причинам (не являющимся продажей в розницу)

С 1 ноября 2022 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли с этой даты должны подавать сведения в систему цифровой маркировки «Честный ЗНАК» о выводе из оборота продукции по прочим причинам: использование для собственных нужд, использование для собственных нужд покупателем, безвозмездная передача, истечение срока годности, утилизация, утрата и др. Для этого необходимо создать документ «Вывод товара из оборота» в разделе «Документы» личного кабинета Честного ЗНАКа.

Появляется обязанность по передачи сведений в систему маркировки о розничной реализации маркированной воды для всех участников оборота

С 1 марта 2023 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли, а также HoReCa, которые реализуют любые типы упакованной питьевой воды с применением ККТ, с этой даты обеспечивают сканирование кодов на кассе при продаже маркированной продукции и передачу сведений о продажах в систему маркировки с использованием онлайн-касс. К этому времени необходимо протестировать процессы продажи, передачи сведений в систему маркировки, обеспечить наличие 2D-сканеров на кассах, а также при необходимости обновить кассовое ПО.



С 1 сентября 2023 года

Производители и импортеры упакованной детской воды (продукции, соответствующей кодам ТН ВЭД 2201 и коду по классификатору 10.86.10.310) с этой даты обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей отчета о нанесении, оплате кодов и вводу в оборот.

1 марта 2024 года

Все участники оборота должны осуществлять передачу сведений в объемно-сортовом формате (о движении маркированной продукции между участниками через ЭДО, а также подача сведений о выводе из оборота маркированной продукции по причинам, не связанным с розничной реализацией), а также осуществлять поэкземплярный вывод из оборота через ККТ (розничная реализация).

3. Виды товарной продукции

В текущем обзоре статистика разбита по следующим группам продукции:

НЕГАЗИРОВАННАЯ ПИТЬЕВАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ ПИТЬЕВАЯ

НЕГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ЛЕЧЕБНАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ЛЕЧЕБНО-СТОЛОВАЯ

ГАЗИРОВАННАЯ МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ СТОЛОВАЯ



4. Основные выводы

Внутреннее предложение на все ключевые продукты упакованной воды стабильно увеличивается в I квартале 2024 года в сравнении с аналогичным периодом 2023 года на 22% и на 98.3% покрывается внутренним производством. **Спрос** по упакованной воде в I квартале 2024 года стабилен в сравнении с I кварталом 2023 г. (+0.95%) в точках продаж.

Минеральная вода

Среди минеральной воды **наибольшая доля в структуре продаж** (61% в объеме розничных продаж минеральной воды и 17% в объеме упакованной) в I квартале 2024 г. зафиксировано по газированной минеральной природной лечебно-столовой воде. Несмотря на высокий спрос, **цена** по данному продукту достаточно стабильна (+2% к предыдущему кварталу). А **наиболее дорогая** минеральная вода — газированная минеральная природная лечебная, превышающая на 87% средний уровень цен по упакованной воде, занимает последнее место в объемах продаж как минеральной воды (4.5%), так и упакованной воды в целом (1.3%).

Предложение минеральной воды стабильно в I квартале 2024 года и выросло на 2.4% в сравнении с аналогичным периодом 2023 года. Рост по сравнению с IV кварталом 2023 года составил 3.5%.

Производство → Импорт ↑



Прочая питьевая вода

Предложение прочей питьевой воды увеличилось на 29% в I квартале 2024 года к аналогичному периоду прошлого года. В сравнении с IV кварталом предложение прочей питьевой воды выросло на 6.8%. При этом 99.7% предложения прочей питьевой воды в РФ — **отечественного производства**. Наибольшую долю в **розничных продажах** (59.8% всей упакованной воды и 83.1% от прочей питьевой воды) в I квартале 2024 года занимает негазированная питьевая вода, чья цена увеличилась на 1% к предыдущему кварталу.

Производство  Импорт 



5. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж упакованной воды в I квартале 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 67% от общего объема выводимой из оборота продукции.

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 в таблице 2 представлена динамика потребления.

