

II квартал 2023 года

Квартальный обзор по товарной категории

ОБУВЬ



Содержание

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



1. Методология сбора данных

Вся аналитическая информация, представленная в 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 обзора содержится информация о 50 611 159 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 71 628 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 ввод данного товара в оборот. Динамика продаж рассчитывается по данным торговых точек, которые фиксируют продажи маркированной продукции ежемесячно с начала прошлого года.

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.

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 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

С 1 января 2022 года

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



3. Основные выводы

Внутренний спрос на ключевые продукты обувной промышленности вырос на 10% в точках продаж и на 31% при дистанционных продажах, таким образом, скорее всего, спрос ведет себя разнонаправленно: ботинки и кроссовки **эластичны к цене во II квартале 2023 г.** и спрос на них растет вслед за снижением цен на товары. В свою очередь, спрос на тапочки, сапоги и туфли не реагирует на повышение цен на товары год к году и остается стабильно высоким.

БОТИНКИ: благодаря продолжающему с начала года снижению **цен** (на 1% к аналогичному кварталу прошлого года и 20% к I кварталу 2023 г.), в **структуре общих продаж** доля ботинок увеличилась на 4 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г. **Производство** продукции при этом превышает II квартал 2022 года на 13%, а **поставки из-за пределов РФ** увеличились на 74%, в основном из-за эффекта низкой базы.

Цены → Спрос ↑ Производство ↑ Поставки ↑
из за пределов РФ

ТАПОЧКИ: **производство** тапочек выросло на 26% во II квартале 2023г. к аналогичному периоду прошлого года. При этом, в **структуре общих продаж** доля тапочек увеличилась на 2 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г. одновременно с незначительным ростом **цен** на 0,4% к аналогичному периоду 2022 г. Доля тапочек в структуре общих продаж обуви также возросла. При этом, **поставки из-за пределов РФ** товаров в страну вырос во II квартале на 143%, преимущественно из-за снижения объемов ввоза из-за границы в II квартале 2022 г.

Цены → Спрос ↑ Производство ↑ Поставки ↑
из за пределов РФ



ТУФЛИ: цены на туфли также повысились на 2% в сравнении со II кварталом 2022г., что, однако, никак не отразилось на сезонном всплеске спроса (в структуре общих продаж доля товара увеличилась на 2 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г.). Производство продукции выросло на 2%, а поставки из-за пределов РФ на 10%.

Цены → Спрос ↑ Производство → Поставки ↑
из за пределов РФ

САПОГИ: цены на сапоги снизились на 43% к I кварталу 2023 г., в связи со снижением спроса на сезонную продукцию (снижение доли сапог в структуре продаж к I кварталу 2023 г. составило 6 п.п.), однако, оставались на уровне выше II квартала 2022 г. на 12%. Доля же товара в структуре общих продаж товара не изменилась в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г. Кроме того, на 42% выросло предложение на рынке продукции вследствие прироста поставок из-за пределов РФ на 111% из-за низкой базы и увеличения объемов производства на 7%.

Цены ↑ Спрос → Производство ↑ Поставки ↑
из за пределов РФ

КРОССОВКИ: цены на кроссовки снизились на 21% к II кварталу 2022 г. и на 36% к I кварталу 2023 г., что повлекло за собой рост спроса (в структуре общих продаж доля товара увеличилась на 2 п.п. в сравнении со структурой аналогичного периода 2022 г.). Рост темпов спроса преимущественно компенсировался внутренним производством. Так, производство продукции также выросло на 167%, а поставки из-за пределов РФ увеличились только на 15% к аналогичному периоду 2022 г.

