

III квартал 2023 года

Квартальный обзор по маркируемому рынку

ПАРФЮМ



Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки парфюма
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 213 495 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 18 332 участников оборота товаров в рамках товарной группы «Парфюм».

Все полученные данные проходят процесс оценки качества и очистки от аномальных значений. Адресная информация проходит процесс нормализации и приведения к формату Федеральной информационной адресной системы (ФИАС) для точного отнесения событий к субъекту РФ. Производство распределяется по регионам в соответствии с адресом юридической регистрации производителя, продажи распределяются по регионам по адресам точек, в которых фактически проводилась продажа.

Разделение статистических данных по видам продукции реализовано на основании атрибутов товаров, описанных участниками в Национальном каталоге маркируемой продукции. В качестве факта производства или импорта товара в данном обзоре считается событие ввода данного товара в оборот. Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

В настоящем обзоре уточнены показатели предыдущих временных периодов ввиду возможности получения в ГИС МТ сведений о движении товара от участников оборота с задержкой и корректировки сведений о товарах в Национальном каталоге маркированной продукции.

Обзор сформирован в соответствии с п. 12 ст. 20(1) Федерального закона от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Вся информация в обзоре представлена в обезличенной форме и не раскрывает коммерческой тайны участников оборота. В будущем обзор будет дополнен статистикой по контрольной (надзорной) деятельности, предоставленной Национальным научным центром компетенций в сфере противодействия незаконному обороту промышленной продукции.



2. Сроки и этапы введения маркировки парфюма

Старт обязательной регистрации в системе маркировки

До 31 марта 2020 года

Производители, импортеры, организации оптовой и розничной торговли, осуществляющие оборот парфюмерной продукции, должны зарегистрироваться в системе маркировки.

Старт маркировки парфюмерной продукции

С 1 октября 2020 год

Маркировка становится обязательной для парфюмерной продукции. Производители и импортеры парфюмерной продукции к этой дате обязаны быть зарегистрированы в системе и описать свои товары в каталоге. К этому времени также должны быть полностью настроены процессы по заказу кодов, их нанесению на товары с подачей в систему отчета о нанесении и вводе кодов маркировки в оборот, налажена работа по оплате кодов. Оборот немаркированной парфюмерной продукции с этой даты будет запрещен.



Маркировка товарных остатков

До 31 октября 2021 года

Разрешается маркировка товарных остатков, произведенных или ввезенных на территорию Российской Федерации до 1 октября 2020 года, при условии регистрации (описания товара) в информационной системе остатков парфюмерной продукции и внесения в информационную систему мониторинга сведений о маркировке такой парфюмерной продукции средствами идентификации до 1 декабря 2021 года.

Появляется обязанность по передаче сведений об обороте товаров посредством ЭДО

С 1 января 2022 года

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли с этой даты должны использовать электронный документооборот в процессах отгрузки и приемки маркированной продукции. Участникам оборота необходимо внедрить и настроить электронный документооборот. Для этого нужно выбрать оператора ЭДО и провести тестирование электронного документооборота с контрагентами.



Исключение термина «комплект»

С 1 марта 2022 года

Согласно Постановлению Правительства РФ № 1957 от 31.12.2019 исключается термин «комплект».

Обязательная маркировка для импортных комплектов и наборов парфюмерной продукции

С 1 октября 2022 года

Маркировка становится обязательной для импортных наборов парфюмерной продукции.

3. Основные выводы

Внутренний спрос на большинство ключевых продуктов парфюмерной промышленности эластичен в **III квартале 2023 г.** к цене и растет вслед за снижением цен. Рост в совокупности составил 28,1% в точках продаж и 39,4% по дистанционным продажам. Наибольший прирост доли в структуре общих продаж наблюдается в категории "Духи".

ТУАЛЕТНАЯ ВОДА: доля **продаж** туалетной воды в общей структуре снизилась в III квартале 2023 г. по отношению к аналогичному периоду 2022 г. на 4,9 п.п., но увеличилась в абсолютном значении, исходя из общего прироста продаж парфюмерной продукции. Снижение **средневзвешенных цен** к III кварталу 2022 г. составило 29%. Предложение продукции при этом превышает III квартал 2022 г. на 21% и только на 7% II квартал 2023 г. При этом отечественное производство продемонстрировало прирост на 39% за отчетный период, а ввоз в РФ снизился на 7%.

Цены ↓

Спрос ↑

Производство ↑

Ввоз в РФ ↓



ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА: предложение парфюмерной воды в свою очередь выросло на 63% в III квартале 2023 г. к аналогичному периоду прошлого года, но только на 1% к II кварталу 2023 г. При этом предложение продукции выросло преимущественно за счет прироста импорта на 69%, доля которого занимает более 54% в предложении в III квартале 2023 г. При этом доля **розничных продаж** парфюмерной воды в общей структуре продаж снизилась по отношению к III кварталу 2022 г. на 0,6 п.п., но практически не изменилась к II кварталу 2023 г. (-0,06 п.п.), и выросла в абсолютном значении исходя из общего прироста продаж при снижении **средневзвешенных цен** на 17%.

Цены ↓ Спрос ↑ Производство ↑ Ввоз в РФ ↑

ДУХИ: цены на духи продолжили снижаться на 43% в III квартале 2023 г. к аналогичному периоду 2022 г. и на 5% к II кварталу 2023 г. одновременно с ростом **спроса** на товар (доля **розничных продаж в общей структуре продаж** увеличилась на 8,3 п.п. к аналогичному периоду 2022 г. и на 1,3 п.п. к II кварталу 2023 г). Кроме того, на 237% выросло предложение на рынке продукции, преимущественно за счет прироста производства на 377%. **Ввоз в РФ** духов вырос на 129%. Данные приросты также обусловлены эффектом низкой базы.

Цены ↓ Спрос ↑ Производство ↑ Ввоз в РФ ↑

ОДЕКОЛОН: предложение одеколona выросло на 53% к III кварталу 2022 г., что было обусловлено ростом производства, доля которого в совокупном предложении составила 96%. **Производство** одеколona увеличилось в III квартале 2023 г. на 49% к аналогичному периоду 2022 г. и на 132% к II кварталу 2023 г. Данное увеличение никак не сказалось на ценах – они продолжили прирастать к предыдущему кварталу на 22% и к III кварталу 2022 г. на 24%.



При этом доля **продаж одеколонов** хоть и продолжила снижаться в общей структуре продаж на 1,2 п.п. за III квартал 2023 г. к аналогичному периоду 2022г., однако выросла в абсолютном значении исходя из общего прироста продаж.