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

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

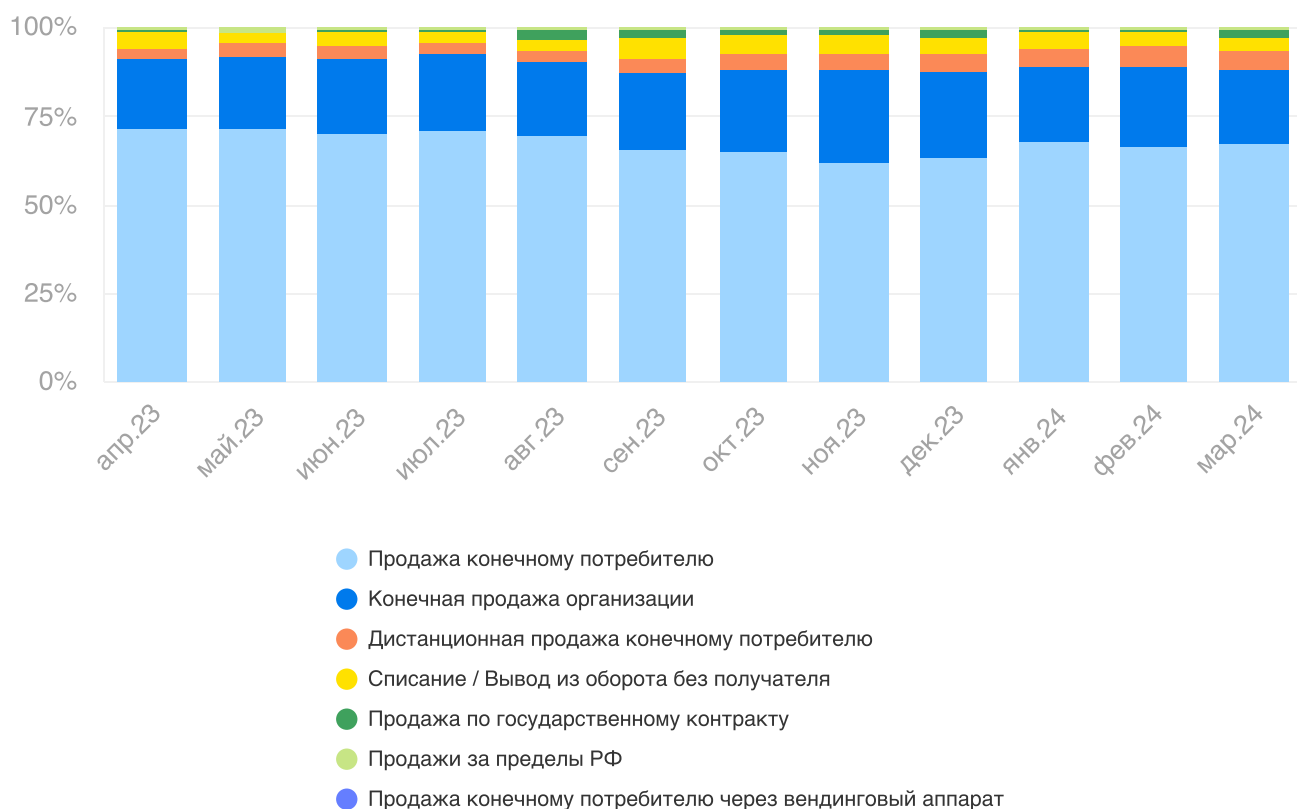




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	I квартал 2024	Справочно
		IV квартал 2023
Продажа конечному потребителю	66.81	63.38
Конечная продажа организации	21.54	24.62
Дистанционная продажа конечному потребителю	5.8	4.73
Списание / Вывод из оборота без получателя	3.9	4.88
Продажа по гос. контракту	1.17	1.85
Продажи за пределы РФ	0.73	0.49
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.05	0.05
Итого	100	100



Рисунок 2. Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек, %.

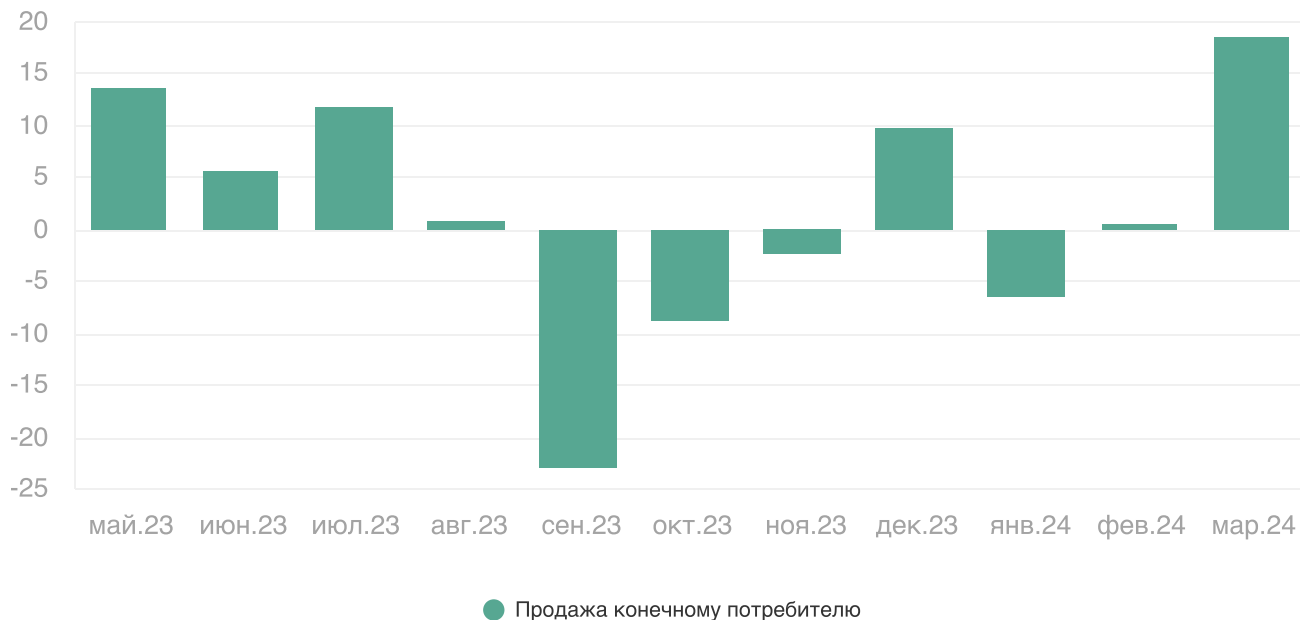


Таблица 2. Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек, %

Причина вывода из оборота	I кв 2024 к IV кв 2023
Конечные продажи	0.95



Таблица 3. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	I квартал 2024	Справочно
		IV квартал 2023
Негазированная питьевая	59.83	59.16
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	17.1	17.02
Газированная питьевая	12.21	11.09
Негазированная минеральная	5.63	6.72
Газированная минеральная природная столовая	3.96	4.86
Газированная минеральная природная лечебная	1.27	1.14
Итого	100	100



В I квартале 2024 года наибольший объем среднемесячного потребления продукции воды на 1 000 человек пришелся на Центральный ФО — 4 159 л. Следующим по объему проданной упакованной воды на 1 000 человек является Южный ФО — 3 881 л. Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Московская область — 5 837 л. и Москва — 5 322 л.

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

Таблица 4а. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1000 человек), л.

Субъект РФ	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно- столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого
Центральный ФО	2 679	618	491	202	105	64	4 159
Южный ФО	2 381	560	528	252	134	26	3 881
Северо-Западный ФО	2 161	546	465	214	77	38	3 501
Уральский ФО	1 958	565	388	112	205	23	3 251
Сибирский ФО	1 425	926	212	41	42	26	2 672
Приволжский ФО	1 164	392	415	244	218	33	2 466
Дальневосточный ФО	701	421	127	213	162	82	1 706
Северо-Кавказский ФО	238	156	41	55	12	11	513



Таблица 46. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1000 человек), л.

