

IV квартал 2023 года

Квартальный и годовой обзор по маркируемому рынку

МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ

Содержание

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





1. Методология сбора данных

В данном 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 данного обзора содержится информация о 159 881 коде товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 120 276 участников оборота товаров в рамках товарной группы «Молочная продукция».

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. Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

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».

Данные для обзора представлены с момента старта обязательной маркировки, этапы для каждой товарной группы представлены в разделе 2. Обзор сформирован на основании 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 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.

2. Сроки и этапы введения маркировки молочной продукции

Старт добровольной маркировки

С 20 января 2021 года

Производитель, импортер, оптовик, розница могут добровольно маркировать, вводить в оборот и фиксировать выбытие при розничной реализации, включая продажу через кассу.

**Маркировка становится обязательной для категорий «Мороженое»
(за исключением мороженого без молочного жира и/или молочного белка)
и «Сыры»**

с 1 июня 2021 года

Производители сыров и мороженого 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.



Маркировка становится обязательной для молочных продуктов сроком годности более 40 дней

С 1 сентября 2021 года

Производители молочной продукции сроком годности более 40 дней 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.

Маркировка становится обязательной для молочных продуктов сроком годности 40 дней и менее

С 1 декабря 2021 года

Производители молочной продукции сроком годности 40 дней и менее 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.

Становится обязательной передача сведений в систему маркировки о розничной реализации, включая продажу через кассу, всей молочной продукции, подлежащей маркировке

с 1 сентября 2022 года

Розница, которая продает маркированную молочную продукцию, с этой даты должна начать сканировать коды на кассе при продаже и передавать сведения о продажах в систему с использованием онлайн-касс. К этому времени необходимо протестировать процессы продажи и обеспечить наличие 2D-сканеров на кассах, а также при необходимости обновить кассовое ПО.



Для всех участников оборота (кроме сегмента HoReCa и фермеров) вводится объемно-артикульный учет, а также становится обязательной передача сведений о выводе продукции из оборота в виде объемно-сортового учета

С 1 сентября 2022 года

Производителям, импортерам, оптовикам, рознице необходимо настроить электронный документооборот. Для этого нужно выбрать оператора ЭДО, провести тестирование электронного документооборота с контрагентами. Передавать сведения в систему необходимо о поставке товара (информацию о коде товара и количестве отгружаемого маркированного товара) без указания кодов маркировки, которые перемещаются между собственниками.

Производителям, импортерам, оптовикам, рознице необходимо передавать в систему маркировки сведения о выводе продукции из оборота по всем причинам, отличным от розничной реализации, в виде объемно-сортового учета — указания кода товара и количества выводимого товара без указания конкретных единиц маркированного товара.

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.



3. Виды товарной продукции

АЙРАН

ПАХТА

ТВОРОГ И ТВОРОЖНЫЙ ПРОДУКТ

ПРОСТОКВАША

ЙОГУРТ

РЯЖЕНКА

КЕФИР

СЛИВКИ УЛЬТРАПАСТЕРИЗОВАННЫЕ

КИСЛОМОЛОЧНЫЙ ПРОДУКТ (ПРОЧЕЕ)

СМЕТАНА

КИСЛОМОЛОЧНЫЙ ПРОДУКТ (ПРОЧЕЕ)

СЫВОРОТКА И СЫВОРОТ. ПРОДУКТЫ

МАСЛО НАТУРАЛЬНОЕ

СЫР И СЫРНЫЕ ПРОДУКТЫ: весовой

СЫР И СЫРНЫЕ ПРОДУКТЫ: не весовой



МОЛОКО И СЛИВКИ СГУЩЕННЫЕ

СЫР МЯГКИЙ/ПЛАВЛЕННЫЙ/ТВОРОЖНЫЙ: весовой

МОЛОКО И СЛИВКИ СУХИЕ

СЫР МЯГКИЙ/ПЛАВЛЕННЫЙ/ТВОРОЖНЫЙ: не весовой

МОЛОКО УЛЬТРАПАСТЕРИЗОВАННОЕ

СЫРОК ТВОРОЖНЫЙ

МОЛОКОСОДЕРЖАЩИЙ ПРОДУКТ И ДЕСЕРТ

МОРОЖЕНОЕ

МОЛОКО ПАСТЕРИЗОВАННОЕ И ПРОЧЕЕ



4. Основные выводы

Средневзвешенные цены на все ключевые продукты молочной промышленности были стабильны в IV квартале 2023 г. в сравнении с предыдущим кварталом (колебания в пределах 1,2-1,5%).

Потребление молочной продукции в свою очередь выросло к III кварталу 2023 г.: в точках продаж на 3,2%, а дистанционные продажи — на 26,3%.

Продажа через **вендинговые аппараты** выросла на 30,9%, однако ее доля в структуре продаж очень незначительна и занимает 0,001%.

В сравнении же с IV кварталом 2022 г. продажи в точках продаж выросли на 8,2%, дистанционные — на 72%.

Данные о годовом изменении спроса и средневзвешенных цен отсутствуют по причине старта регистрации в ГИС МТ обязательного выбытия с сентября 2022 г.

Молоко

В IV квартале наблюдалось небольшое увеличение **цен** на 2-4% к III кварталу 2023 г. При этом **доля в структуре** розничных продаж молока снизилась по пастеризованному молоку на 5%.

Доля же ультрапастеризованного молока выросла (+2% в сравнении с предыдущим кварталом), что, однако, при общем росте потребления молочной продукции дает незначительное изменение спроса на молоко.

Предложение продукции в IV квартале 2023 г. при этом превышает IV квартал 2022 г. на 1%, преимущественно из-за прироста **производства** на 1%.

В сравнении же с предыдущим кварталом предложение увеличилось на 6%.

Цены →

Спрос ↑

Производство →



Кефир

Производство кефираросло на 1% в IV квартале 2023 г. к аналогичному периоду прошлого года, но снизилось на 7% к предыдущему кварталу с одновременным снижением доли в структуре **розничных продаж** продукции на 9% к III кварталу 2023 г. и с небольшим повышением **цен** на 1,3%.

Данное снижение может указывать на смещение спроса в IV квартале 2023 г. в сторону прочих молочных продуктов и йогуртов (+8% в структуре розничных продаж в IV квартале 2023 г. в сравнении с предыдущим) из-за сезонного спада, обусловленного динамикой производства сырья.

Цены → Спрос ↓ Производство →

Сметана

Цены на сметану также незначительно снизились на 0,4% к предыдущему году, но выросли к предыдущему кварталу на 0,4%.

Доля сметаны в **розничных продажах** незначительно уменьшилась в сравнении с IV кварталом 2022 г. на 0,1 п.п. и на 0,4 п.п. в сравнении с III кварталом 2023 г., что, однако, при общем приросте продаж говорит о стабильном спросе.

Кроме того, в IV квартале 2023 г. в сравнении с аналогичным периодом 2022 г. на 6% увеличилось **предложение** на рынке продукции, в основном благодаря приросту производства сметаны на 4%, в которое сравнении с предыдущим кварталом 2023 г. немного снизилось (-4%).

Цены → Спрос → Производство ↑



Йогурт

В IV квартале 2023 г. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года наблюдается прирост **предложения** йогуртов (+18%) преимущественно за счет увеличения отечественного **производства** (+14%) данной продукции. В сравнении с предыдущим кварталом предложение оставалось стабильным (-1%).

При этом доля в структуре **розничных продаж** незначительно увеличилась на 0,5 п.п. при отсутствии изменения средневзвешенной цены в IV квартале 2023 г. в сравнении с IV кварталом 2022 г. и скорректировалась на 0,4 п.п. при росте **цены** на 0,9% в сравнении с предыдущим кварталом.

Цены → Спрос ↑ Производство ↑

Мороженое

Цены на мороженое увеличились на 1,6% к IV кварталу 2022 г., но снизились на 3% к предыдущему кварталу.

Спрос в IV квартале к IV кварталу 2022 г. в точках продаж увеличился на 31%, при том что в дистанционных продажах темп прироста был еще выше — продажи выросли на 87%, в то время как прирост в IV квартале к III кварталу 2023 г. снизился.

Продажи в точках упали на 55%, дистанционные же продажи снизились на 24%.

Предложение мороженого увеличилось в IV квартале 2023 г. к аналогичному периоду прошлого года на 24%, но снизилось к предыдущему кварталу на 54%. И если снижение к предыдущему кварталу можно объяснить сезонными колебаниями, то увеличение предложения к IV кварталу 2022 г. во многом произошло за счет прироста внутреннего **производства** (+25%).

Цены → Спрос ↑ Производство ↑



5. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж молочной продукции в IV квартале 2023 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 96% от общего объема выводимой из оборота продукции.

В сравнении с аналогичным периодом прошлого года данный тип выбытия продемонстрировал падение на 1,7 п.п.

Наибольшее изменение продаж показали такие типы продукции, как:

Молоко пастеризованное и прочее — падение на 2,2 п.п. к аналогичному периоду;

Йогурт — рост на 0,5 п.п. к аналогичному периоду в прошлом году.

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

На рисунках 2, 3, 4 и в таблице 2 представлена динамика потребления.

Номенклатура продаж конечному потребителю приведена на рисунке 5 и в таблице 3.



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

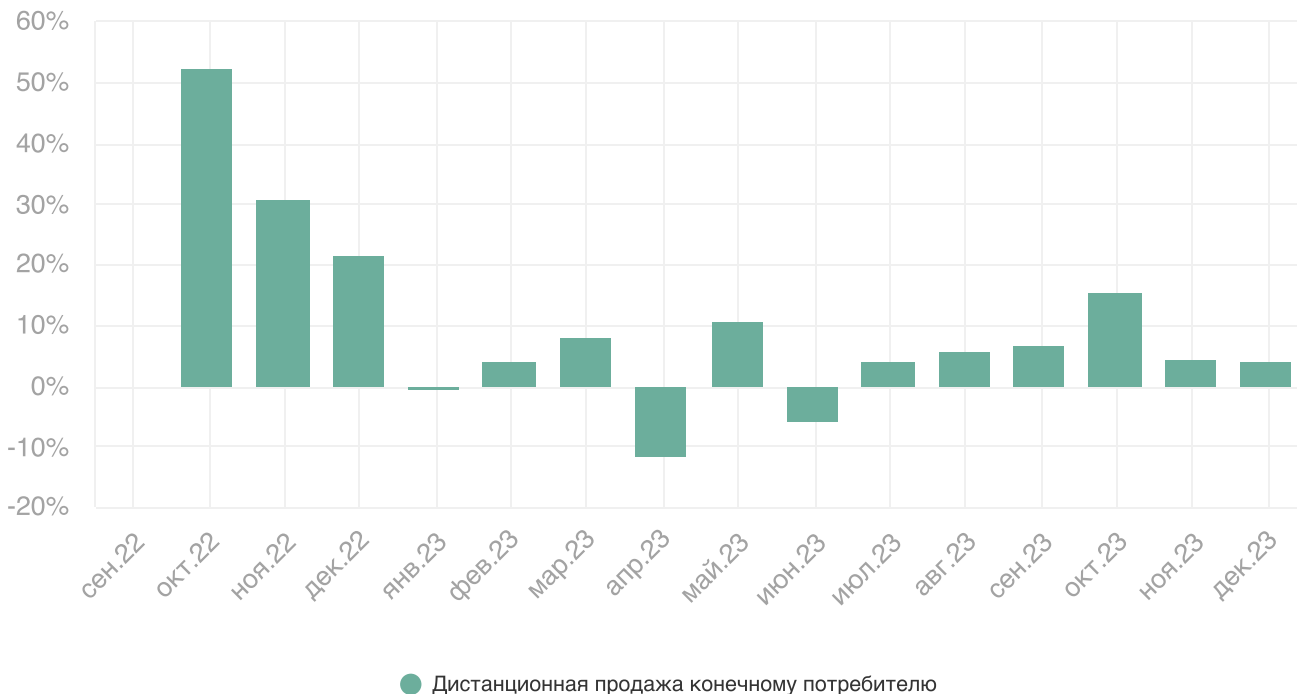


Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	IV квартал 2023	I-IV кварталы 2023	Справочно	
			III квартал 2023	IV квартал 2022
Продажа конечному потребителю	96.35	97.02	97.05	98.08
Дистанционная продажа конечному потребителю	3.65	2.97	2.94	1.91
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.002	0.005	0.009	0.002
Итого	100	100	100	100