Цены ↑

Спрос →

Производство ↑

Ввоз в РФ ↑

4. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в III квартале 2023 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 59% от общего объема выводимой из оборота продукции. При этом доля продаж конечному потребителю за I - III кварталы 2023 увеличилась более чем на 15% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Наибольшее изменение доли продаж в III квартале 2023 показали такие типы продукции, как:

- ДУХИ — увеличение доли от общих продаж на 8% в сравнении с аналогичным периодом в прошлом году,
- ТУАЛЕТНАЯ ВОДА — уменьшение доли от общих продаж на 5% в сравнении с аналогичным периодом в прошлом году,



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

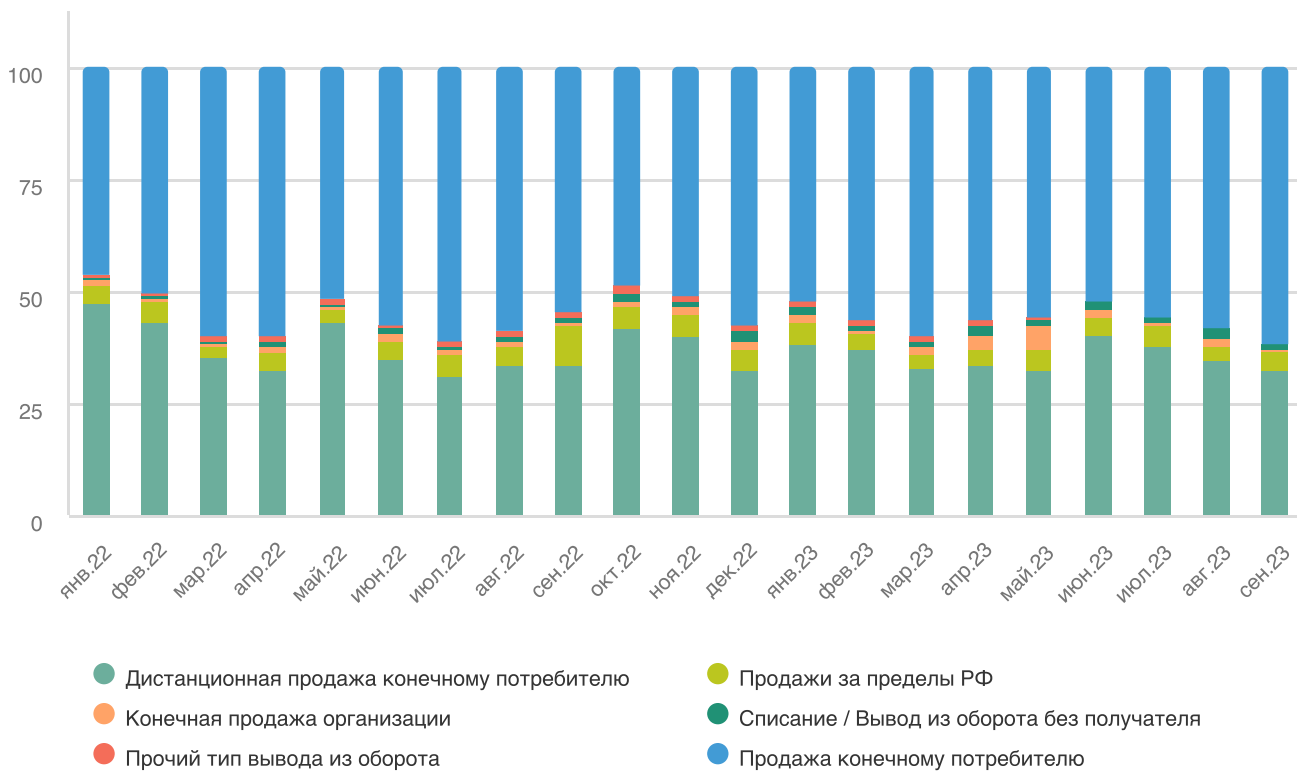




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
Продажа конечному потребителю	58,75	56,85	55,37	58,09	54,79
Дистанционная продажа конечному потребителю	34,67	35,29	37,23	32,57	35,47
Продажи за пределы РФ	4,18	3,99	4,54	5,94	4,1
Конечная продажа организации	1,01	1,85	1	0,96	3,31
Списание / Вывод из оборота без получателя	1,39	1,43	0,7	1,04	1,65
Прочий тип вывода из оборота	0	0,58	1,16	1,42	0,67
Итого	100	100	100	100	100