Субъект РФ	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно- столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого
Справочно							
Московская область	3 752	893	799	166	107	120	5 837
Москва	3 894	559	436	297	73	63	5 322
Ростовская область	3 588	483	637	349	142	19	5 218
Калининградская область	2 478	1 062	265	812	46	54	4 717
Ленинградская область	3 065	680	640	87	67	36	4 575
Дистанционные продажи*							
Вся Россия	198	27	25	9	5	3	267

*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 I квартале 2024 года самой дорогой категорией упакованной воды при пересчете на один литр была «Газированная минеральная природная лечебная» — 78 руб.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам упакованной воды приведена на рисунке 3 и в таблице 5.

Рисунок 3. Средние цены на товары упакованной воды, руб./л

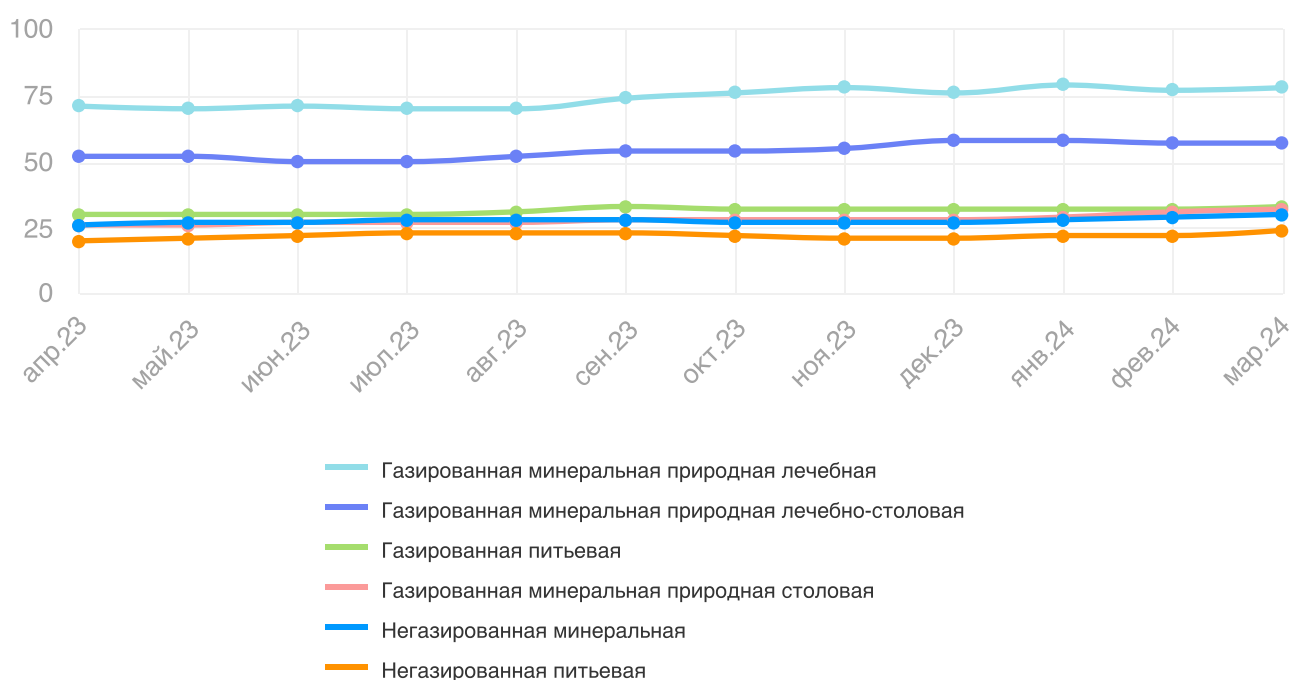




Таблица 5. Средние цены за литр упакованной воды, руб.

Тип продукции	I кв 2024	Изменение цен, кв/кв, %	Справочно
			IV кв 2023
Газированная минеральная природная лечебная	78	1.3	77
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	57	1.8	56
Газированная питьевая	32	0	32
Газированная минеральная природная столовая	31	10.7	28
Негазированная минеральная	29	7.4	27
Негазированная питьевая	23	9.5	21



Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 10\%$ 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 упакованной воды в России — на уровне 56% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах упакованной воды в России принадлежит сегменту «Выше средней» — примерно 21%.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 4.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов упакованной воды приведены на рисунке 5.