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



**Рисунок 3. Динамика продаж месяц к месяцу.
Продажа конечному потребителю, %**

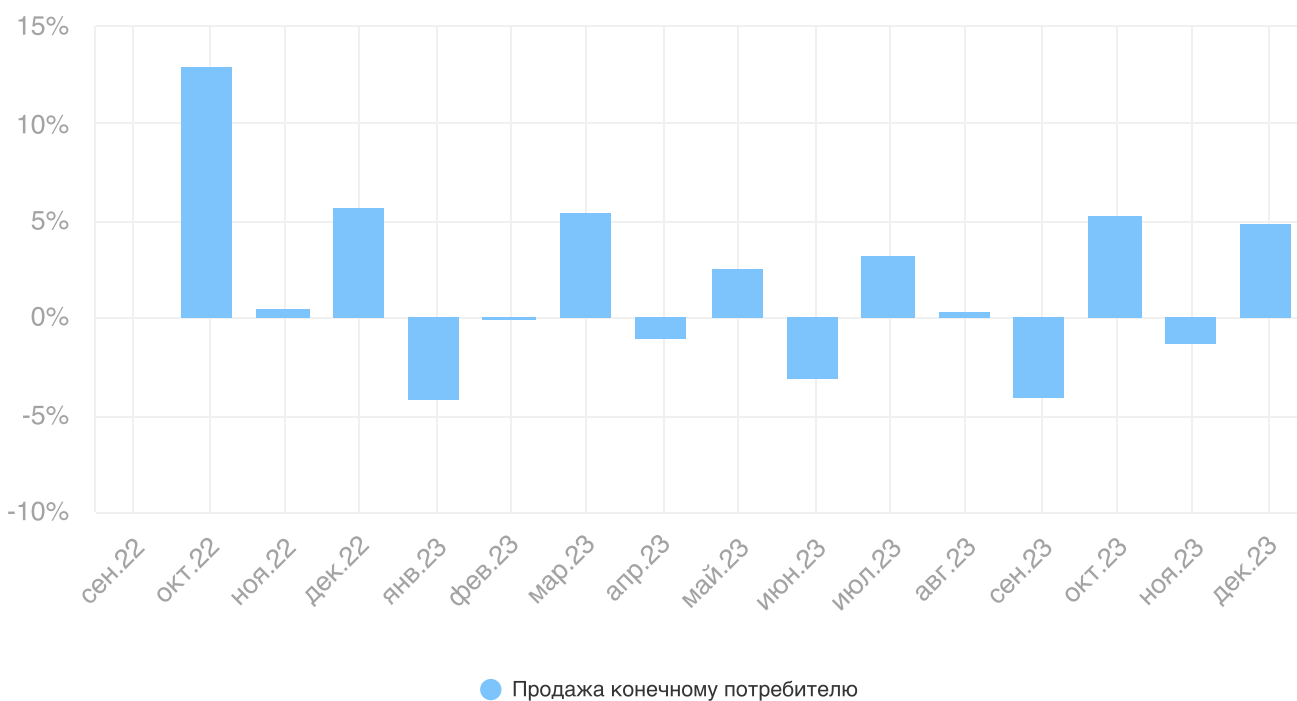




Рисунок 4. Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат, %

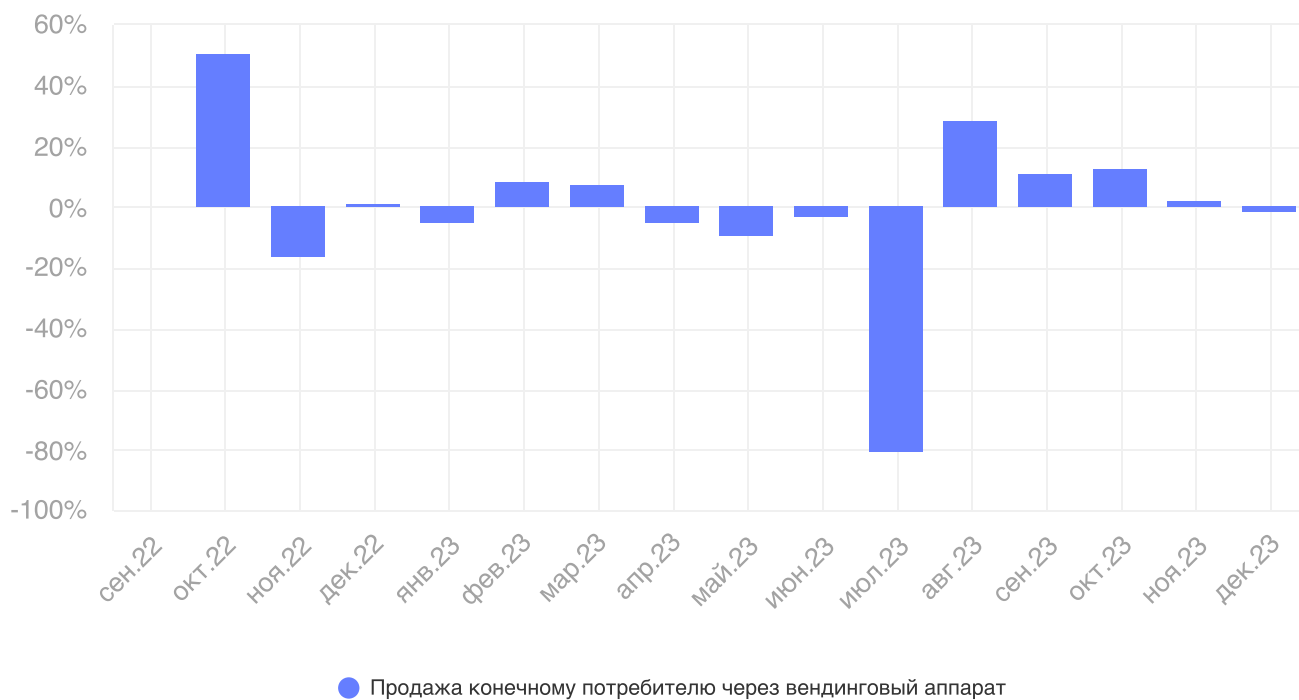


Таблица 2. Динамика потребления, %

Причина вывода из оборота	IV кв. 2023 к III кв. 2023	IV кв. 2023 к IV кв. 2022
Дистанционная продажа конечному потребителю	3.21	8.22
Продажа конечному потребителю в точках продаж	26.7	72.68
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	30.93	-73.74



Рисунок 5. Номенклатура конечных продаж, %

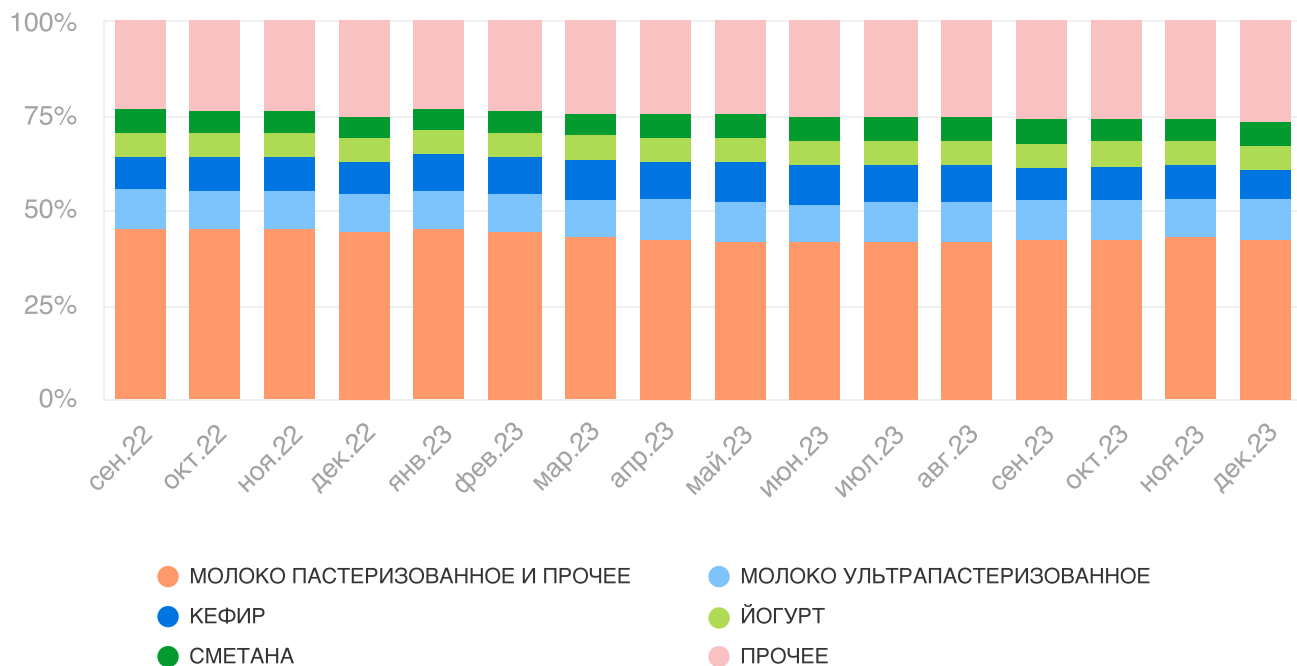




Таблица 3. Структура конечных продаж по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Молоко пастеризованное и проч.	42.62	42.59	41.74	44.81
Молоко ультрапастеризованное	10.34	10.33	10.62	10.12
Кефир	8.55	9.56	9.43	8.95
Йогурт	6.57	6.49	6.61	6.07
Сметана	5.89	6.03	6.25	5.97
Прочее	26.04	24.99	25.35	24.09
Итого	100	100	100	100

В IV квартале 2023 года Уральский ФО был лидером по числу проданных единиц продукции **Молоко пастеризованное и прочее** на 1000 человек населения — 6 594 л.

Высокий объем среднеквартальных продаж на 1 000 человек был в регионах Свердловская область (2 511 л) и Санкт-Петербург (2 013 л).