Цены ↓ Спрос ↑ Производство ↑ Поставки ↑
из за пределов РФ

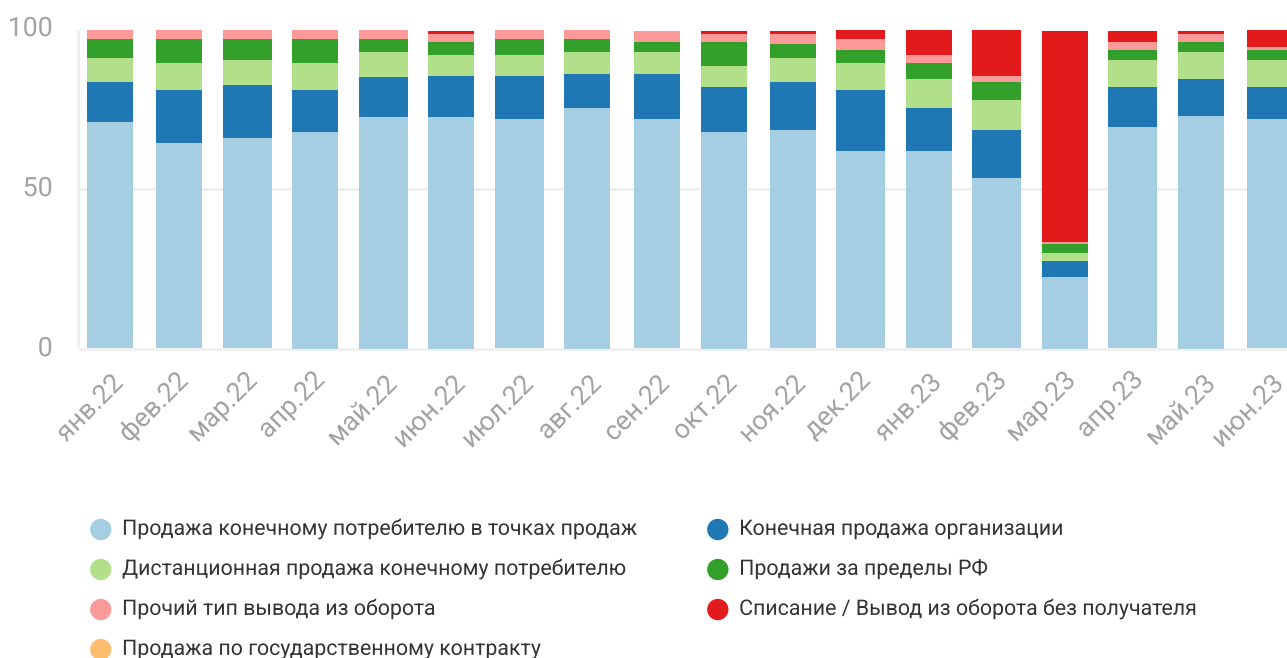


4. Спрос на продукцию

Во II квартале 2023 года доля продаж конечному потребителю (дистанционные и офлайн) составила 80% от общего объема вывода из оборота, не изменившись с прошлым годом. Зафиксированный сезонный рост офлайн продаж от месяца к месяцу произошел на 15,9% и 13,8% в апреле и мае сменился снижением на 11,2% в июне. Схожую динамику имеют и онлайн продажи. В целом за II квартал офлайн продажи выросли на 10% г/г, а онлайн сегмент практически на 31% г/г. Самым популярным видом продукции во II квартале текущего года стали ботинки - 32% от общего объема (годом ранее – 34%), за ними следуют тапочки и туфли по 20%

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1. На рисунке 2 и таблице 2 представлена динамика потребления. На рисунке 3 и в таблице 3 приведена номенклатура продаж конечному потребителю.

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



*Резкий рост общего объема выведенной из оборота обуви в марте 2023 вызван массовой перемаркировкой остатков обувной продукции, так как с 1 апреля 2023 года вступили в действие ряд ограничений на такого рода товары.



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

Тип продаж	II квартал 2023 год	(I-II кварталы) 2023	Справочно		
			(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
Продажа конечному потребителю в точках продаж	72	50	70	72	34
Конечная продажа организации	12	10	14	12	8
Дистанционная продажа конечному потребителю	8	6	8	8	6
Продажи за пределы РФ	4	4	6	6	4
Списание / Вывод из оборота без получателя	4	28	0	0	48
Продажа по государственному контракту	0	0	0	0	0
Прочий тип вывода из оборота	2	2	2	2	2
Итого	100	100	100	100	100