Рисунок 4. Сегменты рынка по средневзвешенной цене

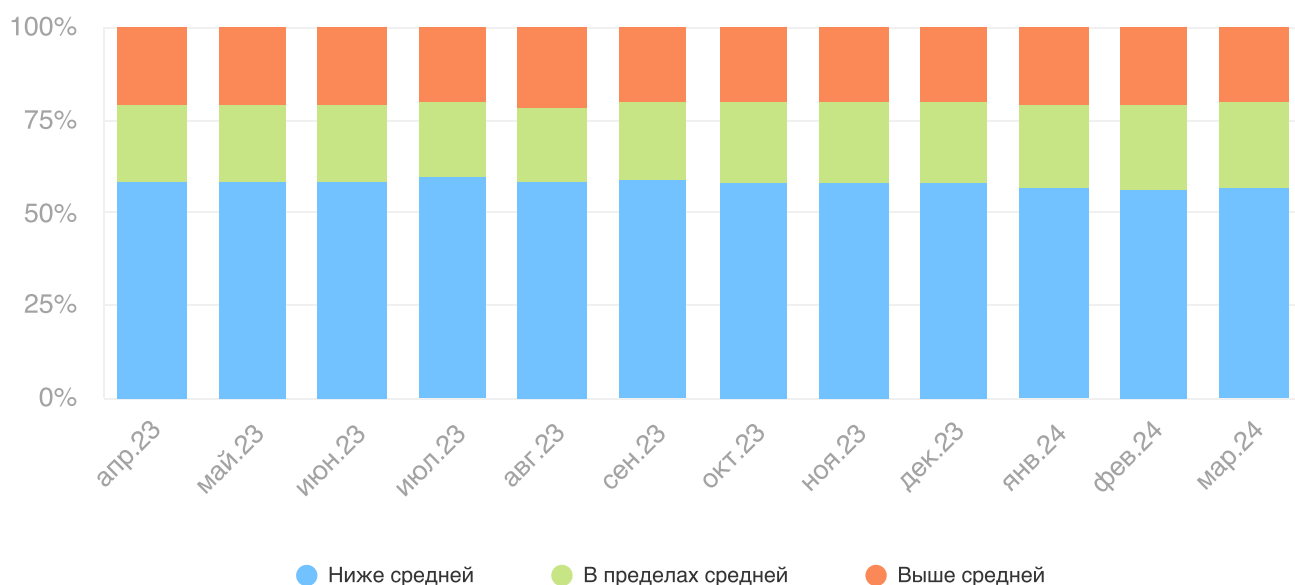
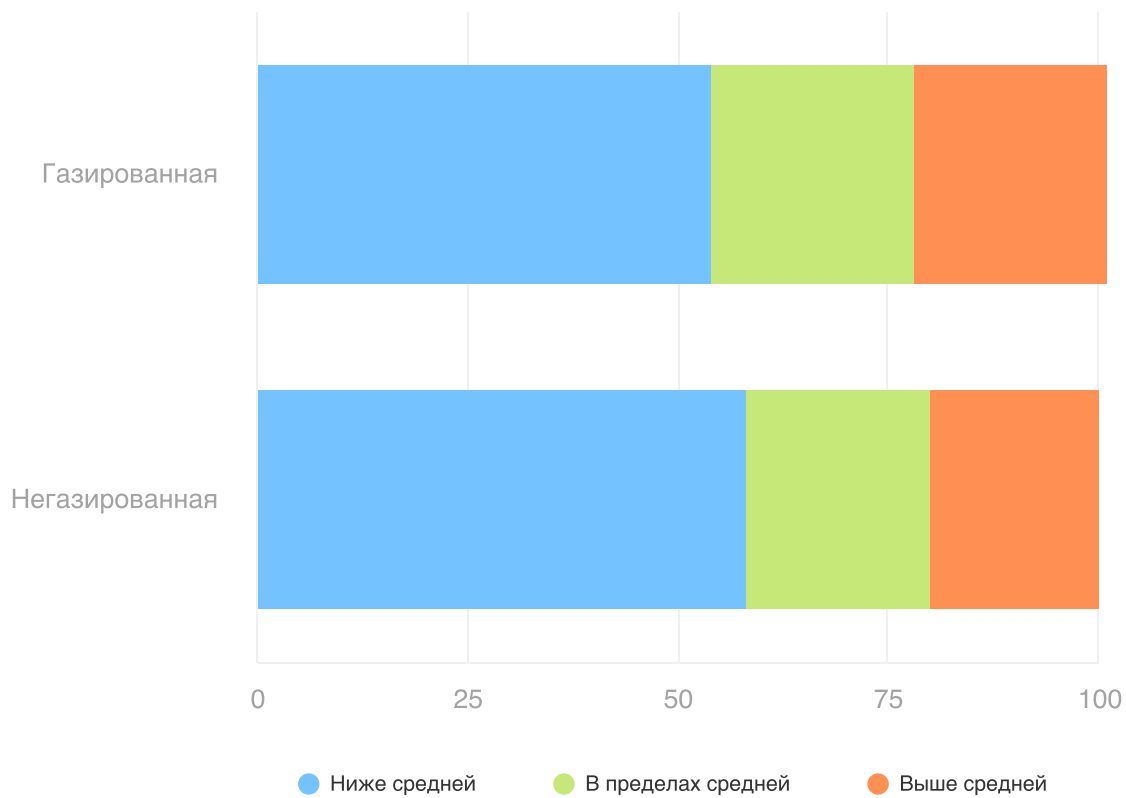




Рисунок 5. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов упакованной воды, %



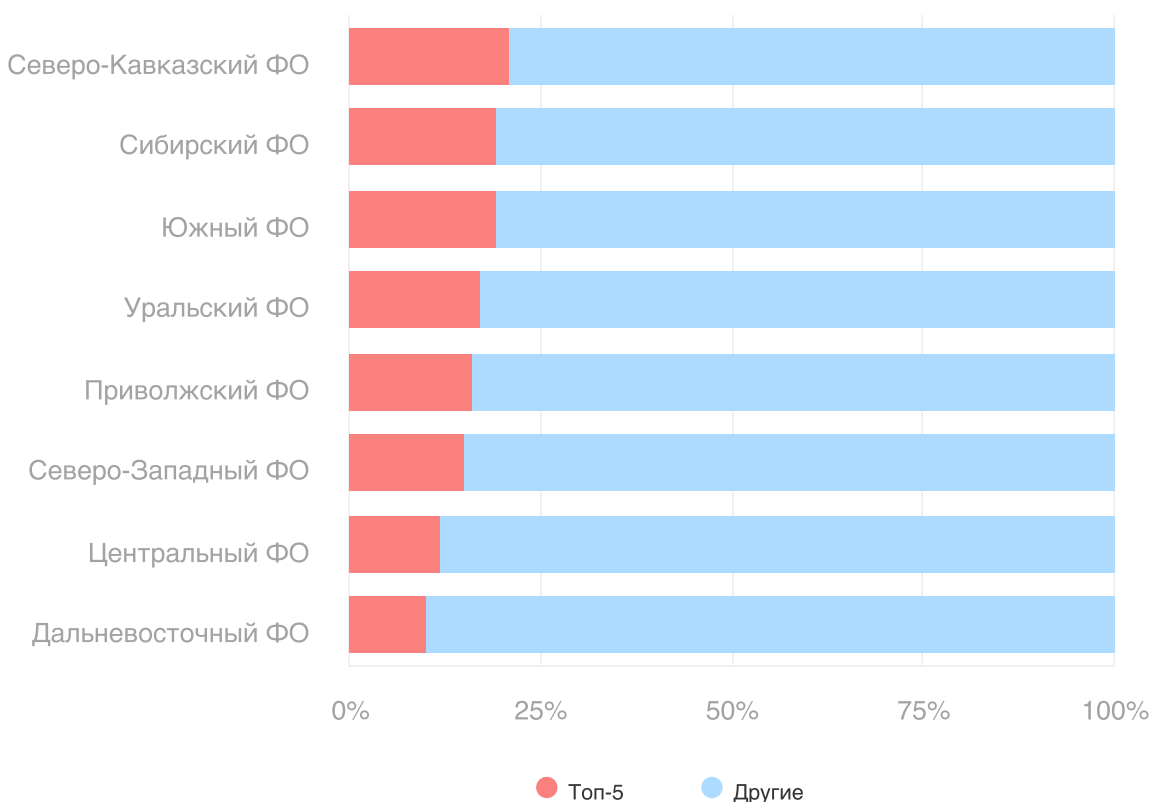


Северо-Кавказский ФО в I квартале 2024 года занимает первую место по доли рынка среди топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 21%.