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



**Таблица 4а. Региональная структура продаж молочной продукции
(на 1 000 человек)**

Субъект РФ	Молоко пастеризованное и прочее	Молоко ультрапастеризованное	Кефир	Сметана	Творог и творожный продукт	Йогурт	Масло натуральное	Прочее
Уральский ФО	6 594	708	1 064	850	620	868	331	2 155
Приволжский ФО	6 561	669	1 047	689	605	794	354	2 122
Сибирский ФО	6 443	945	825	770	494	805	327	2 001
Северо-Западный ФО	6 261	1 095	1 334	1 135	968	967	434	3 078
Центральный ФО	4 975	1 988	1 315	714	901	917	390	2 525
Южный ФО	4 080	962	1 081	739	540	754	375	2 171
Дальневосточный ФО	2 201	2 669	616	403	368	581	221	1 157
Северо- Кавказский ФО	1 148	228	303	205	128	244	123	670



Таблица 46. Региональная структура продаж молочной продукции
(на 1 000 человек)

Субъект РФ	Молоко пастеризованное и прочее	Молоко ультрапастеризованное	Кефир	Сметана	Творог и творожный продукт	Йогурт	Масло натуральное	Прочее
Справочно								
Свердловская область	2 511	169	392	315	255	356	132	802
Санкт-Петербург	2 013	444	536	432	401	413	153	1 349
Челябинская область	1 836	151	293	218	146	220	82	573
Краснодарский край	1 776	270	454	327	222	288	153	882
Новосибирская область	1 358	124	167	179	110	161	64	445
Дистанционные продажи*								
Вся Россия	589	374	103	88	107	116	40	323

*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 структуре конечных продаж **Мороженого** в IV квартале 2023 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 94% от общего объема выводимой из оборота продукции.

В сравнении с аналогичным периодом прошлого года данный сегмент продемонстрировал падение на 2,5 п.п.

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 6 и в таблице 5.

На рисунках 7, 8, 9 и в таблице 6 представлена динамика потребления.

Рисунок 6. Структура вывода из оборота (продаж) мороженого, %

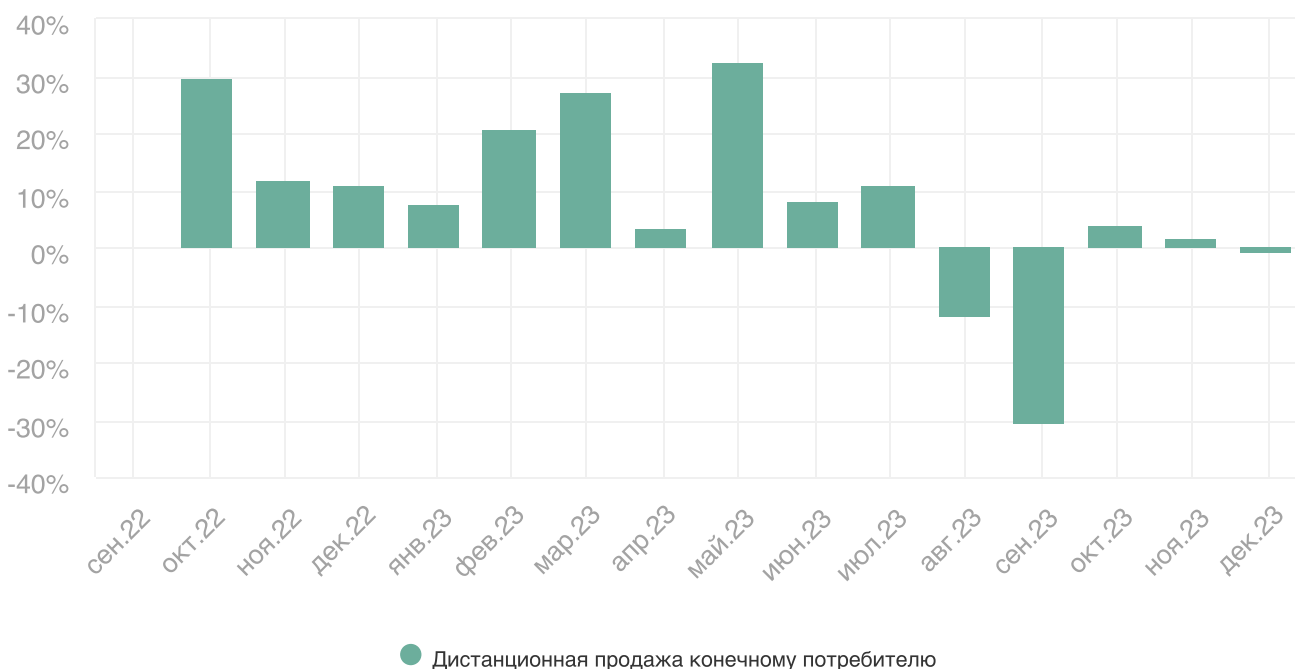




Таблица 5. Структура вывода из оборота (продаж) мороженого, %

Тип продаж	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Продажа конечному потребителю	94.32	96.08	96.7	96.79
Дистанционная продажа конечному потребителю	5.67	3.92	3.3	3.21
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0.001	0.002	0.001	0.001
Итого	100	100	100	100

Рисунок 7. Динамика продаж месяц к месяцу.
Дистанционная продажа конечному потребителю, %





**Рисунок 8. Динамика продаж месяц к месяцу.
Продажа конечному потребителю, %**

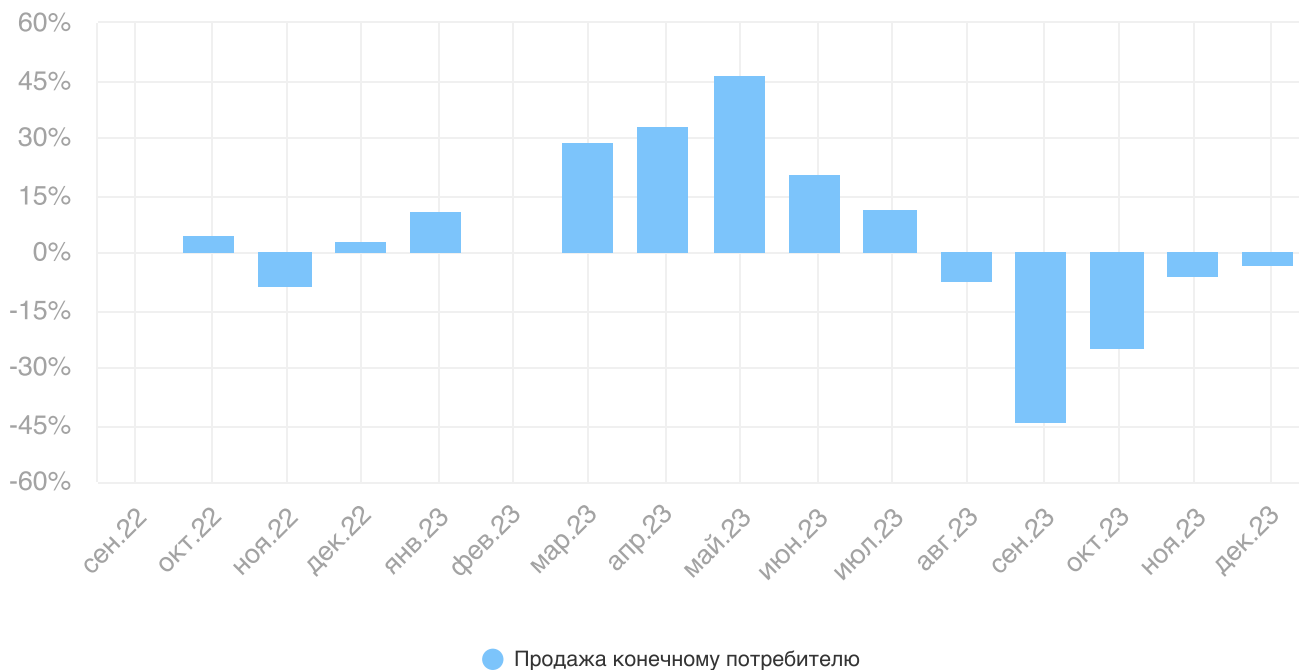


Рисунок 9. Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат, %

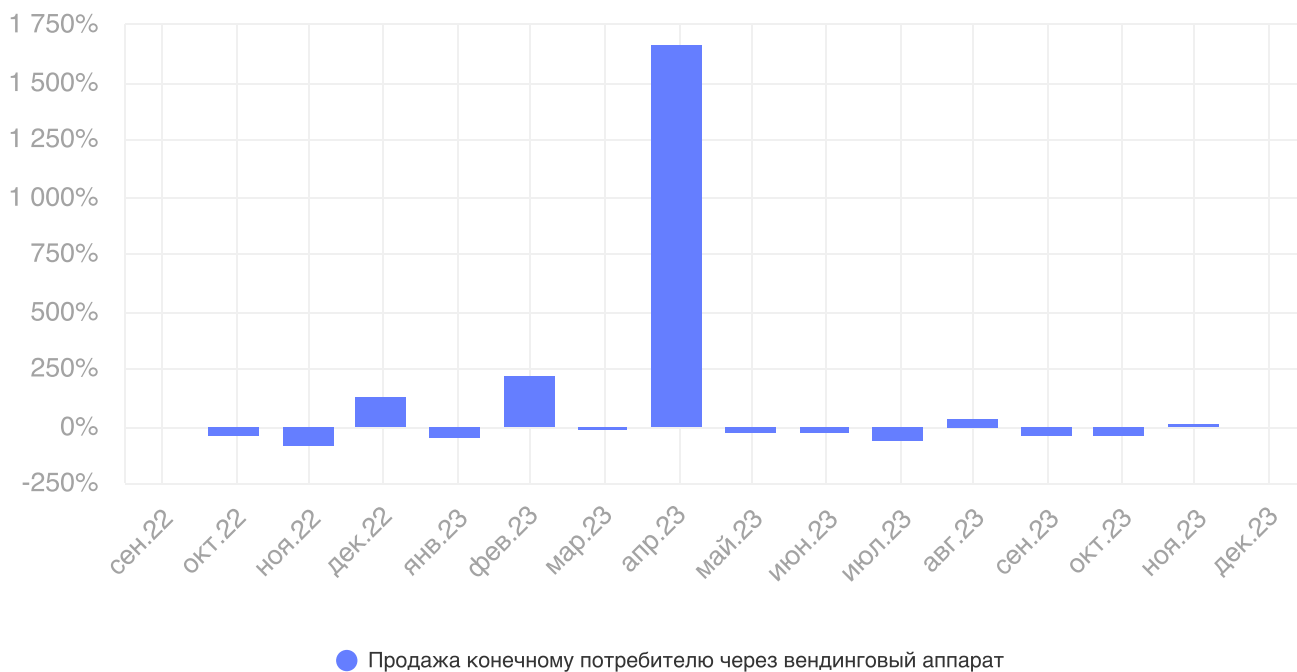




Таблица 6. Динамика потребления, %

Причина вывода из оборота	IV кв. 2023 к III кв. 2023	IV кв. 2023 к IV кв. 2022
Продажа конечному потребителю	-55.32	30.55
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	-52.76	62.07
Дистанционная продажа конечному потребителю	-23.23	87.67

В IV квартале 2023 года Северо-Западный ФО был лидером по числу проданного объема мороженого на 1 000 человек населения (402 кг).

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Санкт-Петербург (156 кг) и Свердловская область (135 кг).

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам молочной продукции приведена в таблицах 7а и 7б.