Рисунок 2. Динамика потребления, %

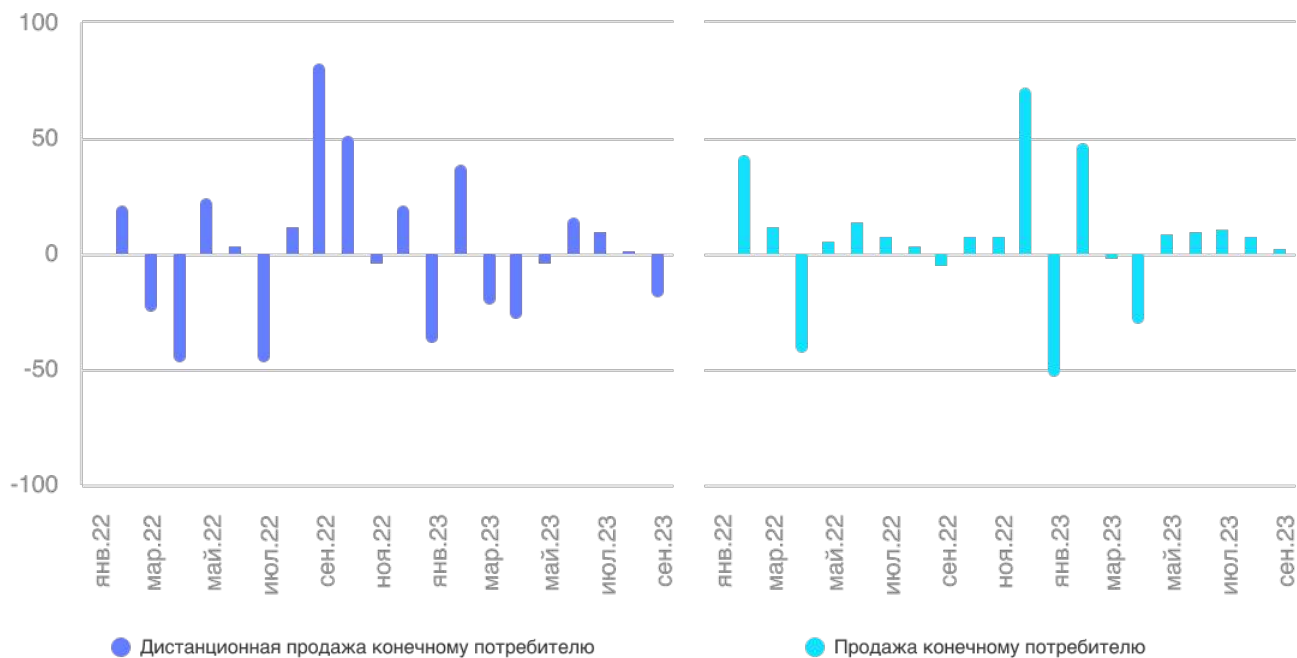


Таблица 2. Динамика потребления, %

Причина вывода из оборота	III квартал 2023 года к II кварталу 2023 года	III квартал 2023 года к III кварталу 2022 года	I-III кварталы 2023 года к I-III кварталам 2022 года
Дистанционная продажа конечному потребителю	11,88	39,38	-1,93
Продажа конечному потребителю в точках продаж	27,14	28,12	15,92



Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

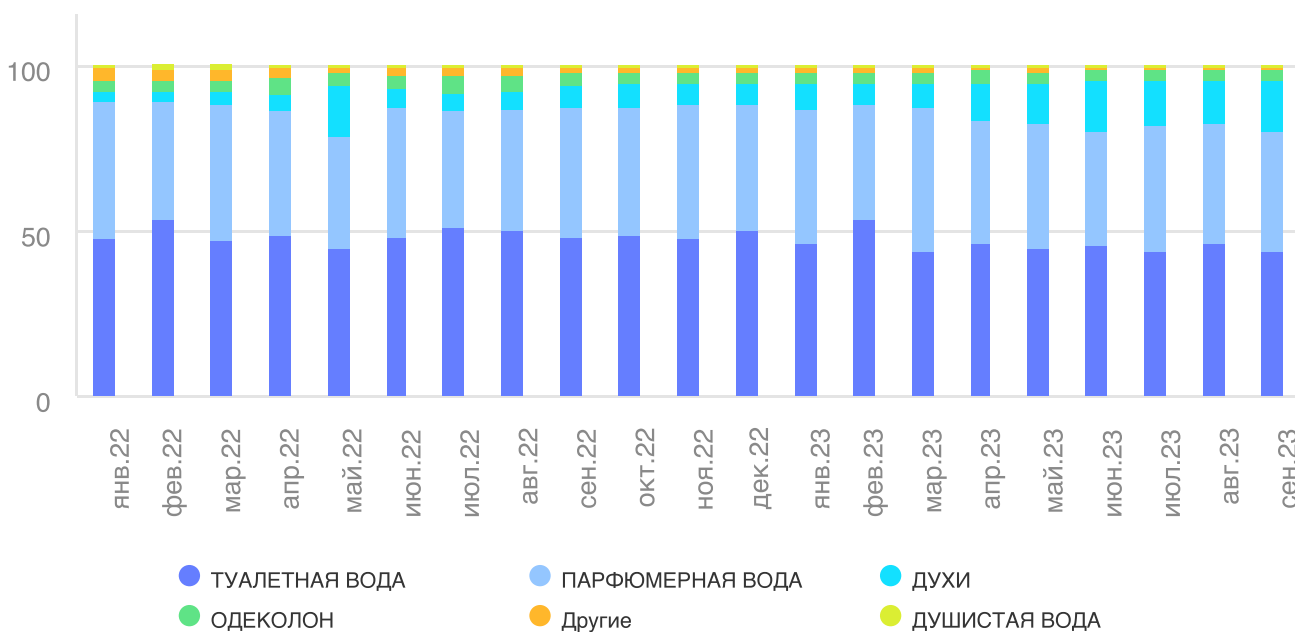


Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продаж	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	44,35	45,71	48,6	49,29	44,86
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	36,69	37,64	37,87	37,29	36,75
ДУХИ	14,12	11,33	5,79	5,84	12,81

Квартальный обзор по маркируемому рынку
«Парфюм»



ОДЕКОЛОН	3,4	3,46	3,92	4,63	3,69
ДУШИСТАЯ ВОДА	0,65	0,64	1,02	0,89	0,65
Другие	0,78	1,23	2,79	2,07	1,24
Итого	100	100	100	100	100

В III квартале 2023 года Центральный федеральный округ был лидером по числу проданных единиц парфюмерной продукции на 1 000 человек населения — 386 единиц товара.

Высокий объем продаж на 1 000 человек отмечен в Московской области (690 единиц товара) и в Москве (631 единица товара) (таблица 4).

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

Субъект РФ	ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	ДУХИ	ОДЕКОЛОН	Другие	ДУШИСТАЯ ВОДА	Итого
Центральный федеральный округ	158,9	144,2	69,3	9,5	2,9	1,7	386,5
Северо-Западный федеральный округ	63,8	50,8	13,2	8,8	1,2	1,3	139,1
Южный федеральный округ	52,9	37,3	8,1	5	0,9	1	105,2

Квартальный обзор по маркируемому рынку
«Парфюм»



Приволжский федеральный округ	48,1	31,4	6,3	5,2	0,5	1,1	92,6
Сибирский федеральный округ	45,9	34	9,7	2,8	1,1	0,6	94,1
Дальневосточный федеральный округ	43,1	33,7	6,5	2,1	1	0,8	87,2
Уральский федеральный округ	41,2	32	6,9	4,1	0,6	0,9	85,7
Северо-Кавказский федеральный округ	15,1	11,9	5,3	1,2	0,4	0,4	34,3
Справочно							
Москва	269,9	245,9	94,7	11,5	6,7	2,2	630,9
Московская область	230,5	248,8	193,3	12,6	2,2	2,7	690,1
Смоленская область	112,6	39	16,7	22,2	0,7	1,4	192,6
Пензенская область	73,5	35,4	4,3	12,9	1,5	1,1	128,7
Новгородская область	64,7	30,9	6,2	10,9	0,5	1,4	114,6

В III квартале 2023 года наибольшее изменение цен было у категории товаров ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА — рост на 7,8% в сравнении со средневзвешенным значением цены в прошлом квартале. Далее идут ДУХИ (падение на 5,2%) (рисунок 4, таблица 5).