В свою очередь Дальневосточный ФО с долей в 10% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации производства.

На рисунке 6 представлены доли продаж, приходящиеся на 5 крупнейших предприятия розничного сегмента в каждом из федеральных округов.

Рисунок 6. Доли рынка крупнейших компаний





6. Товарное предложение

Большая часть предложения в I квартале 2024 года приходится на «Производство РФ» и составляет 98% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 23%.

Поставки из-за рубежа занимают 2%. В I квартале 2024 года зафиксирован рост на 11% по сравнению в аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 7 и в таблице 6 представлена динамика предложения и его структура на рынке.

Рисунок 7. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л

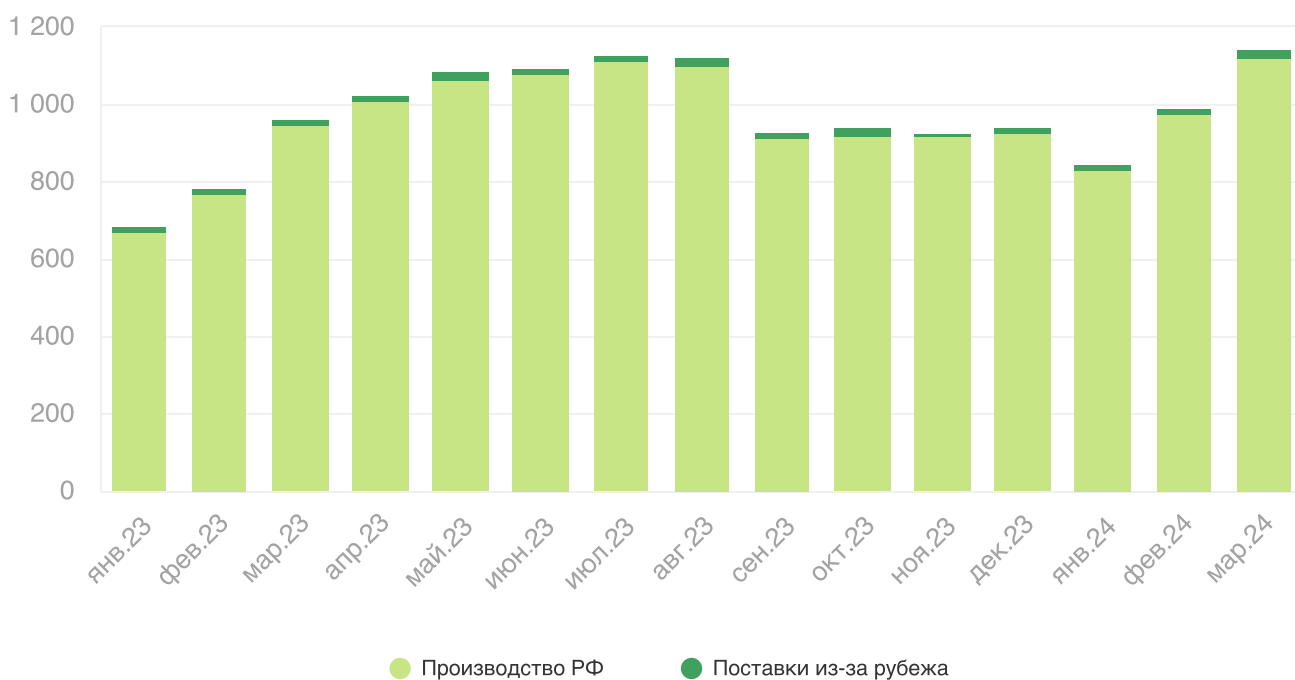




Таблица 6. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л

Источник предложения	I кв 2024	Справочно	
		I кв 2023	IV кв 2023
Производство РФ	2 919.7	2 378.78	2 760.22
Поставки из-за рубежа	49.65	44.52	39.45
Итого	2 969.35	2 423.3	2 799.67



В I квартале 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 39% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 34%.

Северо-Кавказский ФО занимает второе место по объему производства упакованной воды в России. В I квартале 2024 года там было произведено 375 млн л. продукции, что составляет 13% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — падение на 2%.