Таблица 7а. Региональная структура продаж мороженого (на 1 000 человек)
за IV квартал 2023 года, кг

Субъект РФ	Мороженое
Северо-Западный ФО	402
Сибирский ФО	352
Уральский ФО	350
Центральный ФО	346
Приволжский ФО	298
Дальневосточный ФО	289
Южный ФО	249
Северо-Кавказский ФО	54



Таблица 76. Региональная структура продаж мороженого (на 1 000 человек)
за IV квартал 2023 года, кг

Субъект РФ	Мороженое
Справочно	
Санкт-Петербург	156
Свердловская область	135
Краснодарский край	107
Москва	99
Московская область	94
Дистанционные продажи*	
Вся Россия	70



В IV квартале 2023 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Пахта** — рост на 15 % в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам молочной продукции приведена на рисунке 10 и в таблицах 8а и 8б.

Рисунок 10. Средние цены на товары молочной продукции и мороженое, руб./л

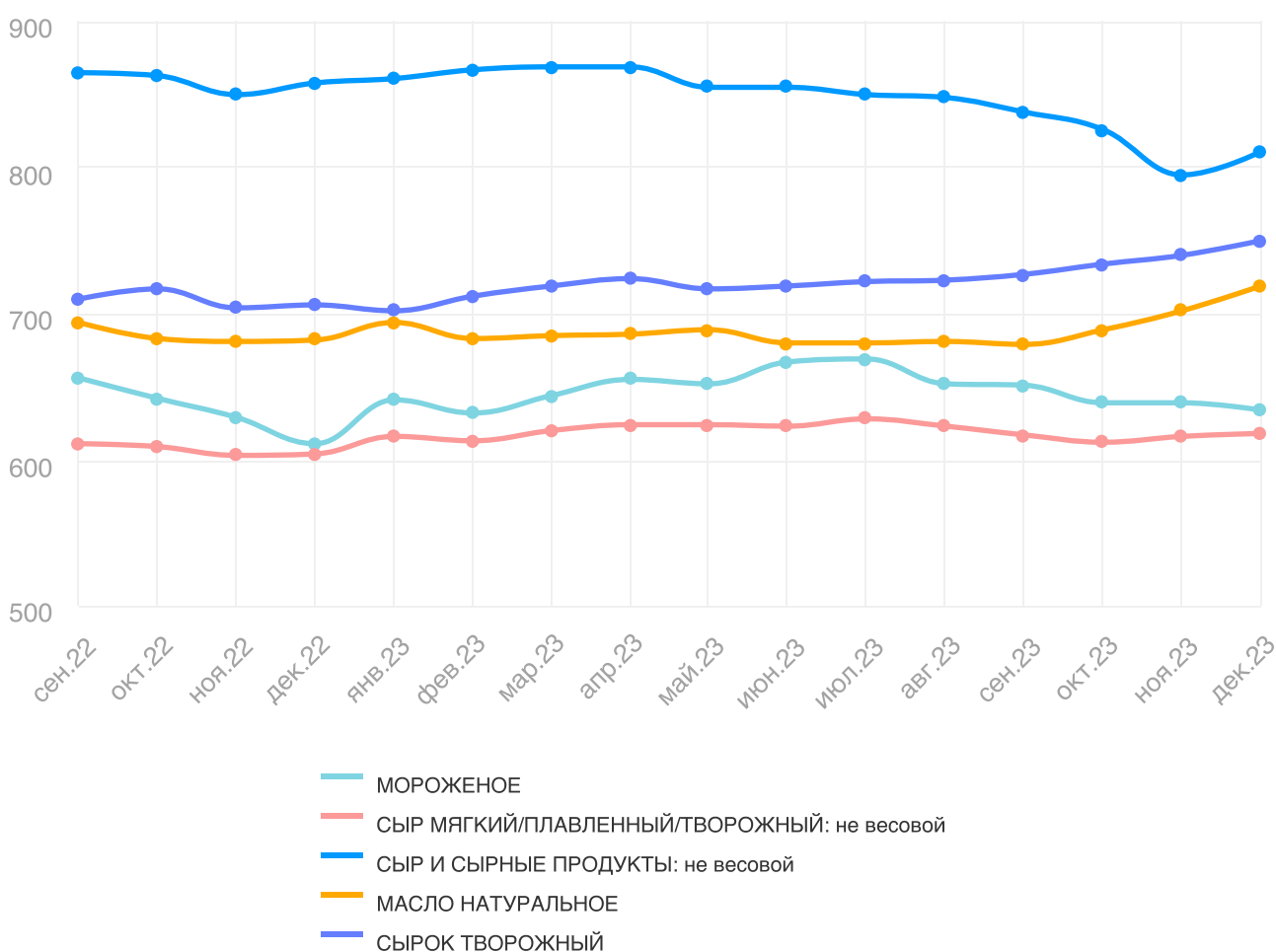




Таблица 8а. Средние цены за килограмм молочной продукции и мороженого, руб.

Тип продукции	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Изменение цен, к/к	Изменение цен, г/г	Справочно	
					IV кв. 2022	III кв. 2023
Сыр и сырные продукты: не весовой	811	849	-4%	-5%	857	845
Сырок творожный	741	720	2%	5%	709	724
Масло натуральное	703	688	3%	3%	682	680
Молоко и сливки сухие	689	725	-1%	-9%	756	698
Мороженое	637	645	-3%	2%	627	657
Сыр мягкий/плавлен./творож.: не весовой	615	616	-1%	2%	605	623
Творог и творожный продукт	363	366	0%	-1%	367	362
Молоко и сливки сгущенные	286	288	-1%	0%	287	288
Сметана	240	242	0%	0%	241	239
Сливки пастеризов.	234	234	2%	-2%	238	229
Йогурт	213	213	1%	0%	213	211
Молокосодержащий продукт и десерт	210	205	6%	0%	209	198



Таблица 86. Средние цены за килограмм молочной продукции и мороженого, руб.

Тип продукции	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Изменение цен, к/к	Изменение цен, г/г	Справочно	
					IV кв. 2022	III кв. 2023
Кумыс	191	195	-5%	-1%	192	202
Кисломолочный продукт (прочее)	171	166	8%	1%	170	158
Простокваша	138	138	1%	0%	138	137
Ряженка	112	111	2%	1%	111	110
Сыворотка и сыворот. продукты	109	100	17%	5%	104	93
Кефир	81	81	1%	1%	80	80
Молоко ультрапастериз.	79	78	4%	1%	78	76
Айран	78	76	4%	4%	75	75
Молоко пастериз. и прочее	74	73	3%	1%	73	72
Пахта	46	42	7%	15%	40	43

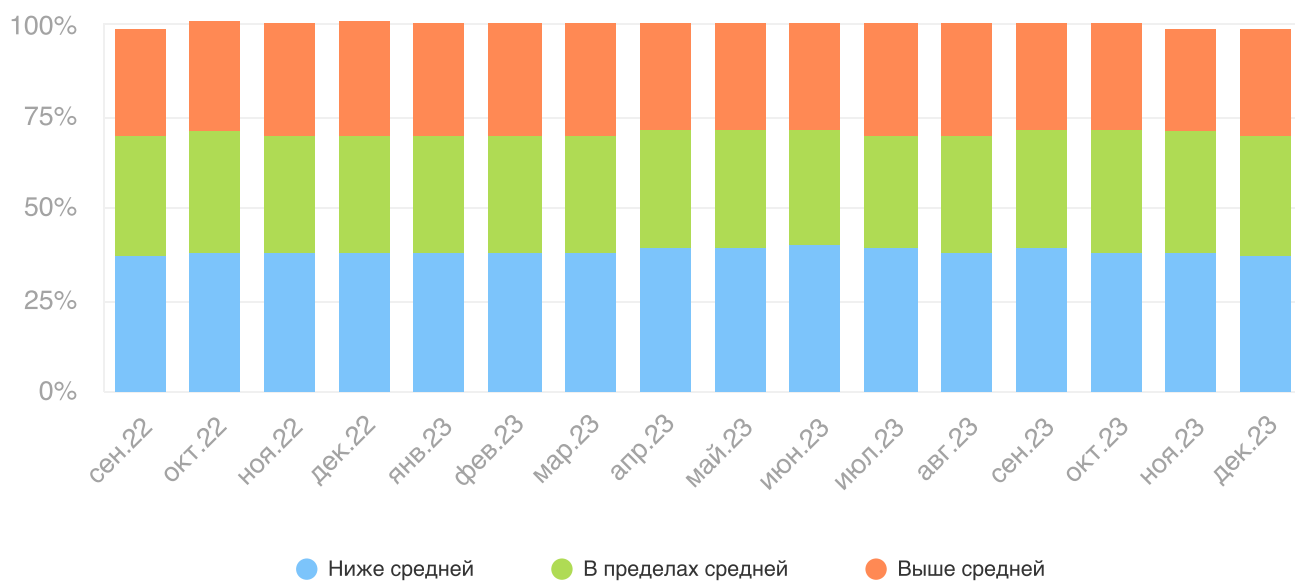


Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ($\pm 10\%$ от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах молочной продукции в России — на уровне 38% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах молочной продукции в России принадлежит сегменту «Выше средней» — примерно 29%.

Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 11.

Рисунок 11. Сегменты рынка по средневзвешенной цене





Основная часть продукции в категории **Йогурт** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 50%.

В категории **Молоко ультрапастеризованное** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 45%.

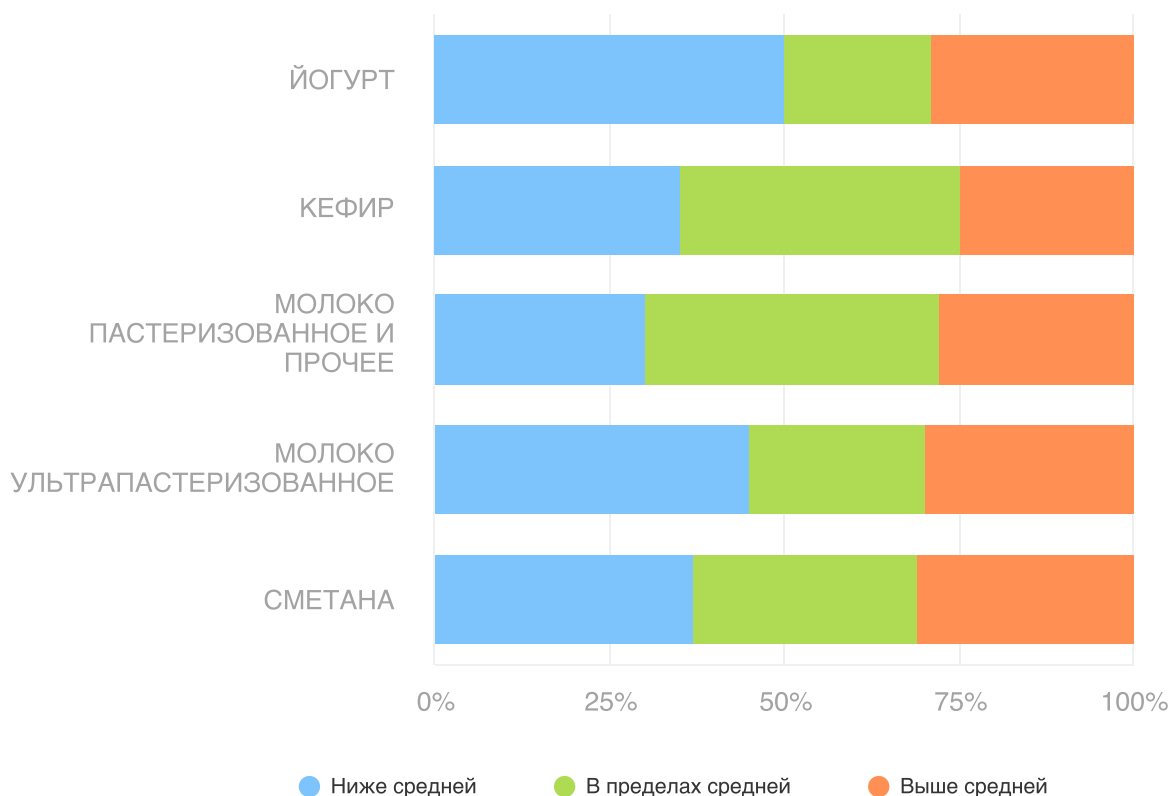
Для типа продукции **Молоко пастеризованное и прочее** большая часть продаж составляет ценовой сегмент «В пределах средней» — 42%.