Рисунок 2. Динамика потребления, %

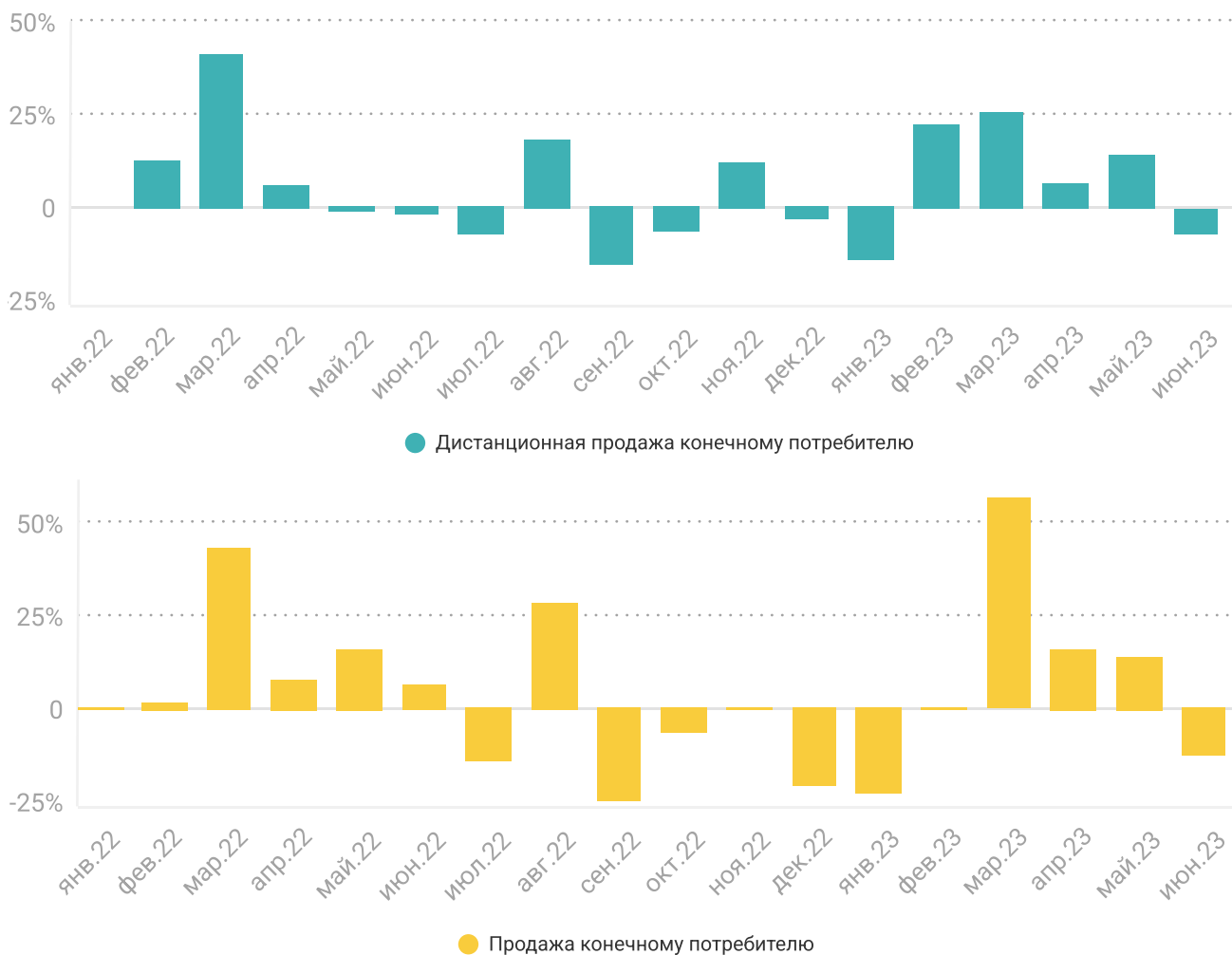


Таблица 2. Динамика потребления, %

Тип продаж	II квартал 2023 (кв/кв), %	II квартал 2023 (г/г), %	I полугодие 2023 (г/г), %
Дистанционная продажа конечному потребителю	37,42	30,94	28,91
Продажа конечному потребителю в точках продаж	64,71	10,04	6,91



Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

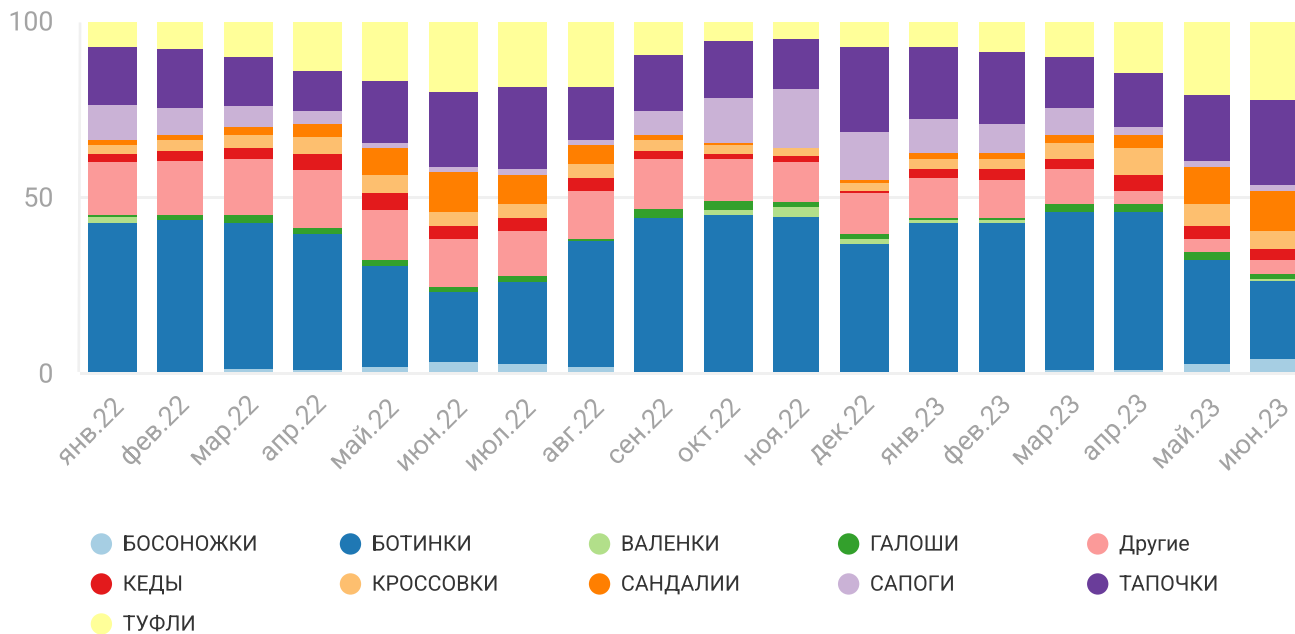


Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продаж	II квартал 2023 год	(I-II кварталы) 2023	Справочно		
			(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
БОТИНКИ	32	16	34	28	44
ТАПОЧКИ	20	18	16	18	18
ТУФЛИ	20	16	14	18	8
САНДАЛИИ	8	6	6	8	2

Квартальный обзор
по товарной категории
«Обувь»



КРОССОВКИ	6	6	4	4	4
КЕДЫ	4	4	4	4	2
БОСОНОЖКИ	2	2	2	2	0
ГАЛОШИ	2	2	2	2	2
САПОГИ	2	4	4	2	8
ВАЛЕНКИ	0,02	0,2	0,2	0,02	0,5
Другие	4	6	16	14	10
Итого	100	100	100	100	100

Наибольшее число пар обуви на 1 000 человек населения в II квартале 2023 года было продано в Центральном федеральном округе (1 005 пар), наибольший вклад в этот показатель внесли Московская область (2 537 пар) и Москва (1 038 пар). За ЦФО следует Северо-Западный федеральный округ: величина продаж на 1 000 человек — 521 пара, при этом значительная часть продаж пришлась на Санкт-Петербург (685 пар) и Калининградскую область (584 пары). Топ-5 замкнула Рязанская область с 548 проданной парой на 1 000 человек населения.

Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам обуви приведена в таблице 4.



Таблица 4. Региональная структура продаж, в месяц на 1 000 человек

Субъект РФ	БОТИНКИ	ТАПОЧКИ	ТУФЛИ	КРОССОВКИ	САНДАЛИИ	КЕДЫ	Другие	БОСОНОЖКИ	САПОГИ	ГАЛОШИ	ВАЛЕНКИ	Итого
Центральный федеральный округ	279,3	202,1	198,8	85,7	73,5	50,6	47,2	34,3	20,3	13,1	0,2	1005,1
Северо-Западный федеральный округ	188,1	93,3	95	26,1	41,5	22,1	20,8	11,9	11,5	11	0,1	521,4
Дальневосточный федеральный округ	133,9	73,8	71,5	24,7	40,1	13,4	24,5	8,4	14,6	8,2	0,1	413,2
Сибирский федеральный округ	124,6	78,4	72,1	24,7	38,4	14,5	24,6	8,7	9	9,9	0,1	405
Уральский федеральный округ	120,3	59,3	72,8	23,3	34,1	13,1	15,1	8	8,5	8,5	0,1	363,1
Южный федеральный округ	82,8	102,9	79,3	15	45,5	12,9	15,8	9,3	3,7	6,1	0	373,3
Приволжский федеральный округ	102	70,4	64,6	22,8	32,7	15,1	15,9	10,5	6,5	10,1	0,2	350,8
Северо-Кавказский федеральный округ	36,7	34,7	29,7	5,9	15,3	5,2	10	3	1,4	2,2	0	144,1
Справочно												
Московская область	570,7	569,8	516,8	250,5	166,4	125,7	153,3	104,1	47,7	31,4	0,4	2536,8