На рисунке 8 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке

Рисунок 8. Структура внутреннего производства упакованной воды, млн л

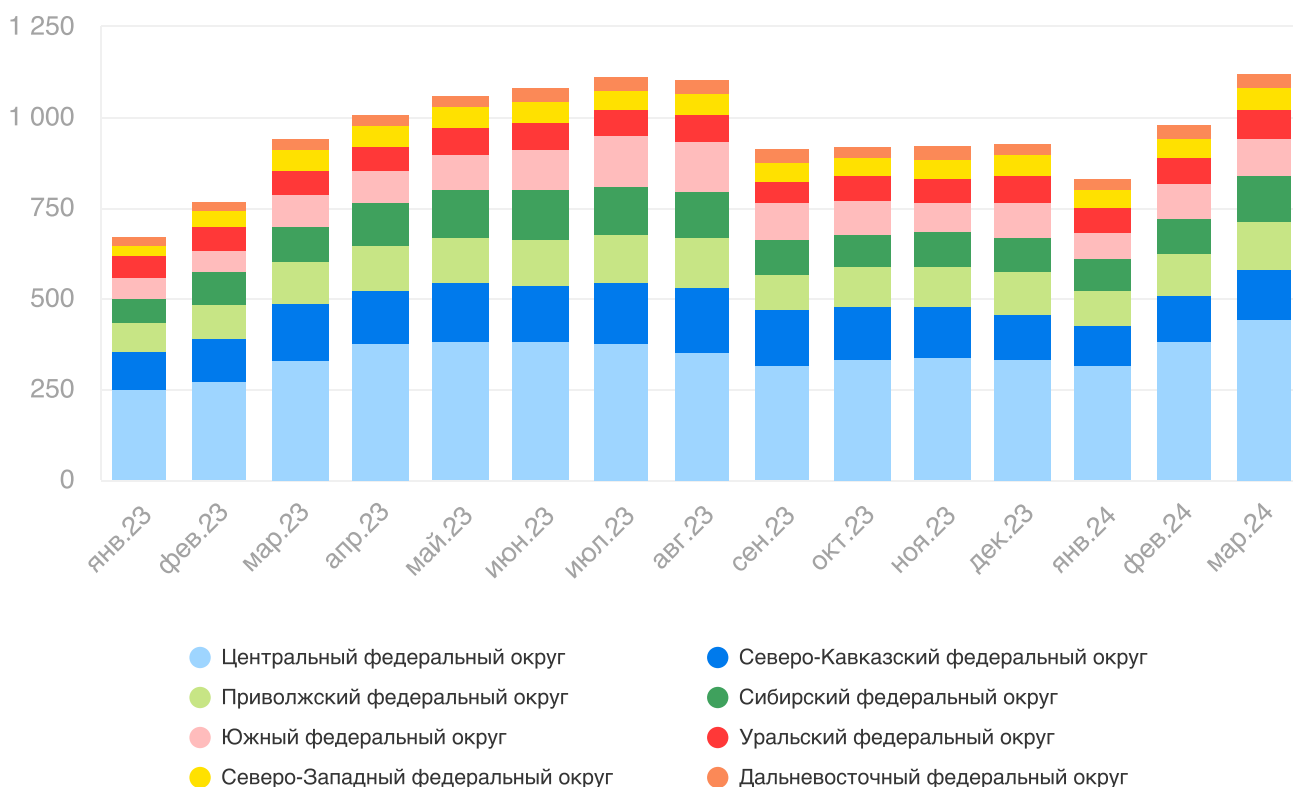




Таблица 7. Географическая структура производства упакованной воды, млн л

Федеральный округ	I кв 2024	Справочно	
		I кв 2023	IV кв 2023
Центральный ФО	1 134.81	849.62	1 002.4
Северо-Кавказский ФО	374.75	381.5	404.52
Приволжский ФО	350.6	286.02	338.86
Сибирский ФО	310.2	250.55	282.74
Южный ФО	275.3	213.15	275.8
Уральский ФО	220.34	183.94	201.42
Северо-Западный ФО	158.15	136.69	160.58
Дальневосточный ФО	95.55	77.31	93.85
Итого	2 919.7	2 378.78	2 760.17



Большую часть рынка производимой продукции занимает **Негазированная питьевая**. В I квартале 2024 года производство этого типа продукции составило 1 851 млн л. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 17%.

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

Газированная минеральная природная лечебно-столовая — 321 млн л. и 11% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года рост — на 12%.

Газированная питьевая — 271 млн л. и 9% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — рост на 32%.

На рисунке 9 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разбивке на типы продукции.

На рисунке 10 — сводные данные за I квартал 2024 года.