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

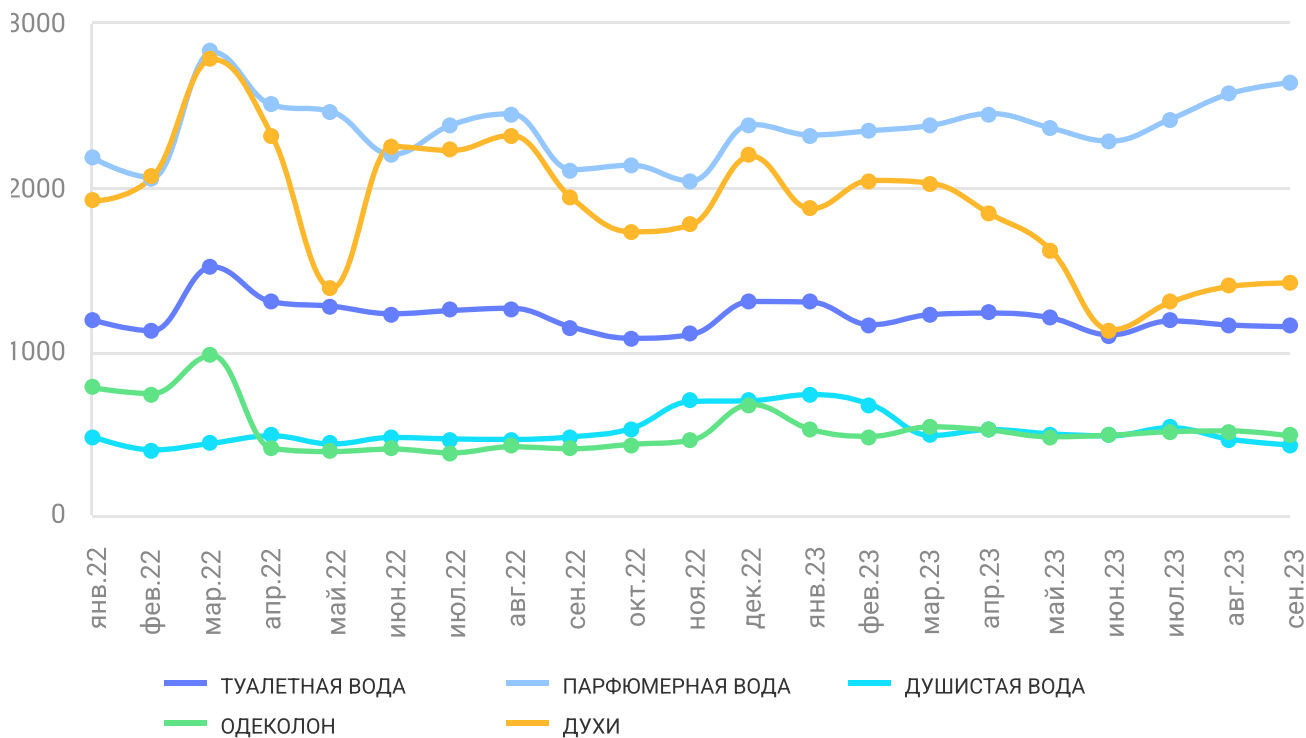


Таблица 5. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб.

Тип продаж	III квартал 2023 год	I-III кварт алы 2023 год	Измене ние цен, к/к	Измене ние цен, г/г	Справочно		
					I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	2 544	2 423	7,8%	10,5%	2 366	2 303	2 361
ДУХИ	1 371	1 527	-5,2%	-35,9%	2 101	2 140	1 446
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	1 165	1 185	-0,6%	-4,4%	1 255	1 218	1 172

Квартальный обзор по маркируемому рынку «Парфюм»

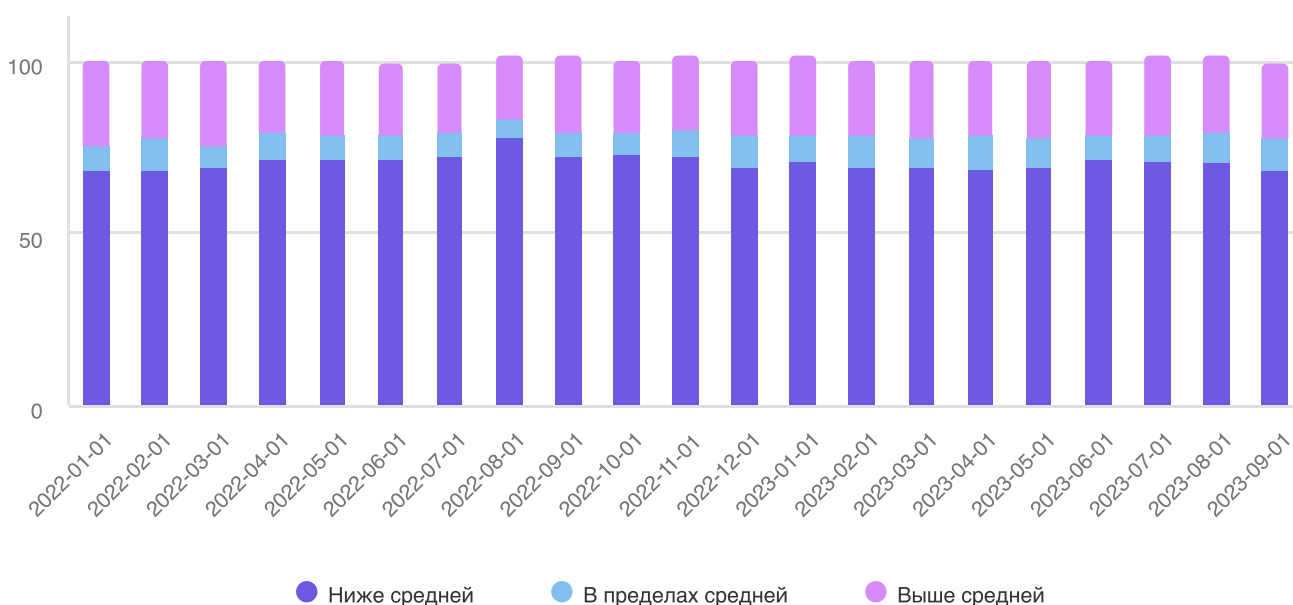


ДУШИСТАЯ ВОДА	472	522	-4,8%	1,1%	448	467	496
ОДЕКОЛОН	501	501	1,6%	25,6%	558	399	493

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 парфюма в России — на уровне 68% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах парфюма в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 9% (рисунок 5).