В категории **Кефир** основной объем сосредоточен в сегменте «В пределах средней», куда попадает 40% продукции.

Для категории **Сметана** наибольший объем составляет ценовой сегмент «Ниже средней» с объемом 36%.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов молочной продукции приведены на рисунке 12.

Рисунок 12. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов молочной продукции в IV квартале 2023 года, %



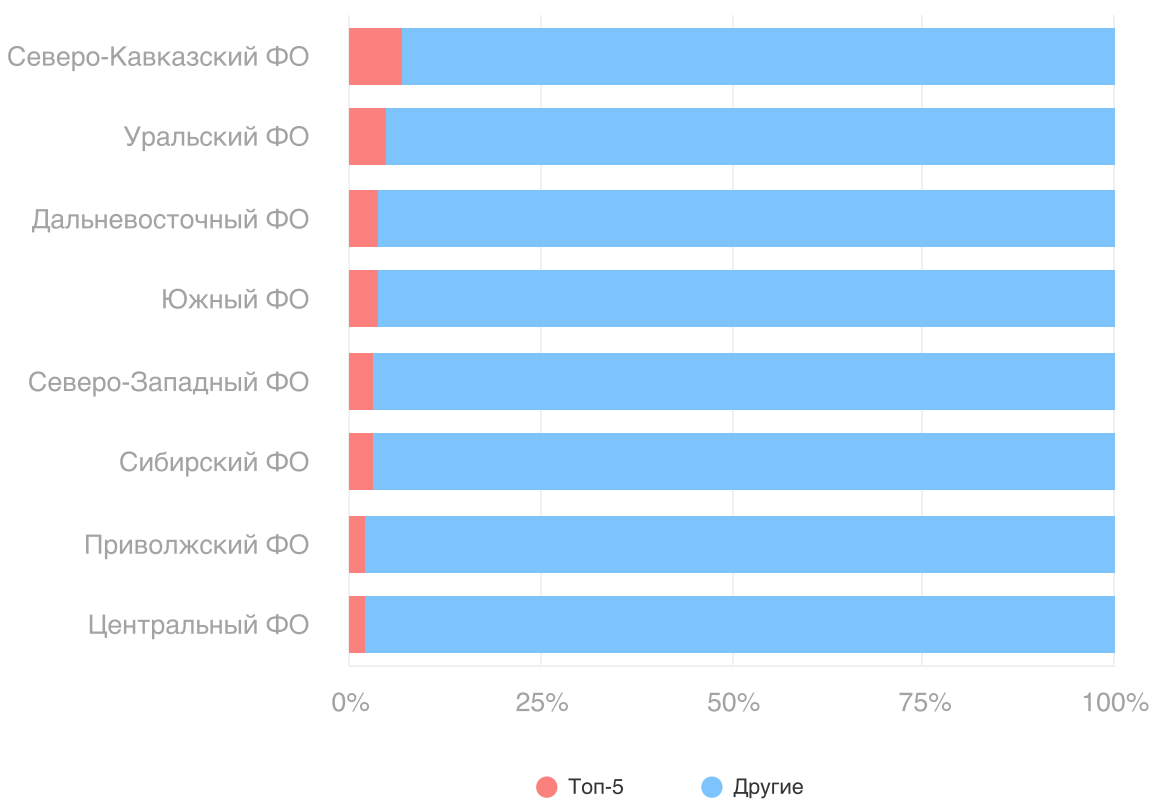


Северо-Кавказский ФО в IV квартале 2023 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 7%.

В свою очередь Центральный ФО с долей в 2% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации производства.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний молочной продукции представлены на рисунке 13.

Рисунок 13. Доли рынка крупнейших компаний, продающих молочную продукцию

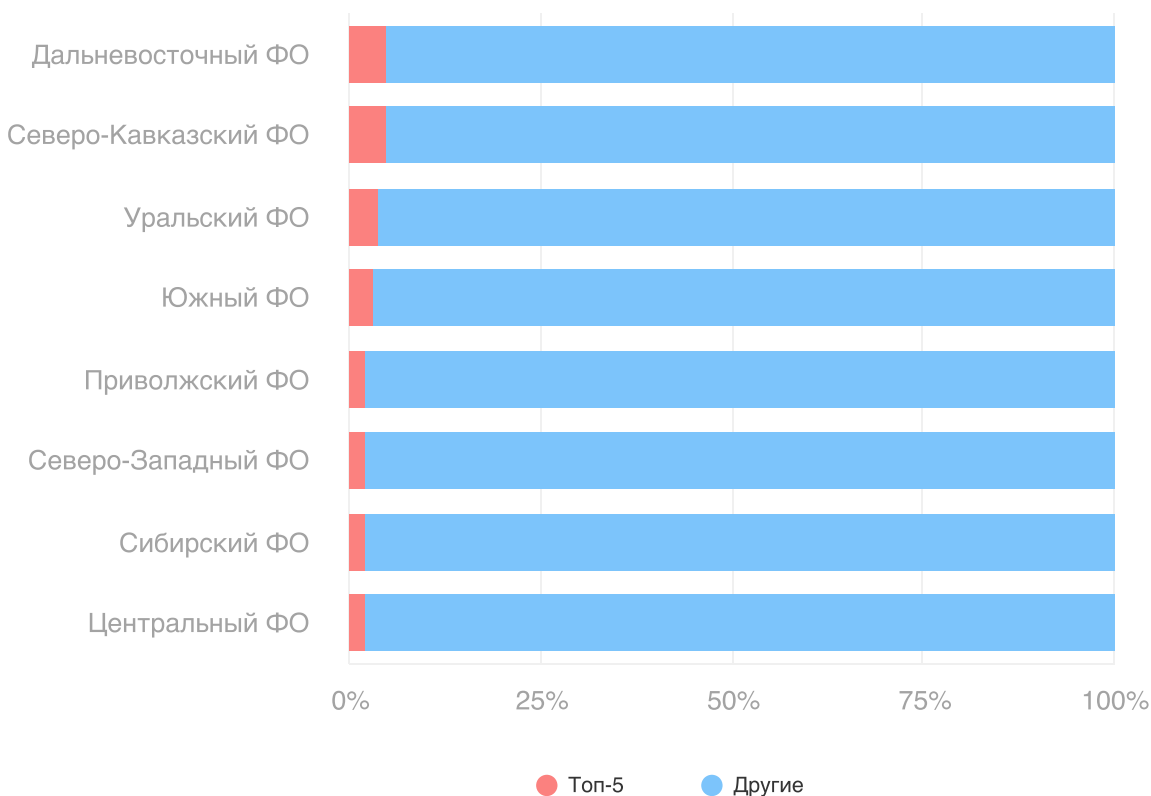




Дальневосточный ФО в IV квартале 2023 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 5%.

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

Рисунок 14. Доли рынка крупнейших компаний, продающих мороженое





6. Товарное предложение

Большая часть предложения в IV квартале 2023 года приходится на «Производство РФ» и составляет 93% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 5%.

Поставки из-за рубежа — вторая по объему часть предложения — 7%.

На рисунке 15 и в таблице 9 представлена динамика предложения и его структура на рынке молочной продукции.

Рисунок 15. Динамика и структура предложения на рынке молочной продукции, млн л

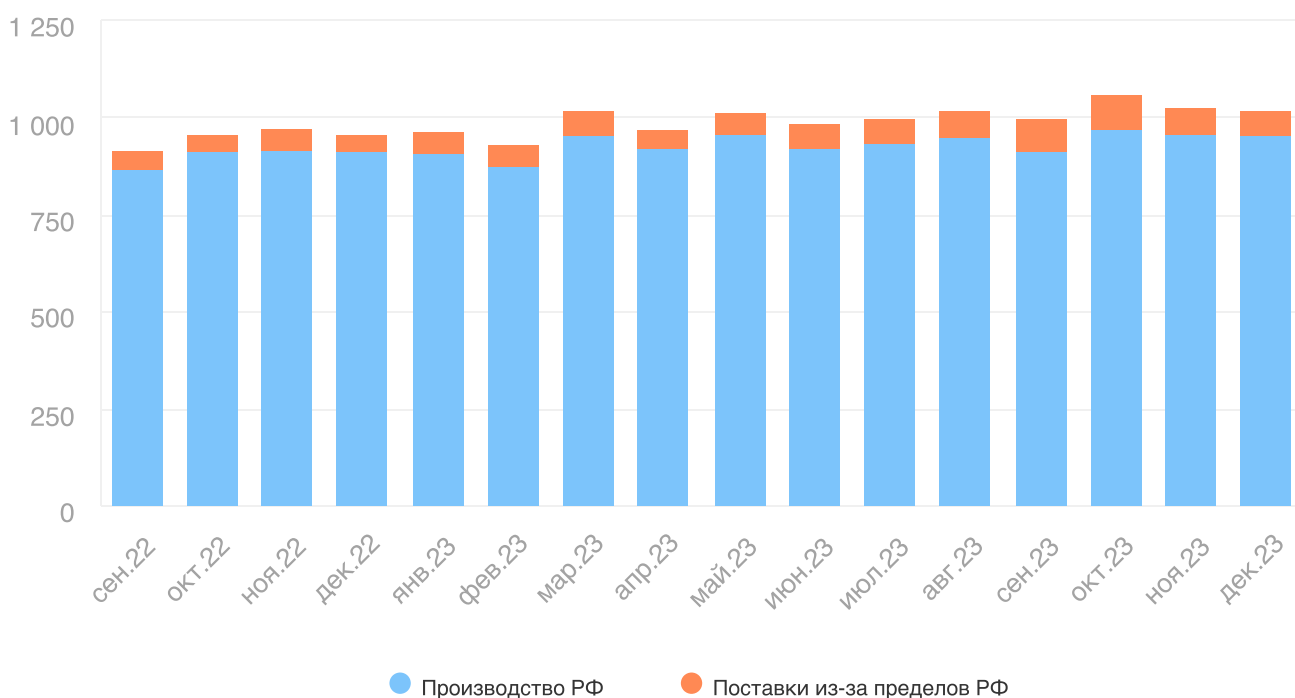




Таблица 9. Структура предложения на рынке молочной продукции, млн л.

Источник предложения	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Производство РФ	2 870	11 187	2 792	2 742
Поставки из-за рубежа	229	772	210	141
Итого	3 099	11 959	3 002	2 883



В IV квартале 2023 года больше всего продукции производит Центральный ФО: 44% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 7%.