Рисунок 9. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

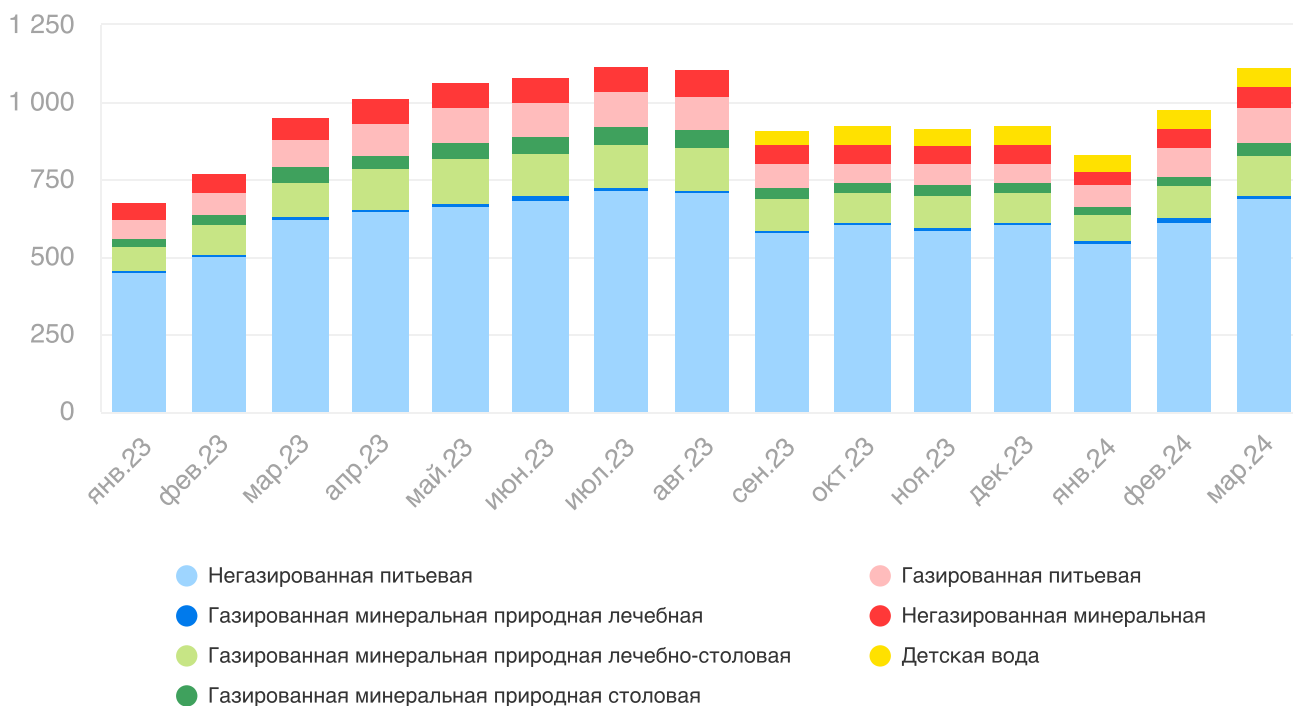




Рисунок 10. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

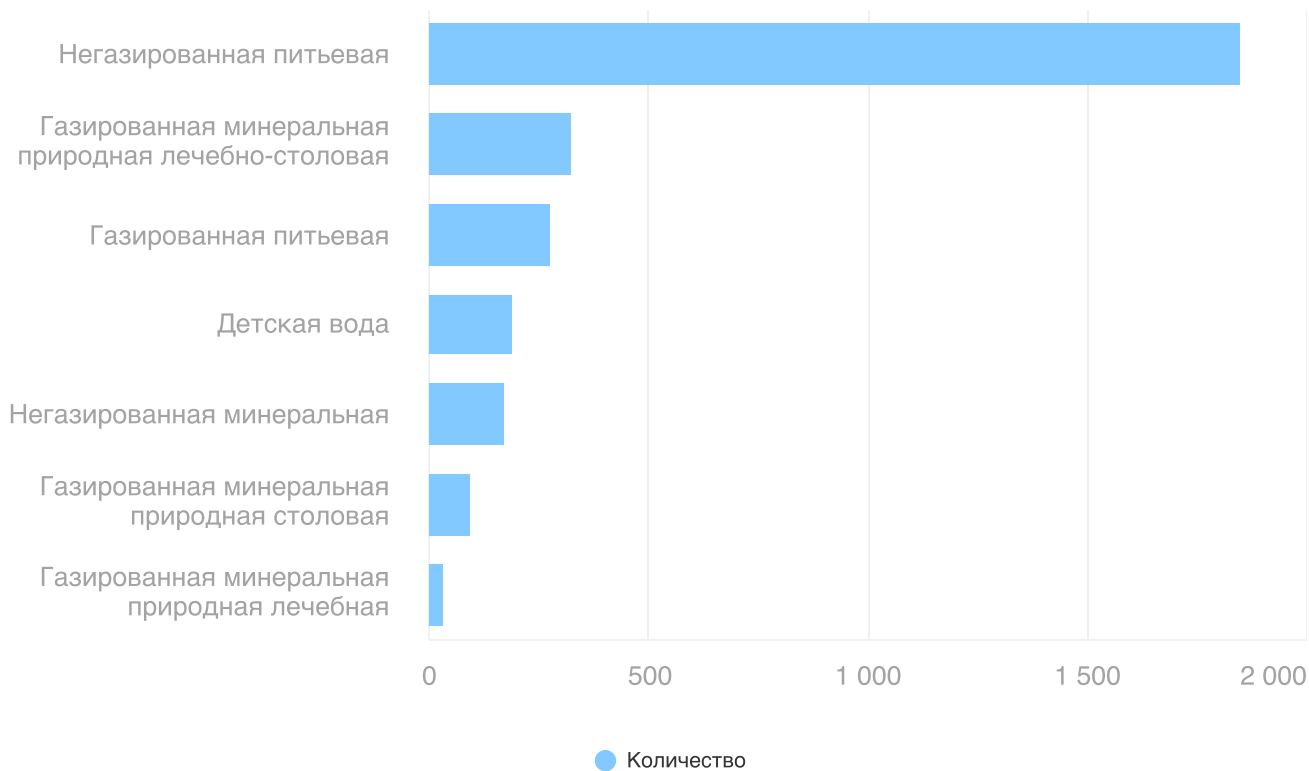




Таблица 8. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л

Категория продукции	I кв 2024	Справочно	
		I кв 2023	IV кв 2023
Негазированная питьевая	1 851	1 575	1 791
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	321	285	300
Газированная питьевая	271	205	202
Детская вода	187	—	171
Негазированная минеральная	171	175	175
Газированная минеральная природная столовая	88	115	93
Газированная минеральная природная лечебная	30	24	28
Итого	2 920	2 379	2 760



Доля производства топ-5 компаний занимает от 15% до 64% в зависимости от типа продукции. Распределение в разрезе топ-5 типов продукции выглядит следующим образом:

Газированная минеральная природная лечебная — доля топ-5 компаний составляет 64% от всего рынка

Детская вода — доля топ-5 компаний составляет 62%

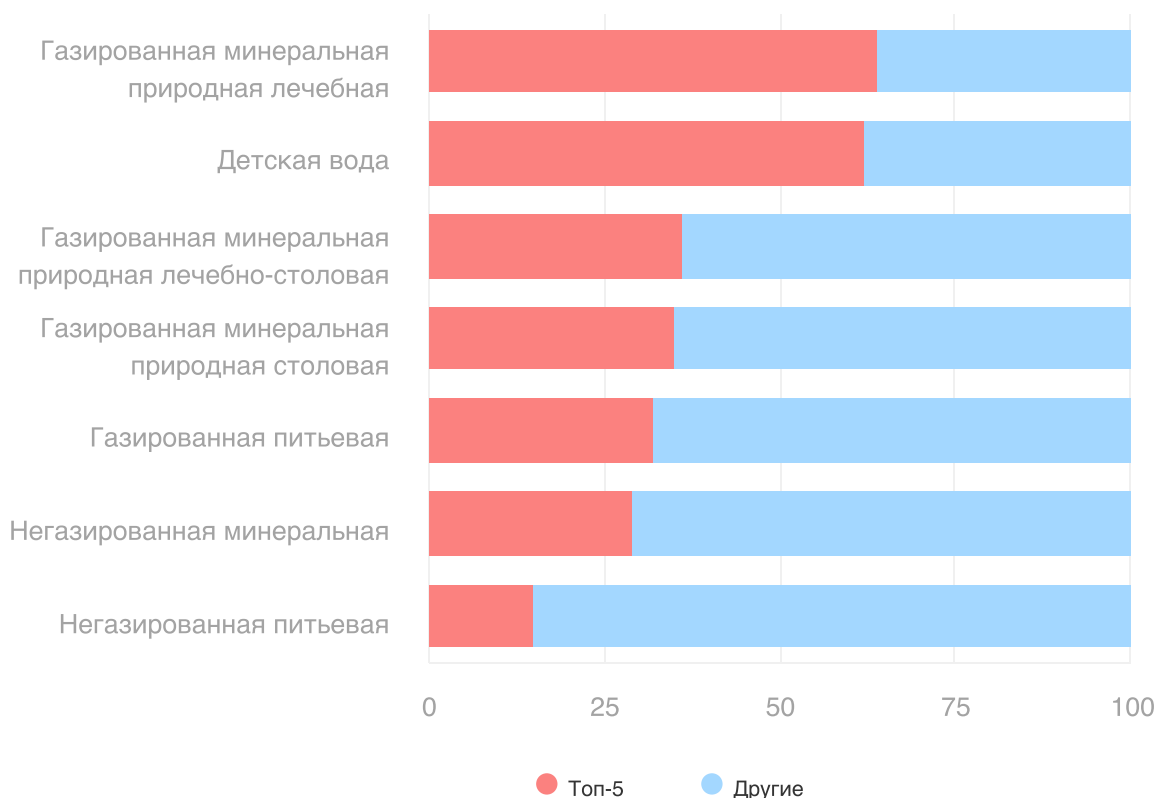
Газированная минеральная природная лечебно-столовая — доля топ-5 компаний составляет 36%