Рисунок 5. Сегменты рынка по средневзвешенной цене

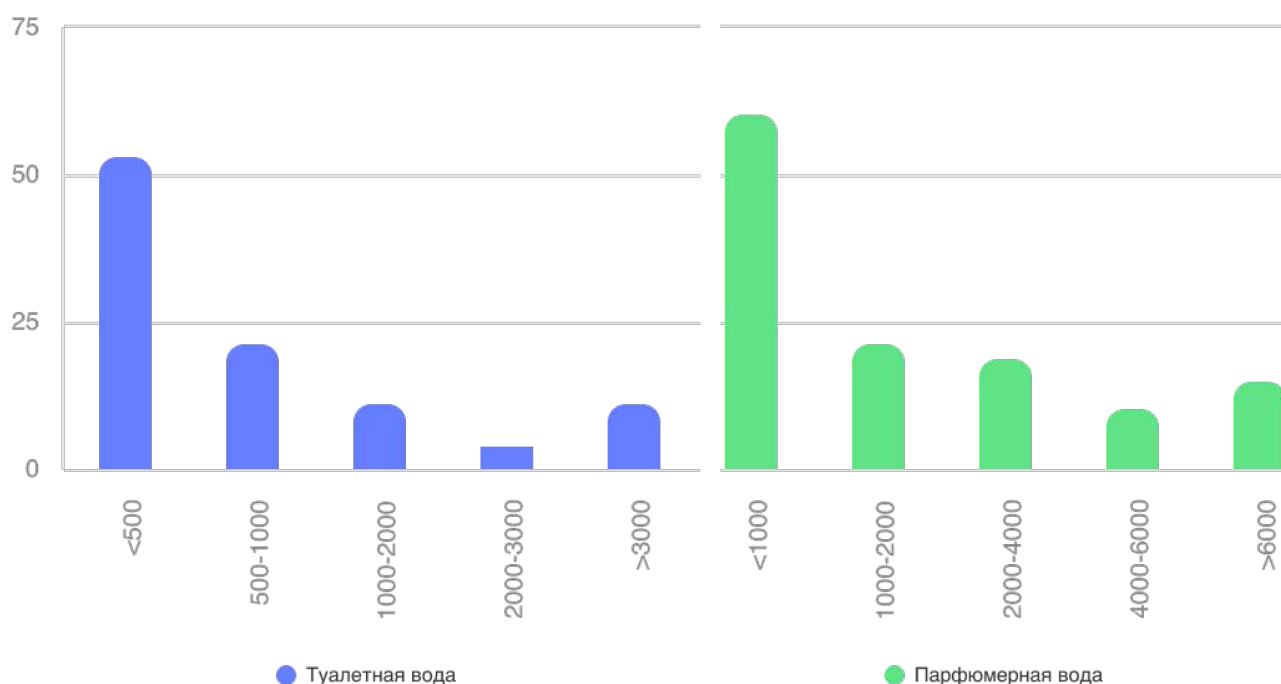


Данные, представленные на рисунке 6, позволяют сделать вывод, что продажи парфюма в России имеют разнообразное ценовое распределение. Большая часть продаж «Туалетной воды» сосредоточена в ценовом диапазоне до 500 рублей, в то время как большая часть продаж «Парфюмерной воды»



сосредоточена в ценовом диапазоне до 1 000 рублей. Продажи с более высокими ценами (свыше 6 000 рублей) составляют значительную долю в общем объеме продаж «Парфюмерной воды» (рисунок 6).

Рисунок 6. Ценовое распределение продаж отдельных видов парфюма в III квартале 2023 года, %

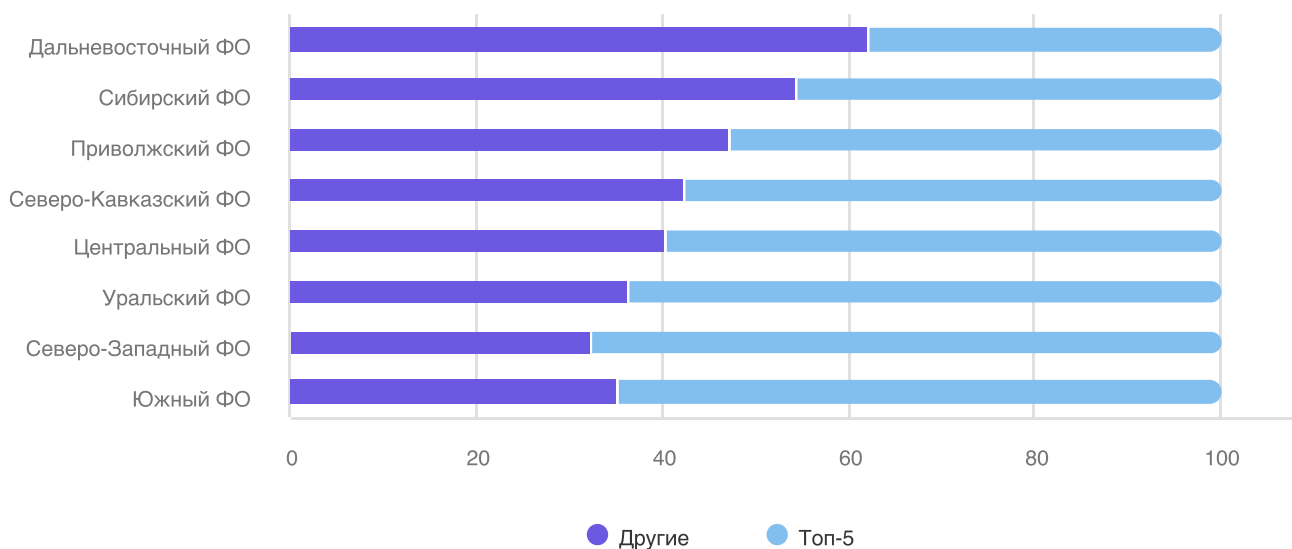


Топ-5* компаний покрывают значительную долю продаж рынка парфюма в каждом из федеральных округов России, их доля составляет от 36 до 65% рынка (рисунок 7).

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



Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний, %



5. Товарное предложение

Большая часть предложения в III квартале 2023 года приходится на «Производство РФ» и составляет 59% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 64%. Ввоз в РФ — вторая по объему часть предложения (39%), в III квартале 2023 года демонстрирует рост на 41% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года (рисунок 8, таблица 6).