Приволжский ФО занимает второе место по объему производства молочной продукции в России. В IV квартале 2023 года там было произведено 637 млн л продукции, что составляет 22% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 4%.

На рисунке 16 и в таблице 10 представлена динамика предложения и его структура на рынке молочной продукции.

Рисунок 16. Динамика и структура внутреннего производства молочной продукции, млн л.

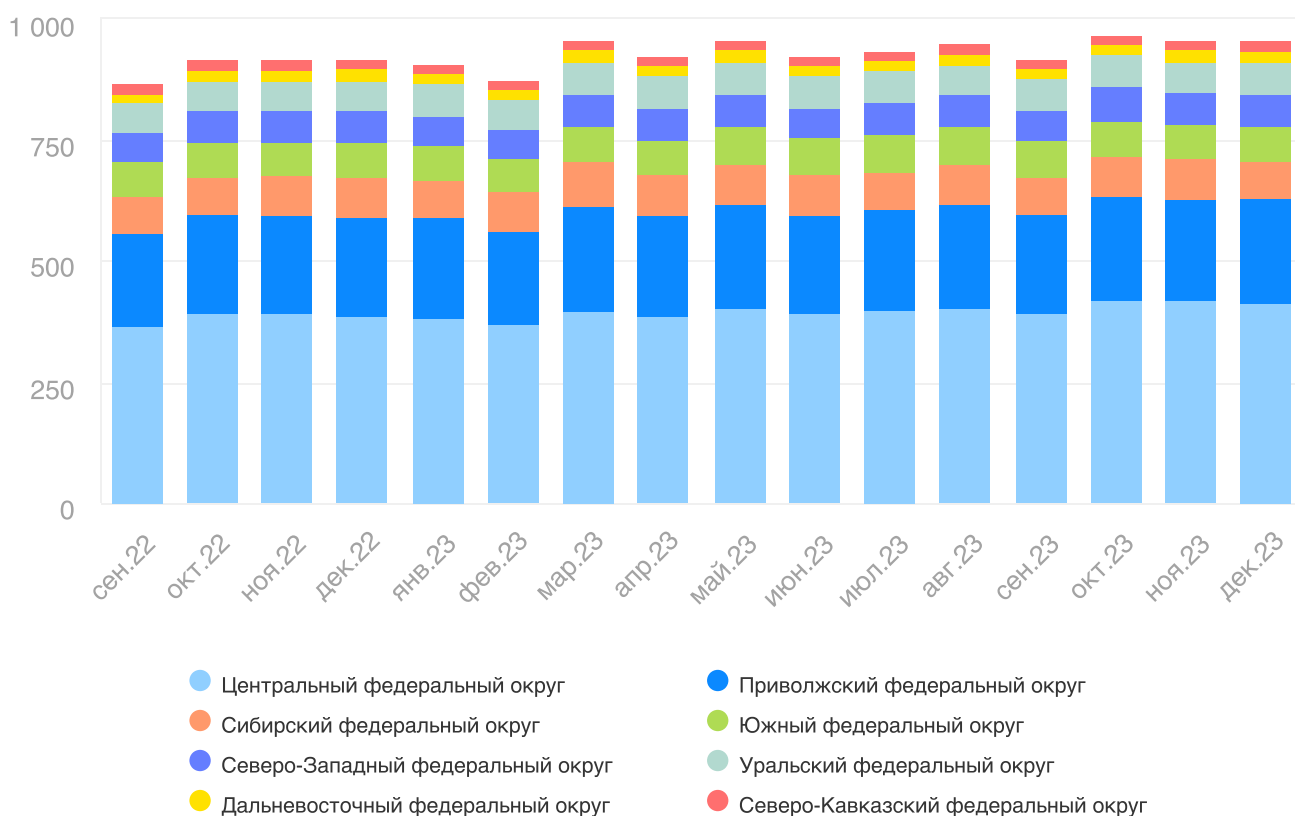




Таблица 10. Географическая структура производства молочной продукции, млн л

СУ	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Центральный ФО	1 250	4 765	1 193	1 166
Приволжский ФО	637	2 508	626	611
Сибирский ФО	245	983	235	245
Южный ФО	216	881	231	209
Северо-Западный ФО	201	775	192	194
Уральский ФО	195	774	191	189
Дальневосточный ФО	70	280	67	69
Северо-Кавказский ФО	56	222	56	59
Итого	2 870	11 188	2 791	2 742



Большая часть предложения на рынке мороженого в IV квартале 2023 года приходится на «Производство РФ» и составляет 99% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 25%.

Поставки из-за пределов РФ — вторая по объему часть предложения — 1%.

На рисунке 17 и в таблице 11 представлена динамика предложения и его структура на рынке мороженого.

Рисунок 17. Динамика и структура предложения на рынке мороженого, млн кг

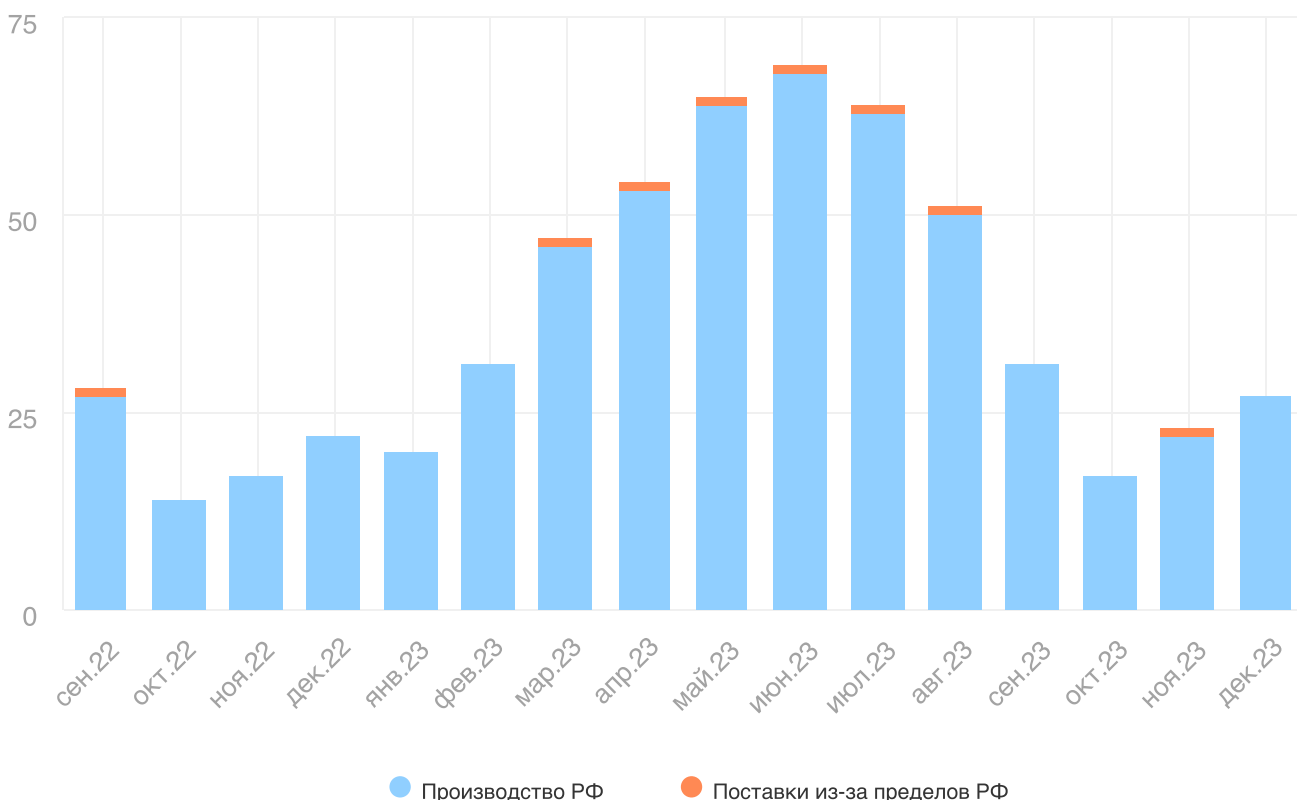




Таблица 11. Структура предложения на рынке мороженого, млн кг.

Источник предложения	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Производство РФ	66	492	144	53
Поставки из-за пределов РФ	1	9	2	1
Итого	67	501	146	54



В IV квартале 2023 года больше всего продукции производит Центральный ФО: 25 млн кг продукции, что составляет 38% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 30%.

Приволжский ФО занимает второе место по объему производства мороженого в России. В IV квартале 2023 года там было произведено 10 млн кг продукции, что составляет 15% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 3%.

Рисунок 18. Структура внутреннего производства мороженого, млн кг

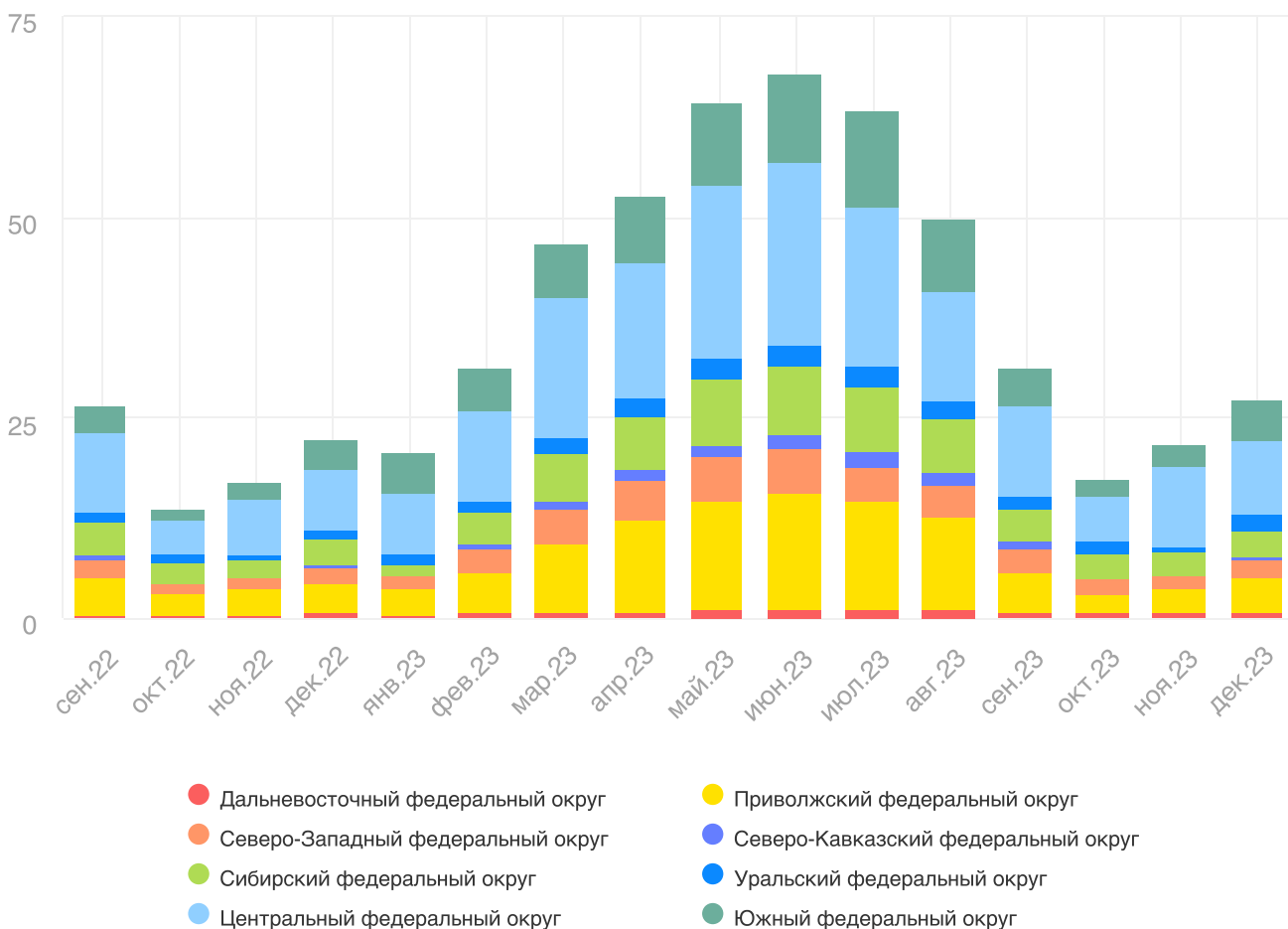




Таблица 12. Географическая структура производства мороженого, млн кг

Субъект РФ	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Центральный ФО	25	167	45	19
Приволжский ФО	10	96	30	10
Южный ФО	10	81	25	7
Сибирский ФО	9	62	18	8
Северо-Западный ФО	6	42	11	4
Уральский ФО	4	23	7	2
Дальневосточный ФО	2	9	3	1
Северо-Кавказский ФО	1	10	4	0
Итого	67	490	143	51