Газированная питьевая — доля топ-5 компаний составляет 32%

Негазированная минеральная — доля топ-5 компаний составляет 29%.

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

Рисунок 11. Концентрация производства упакованной воды по основным видам продукции





Большую часть ввозимой упакованной воды составляет **Газированная минеральная природная лечебно-столовая**. В I квартале 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 39 млн л — 79% от общего объема поставок упакованной воды в страну. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года это на 13% больше чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет **Негазированная питьевая** — 5 млн л. Это 9% от всей ввозимой продукции.

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

Рисунок 12. Объем поставок из за пределов РФ упакованной воды по видам продукции, млн л

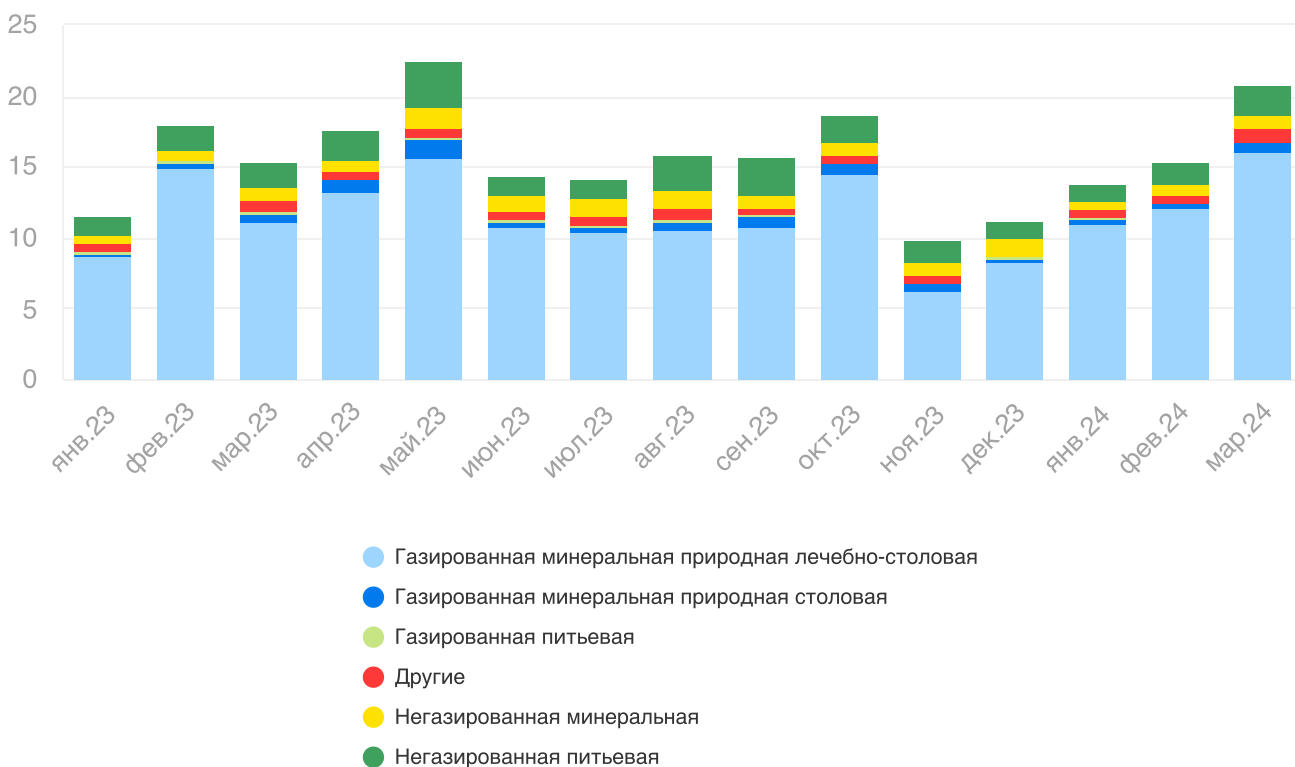




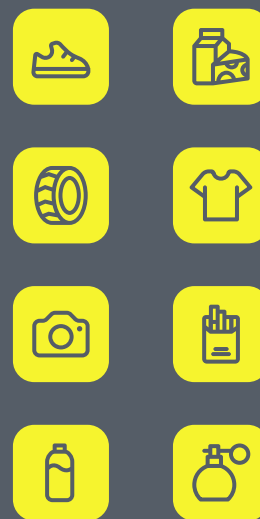
Таблица 9. Объем поставок из-за пределов РФ упакованной воды по видам продукции, млн л

Категория продукции	I кв 2024	Справочно	
		I кв 2023	IV кв 2023
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	39.04	34.53	28.97
Негазированная питьевая	4.6	4.6	4.58
Негазированная минеральная	2.41	2.41	3
Газированная минеральная природная столовая	1.26	1.22	1.42
Газированная питьевая	0.34	0.4	0.3
Другое	1.99	1.35	1.18
Итого	49.64	44.51	39.45

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/>