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

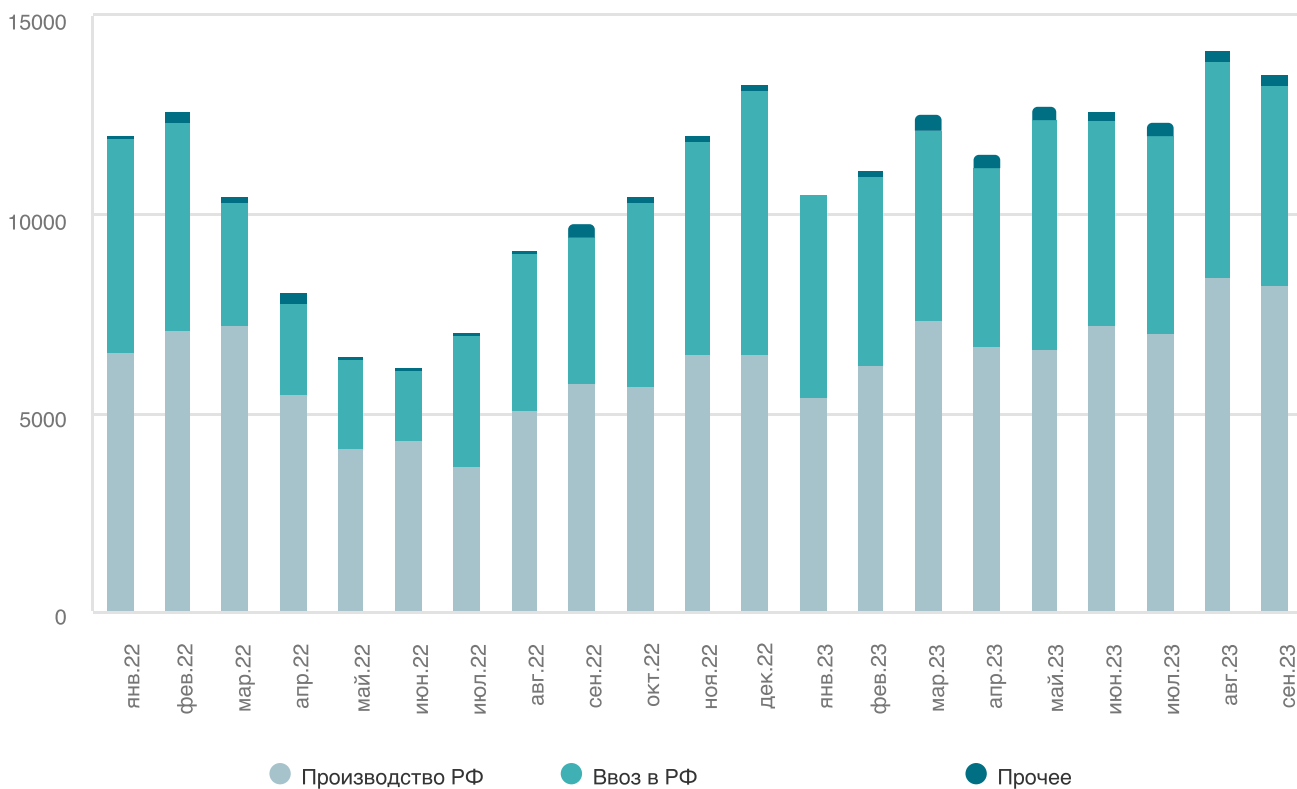


Таблица 6. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

Источник предложения	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
Производство РФ	23 589	62 937	49 067	14 402	20 428
Ввоз в РФ	15 452	45 560	30 832	10 933	15 494



Прочее	903	2 398	1 348	439	899
Итого	39 944	110 895	81 247	25 774	36 821

В III квартале 2023 года больше всего продукции производит Центральный федеральный округ: 16 716 тыс. штук продукции, что составляет 71% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года демонстрирует рост на 51%.

Приволжский федеральный округ занимает второе место по объему производства парфюма в России. В III квартале 2023 года там было произведено 3 909 тыс. штук продукции, что составляет 17% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 99%, что обусловлено падением производства в III квартале 2022 года.

На рисунке 9 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке парфюма.



Рисунок 9. Структура внутреннего производства на рынке парфюма, тыс. шт.

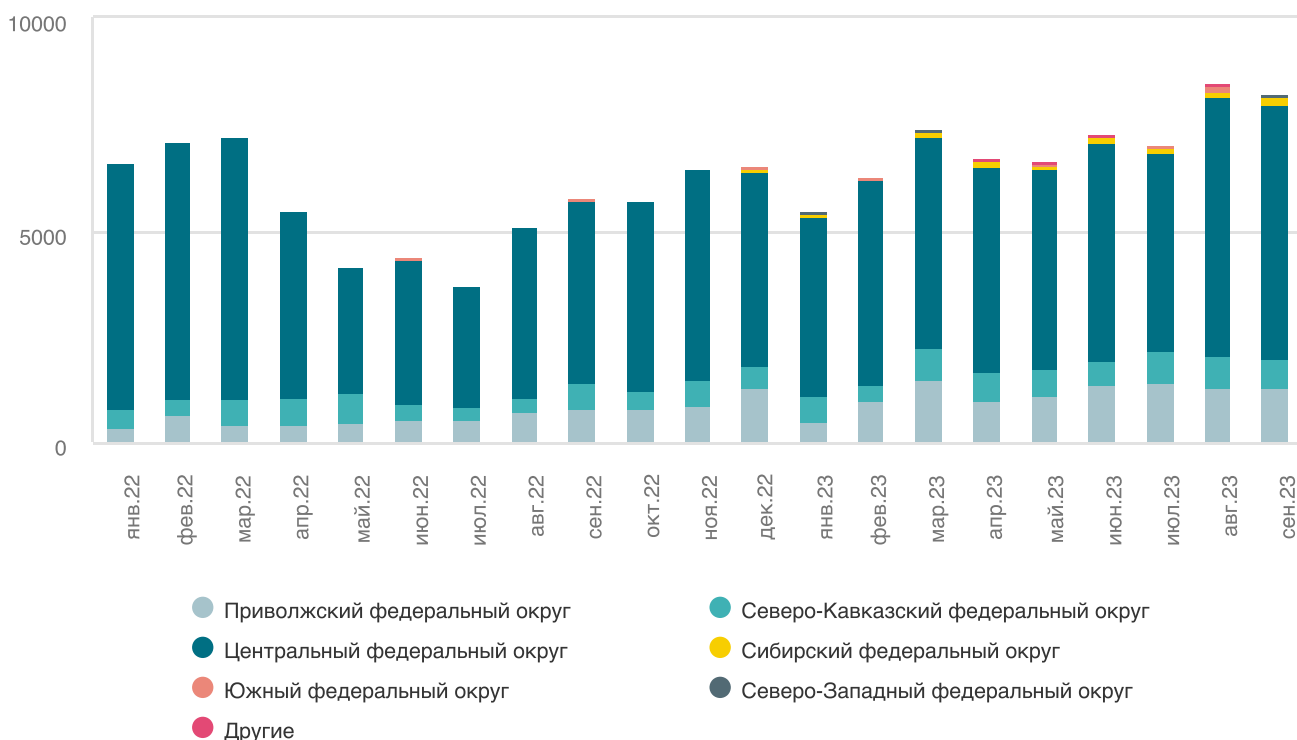


Таблица 7. Географическая структура производства парфюма, тыс. шт.