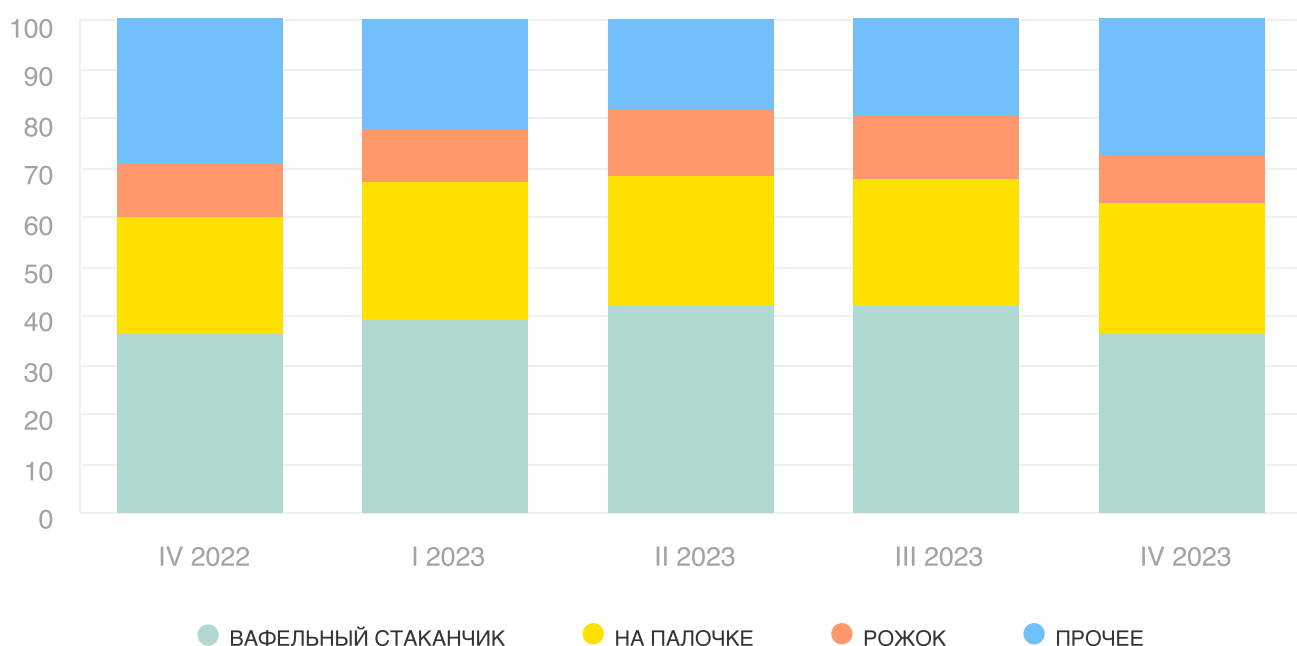


В структуре форматов производимого мороженого выделяются три основных: вафельные стаканчики, эскимо (на палочке) и вафельный рожок.

В IV квартале 2023 года наибольший объем производства составил **Вафельный стаканчик** — 36%. Наименьший объем пришелся на тип **Рожок** — 10%.

На рисунке 19 представлены данные по видам упаковки мороженого.

Рисунок 19. Структура формата производимого мороженого





Большую часть рынка производимой продукции занимает **Молоко пастеризованное и прочее**. В IV квартале 2023 года производство этого типа продукции составило 1 020 млн л. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — на 0.4%.

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

Молоко ультрапастеризованное — 409 млн л и 14% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — рост на 1.2%;

Кефир — 217 млн л и 8% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — рост на 1,4%.

На рисунке 20 и в таблице 13 представлена динамика предложения в разбивке на типы продукции молочной продукции.

На рисунке 21 представлены сводные данные за IV квартал 2023 года.



Рисунок 20. Объем производства молочной продукции по укрупненной номенклатуре, млн л

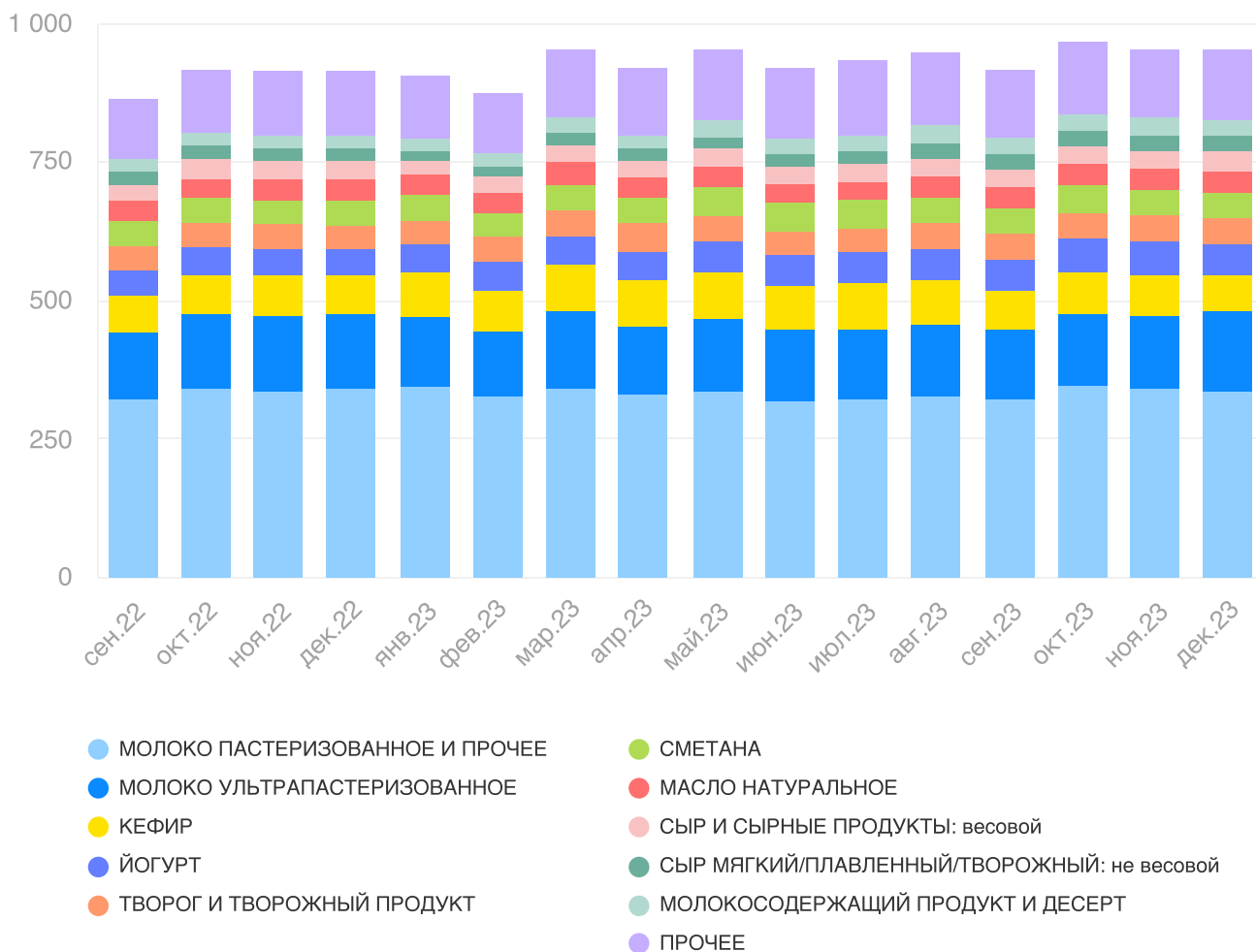




Рисунок 21. Структура производства молочной продукции по основным видам продукции в IV квартале 2023 года, млн л

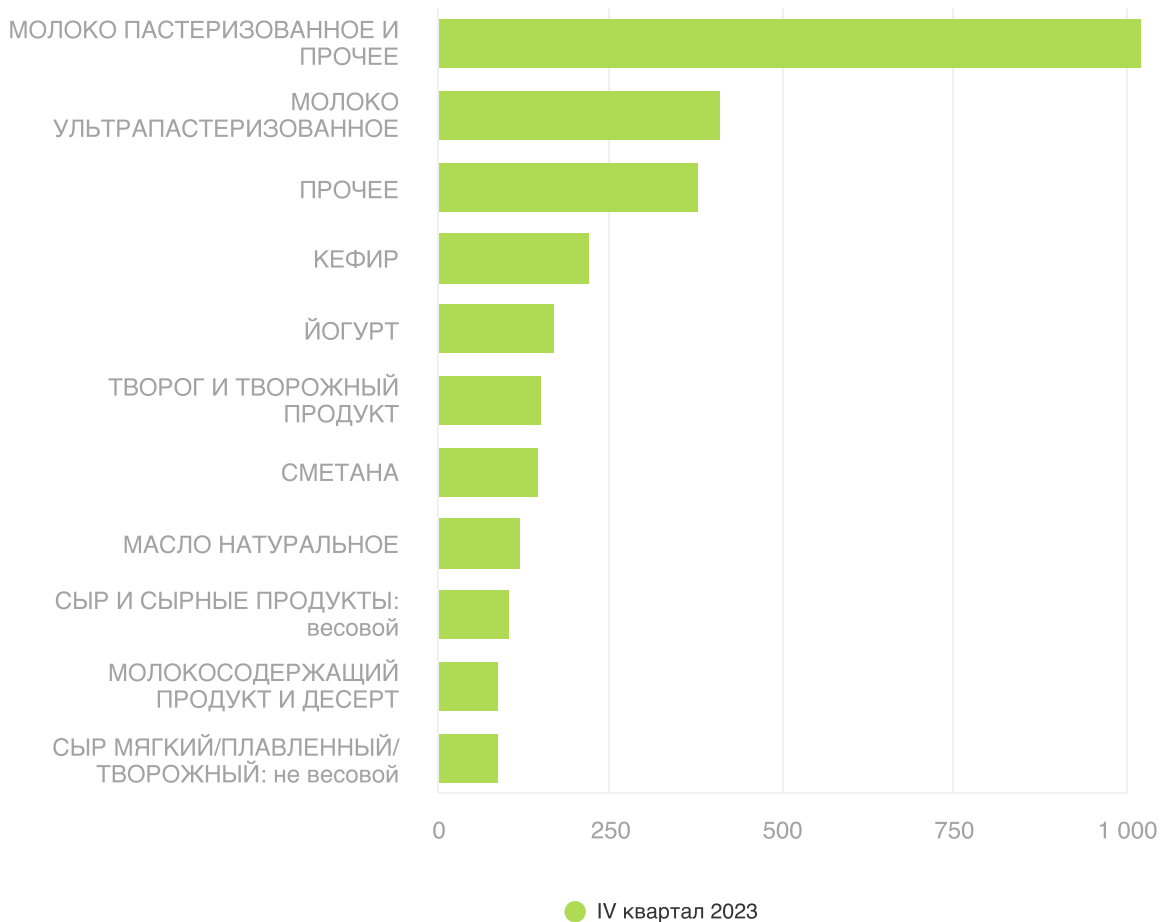




Таблица 13. Объем производства молочной продукции по укрупненной номенклатуре, млн л