Субъект РФ	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
Центральный федеральный округ	16 716	45 379	39 781	11 045	14 689
Приволжский федеральный округ	3 909	10 091	4 627	1 960	3 291
Северо-Кавказский федеральный округ	2 186	5 889	4 367	1 299	1 944



Южный федеральный округ	207	426	120	52	115
Северо-Западный федеральный округ	143	243	87	28	57
Другие	15	50	3	2	33
Итого	23 588	62 937	49 066	14 401	20 428

Большую часть рынка производимой продукции занимает ТУАЛЕТНАЯ ВОДА. В III квартале 2023 года производство этого типа продукции составило 11 120 тыс. штук (рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 39%) — это 47% от общего объема производства парфюма в стране.

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

- ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА — 6 822 тыс. штук и 29% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 57%;
- ДУХИ — 4 016 тыс. штук и 17% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 377%.

Значительный рост производства духов в III квартале 2023 года по отношению к аналогичному кварталу прошлого года обусловлен небольшим объемом производства в III квартале 2022 года и стремительным развитием производства духов на территории РФ за последнее время (рисунок 10, таблица 8).



Рисунок 10. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

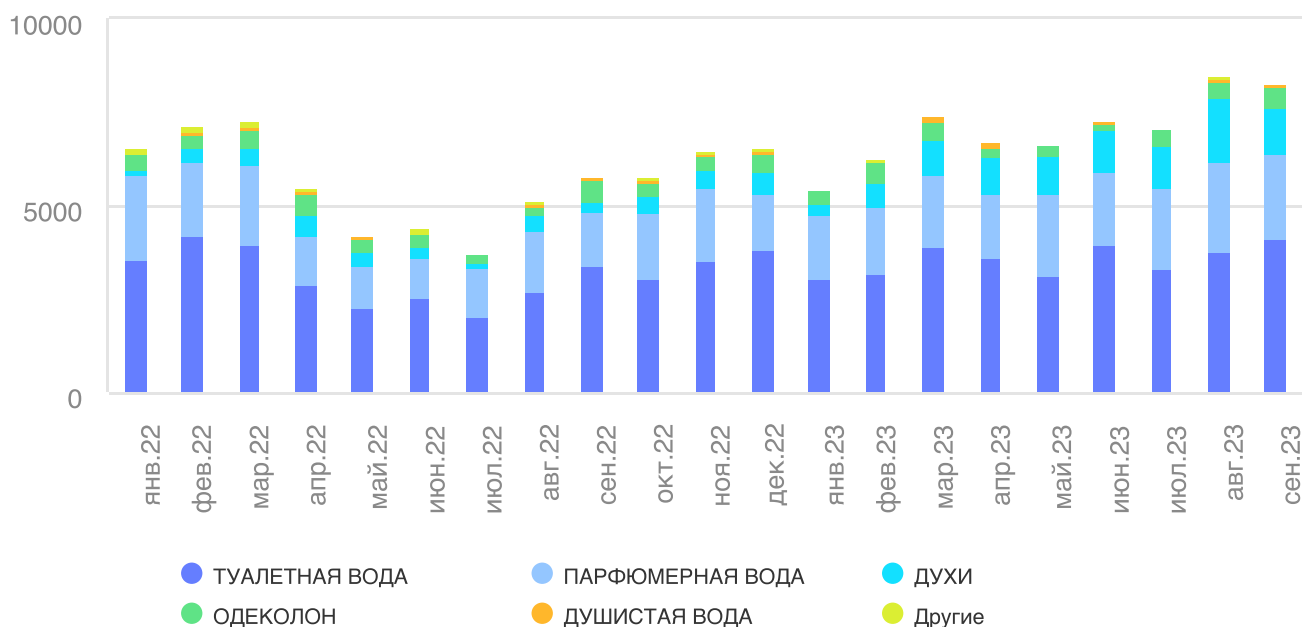


Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	11 120	31 773	27 201	8 028	10 588
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	6 822	18 054	14 261	4 353	5 845
ДУХИ	4 016	8 978	2 938	842	3 131
ОДЕКОЛОН	1 487	3 544	3 574	995	640
ДУШИСТАЯ ВОДА	113	439	400	153	167

Квартальный обзор по маркируемому рынку
«Парфюм»



Другие	30	148	692	31	57
Итого	23 588	62 936	49 066	14 402	20 428

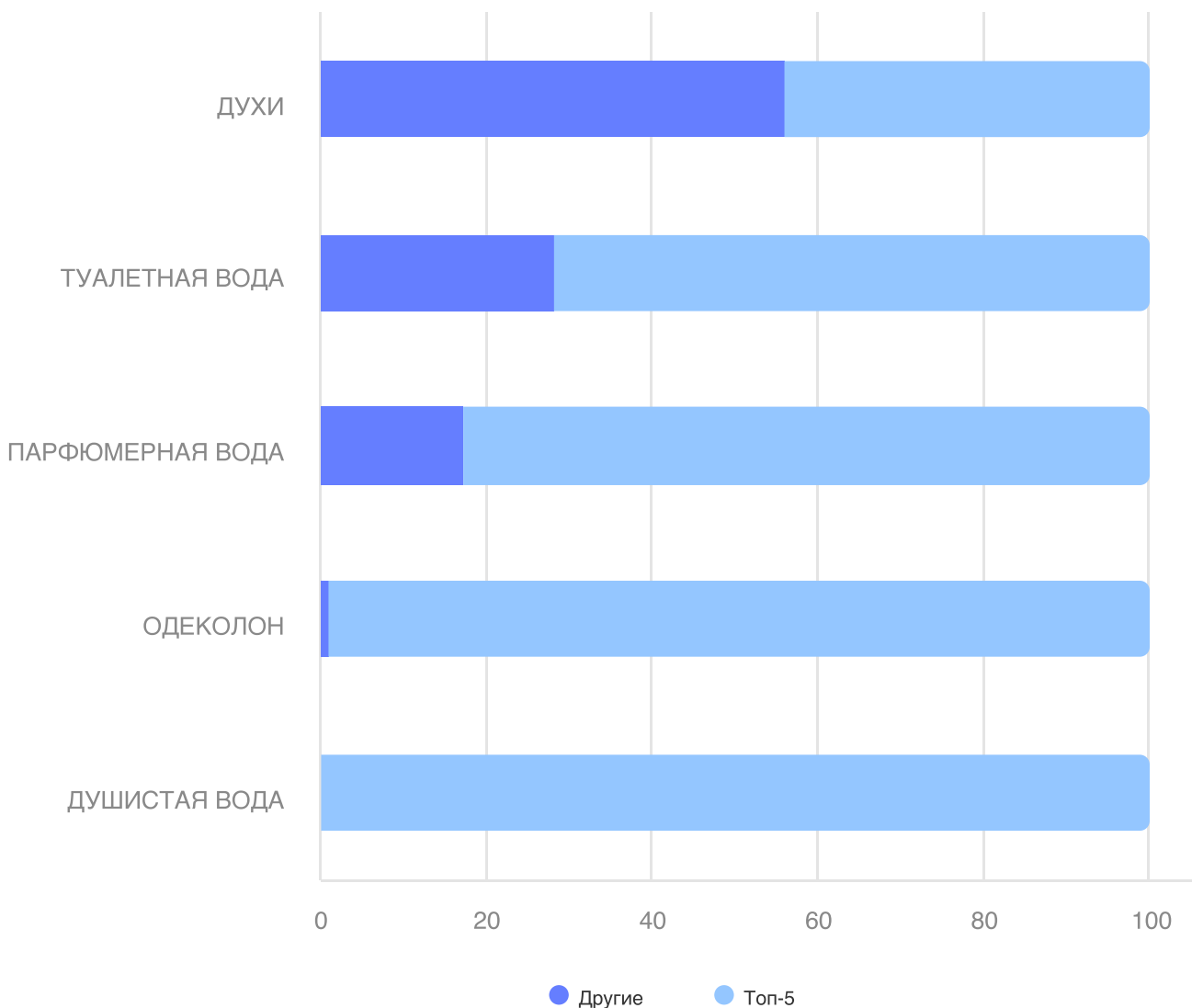
Доля производства топ-5 компаний занимает от 44 до 100% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

- ДУШИСТАЯ ВОДА — доля топ-5 компаний составляет 100% от всего рынка;
- ОДЕКОЛОН — доля топ-5 компаний составляет 99%;
- ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА — доля топ-5 компаний составляет 83%;
- ТУАЛЕТНАЯ ВОДА — доля топ-5 компаний составляет 72%;
- ДУХИ — доля топ-5 компаний составляет 44% (рисунок 11).

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



Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %



Большую часть ввозимого парфюма составляет ТУАЛЕТНАЯ ВОДА. В III квартале 2023 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 8 152 тыс. штук — 53% от общего объема поставок парфюма в страну. Это на 69% больше, чем за аналогичный период в прошлом году, что обусловлено временным снижением импорта в III квартале 2022 года.

Следом идет ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА — 4 483 тыс. штук, это 29% всей ввозимой продукции, что на 7% меньше, чем за аналогичный период в прошлом году (рисунок 12, таблица 9).



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

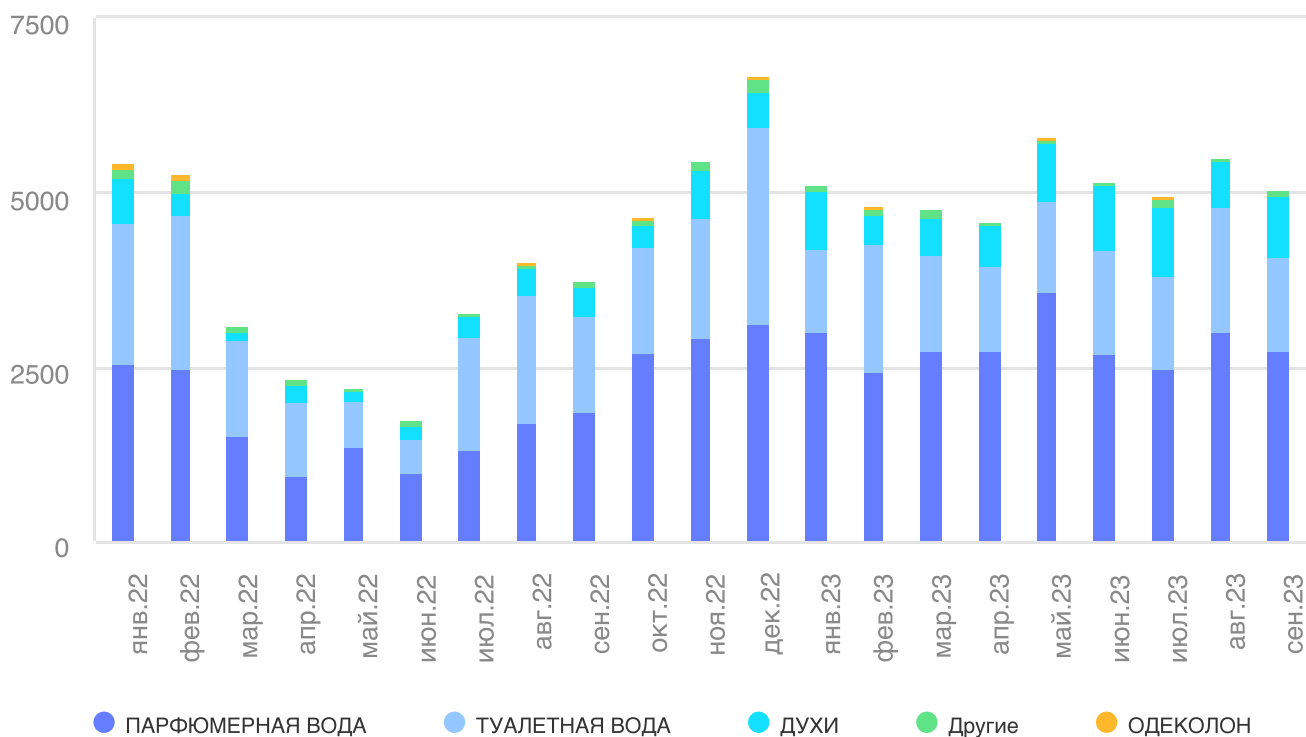


Таблица 9. Структура ввоза из-за границы по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	III квартал 2023 год	I-III кварталы 2023 год	Справочно		
			I-III кварталы 2022 год	III квартал 2022 год	II квартал 2023
ТУАЛЕТНАЯ ВОДА	8 152	25 255	14 474	4 824	8 950
ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА	4 483	12 886	12 771	4 828	4 054
ДУХИ	2 502	6 591	2 706	1 092	2 283

Квартальный обзор по маркируемому рынку
«Парфюм»



ОДЕКОЛОН	249	608	695	166	110
ДУШИСТАЯ ВОДА	66	222	187	22	97
Итого	15 452	45 562	30 833	10 932	15 494

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