Категория продукции	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Молоко пастеризов. и прочее	1 020	3 993	975	1 016
Молоко ультрапастеризованное	409	1 546	376	404
Кефир	217	938	233	214
Йогурт	167	649	168	147
Творог и творожный продукт	148	562	137	128
Сметана	142	572	148	136
Масло натуральное	115	445	107	109
Сыр и сырные продукты: весовой	102	368	97	103
Молокосодержащий продукт и десерт	87	335	89	73
Сыр мягкий/плавленый/творожный: не весовой	85	295	76	70
Прочее	378	1 484	385	341
Итого	2 870	11 187	2 791	2 741



Доля производства топ-5 компаний занимает от 16 до 61% в зависимости от типа продукции. Распределение в разрезе топ-5 типов продукции выглядит следующим образом:

Сыр мягкий/плавленый/творожный: не весовой — доля топ-5 компаний составляет 61% от всего рынка;

Йогурт — доля топ-5 компаний составляет 60%;

Молокосодержащий продукт и десерт — доля топ-5 компаний составляет 49%;

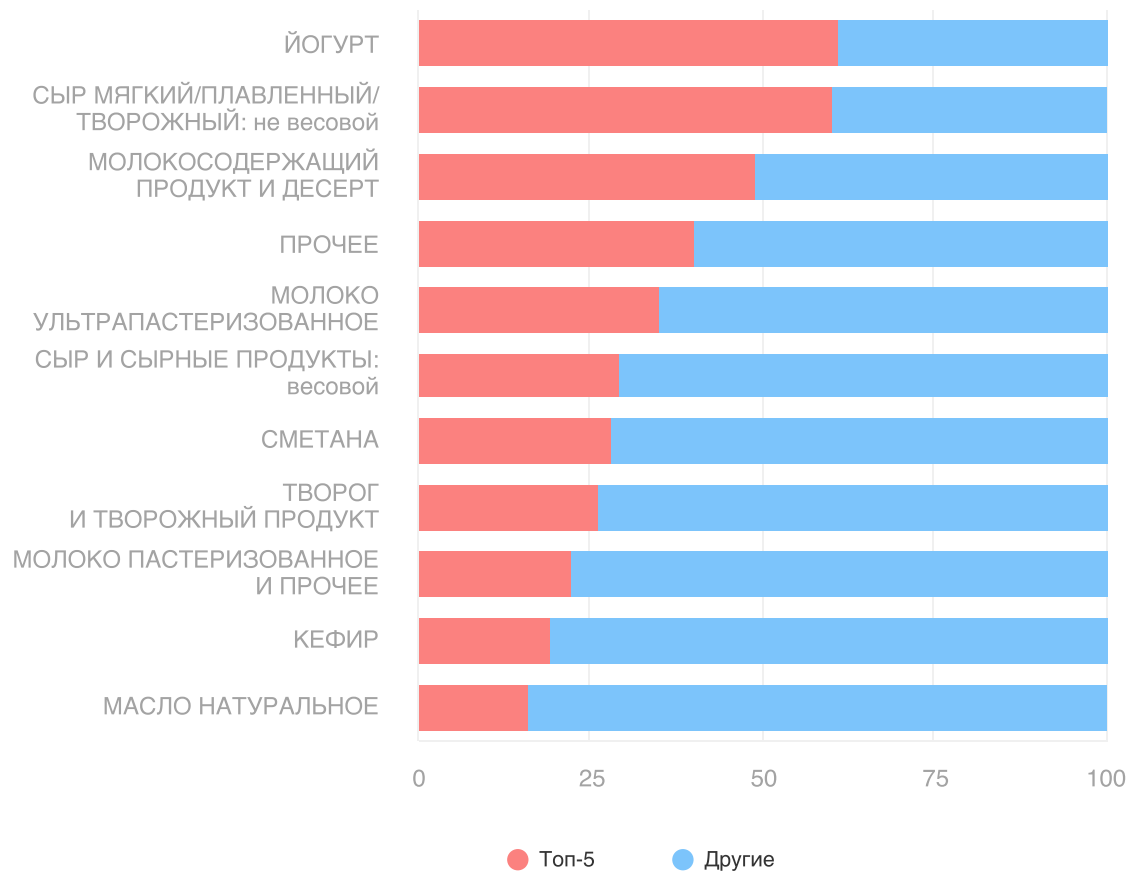
Молоко ультрапастеризованное — доля топ-5 компаний составляет 35%;

Сыр и сырные продукты: весовой — доля топ-5 компаний составляет 29%.

На рисунке 22 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по основным типам молочной продукции.



Рисунок 22. Концентрация производства молочной продукции по основным видам продукции, IV квартал 2023 года





Большую часть ввозимой молочной продукции составляет **Сыр и сырные продукты: весовой**. В IV квартале 2023 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 48 млн л — 21% от общего объема поставок молочной продукции в страну.

Следом идет **Масло натуральное** — 26 млн л, это 11% от всей ввозимой продукции.

На рисунке 23 и в таблице 14 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на типы молочной продукции.

Рисунок 23. Структура ввоза молочной продукции из-за пределов РФ по топ-5 видам продукции, млн л

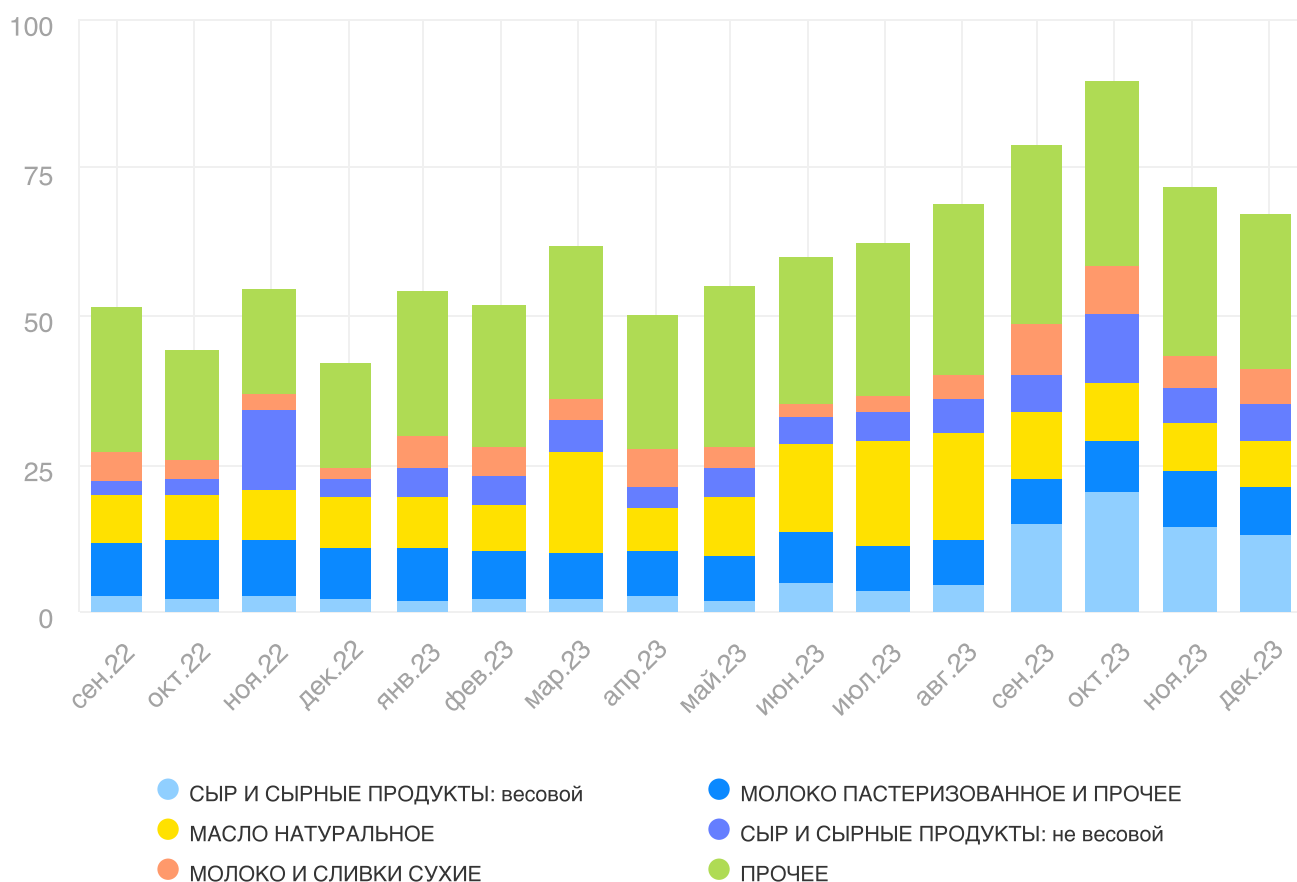




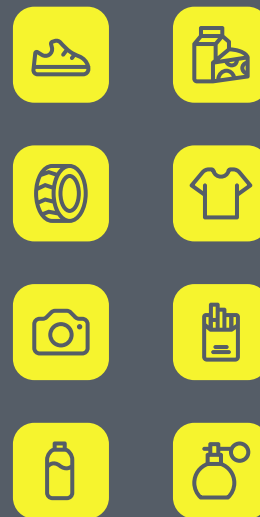
Таблица 14. Объем ввоза молочной продукции из-за пределов РФ по видам продукции, млн л

Категория продукции	IV кв. 2023	I-IV кв. 2023	Справочно	
			III кв. 2023	IV кв. 2022
Сыр и сырные продукты: весовой	48	86	23	7
Масло натуральное	26	137	46	25
Молоко пастеризованное и прочее	26	98	24	28
Сыр и сырные продукты: не весовой	24	71	18	19
Молоко и сливки сухие	19	60	15	8
Молоко ультрапастеризованное	18	57	17	11
Творог и творожный продукт	17	64	17	6
Йогурт	10	37	10	3
Сметана	8	31	8	5
Сыр мягкий/плавленный/творожный: не весовой	8	28	7	5
Прочее	25	104	26	25
Итого	229	773	212	142

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/>