Квартальный обзор
по товарной категории
«Обувь»



Москва	358,1	173,5	191,4	86,7	83,1	59,6	24,6	27,9	23	10,3	0,2	1038,4
Санкт-Петербург	263,8	108,8	136,8	28,8	60	30,7	19,7	14,4	11,2	10,9	0,1	685,2
Калининградская область	170,2	115,6	102,4	34,9	45,4	16,3	50,4	29,2	7,6	11,5	0,1	583,6
Рязанская область	143,5	87,4	95,9	27,4	30,8	18,7	114,9	11,1	9,7	8,5	0	547,9

Средневзвешенные розничные цены на обувь в II квартале 2023 года снизились на 0,5% по отношению к II кварталу предыдущего года. Рост цен наблюдался только среди туфель и галош.

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.

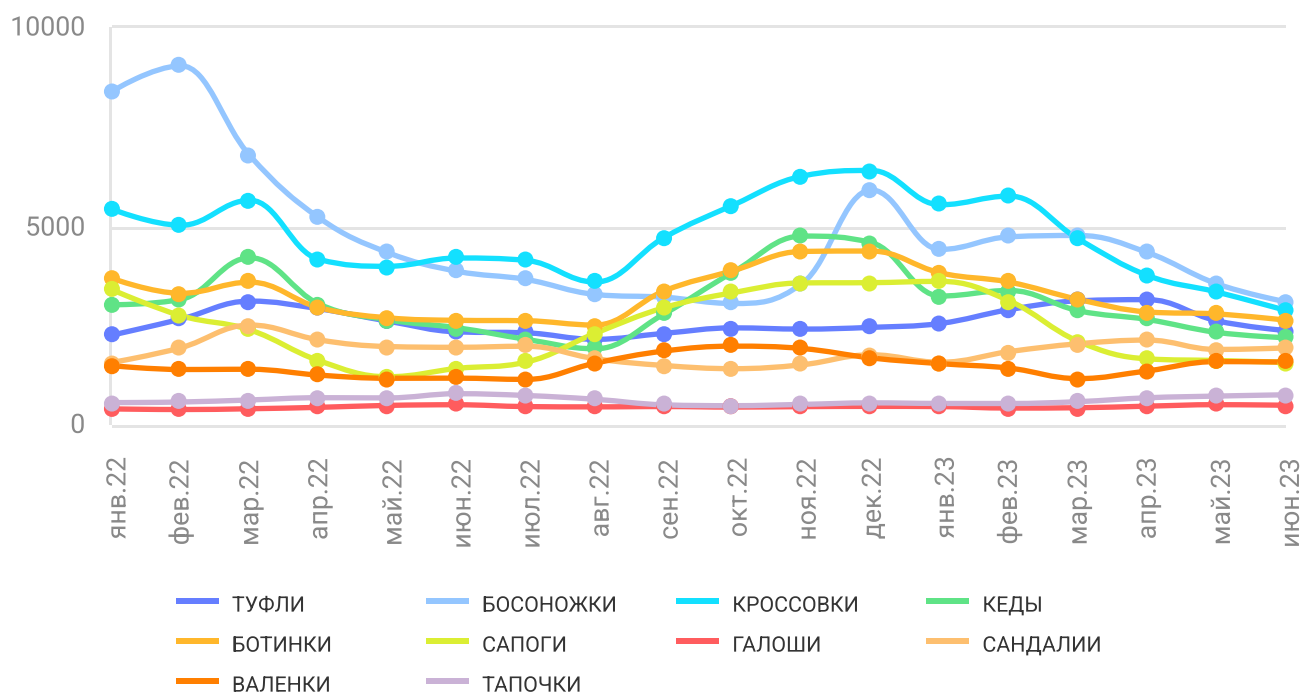




Таблица 5. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб.

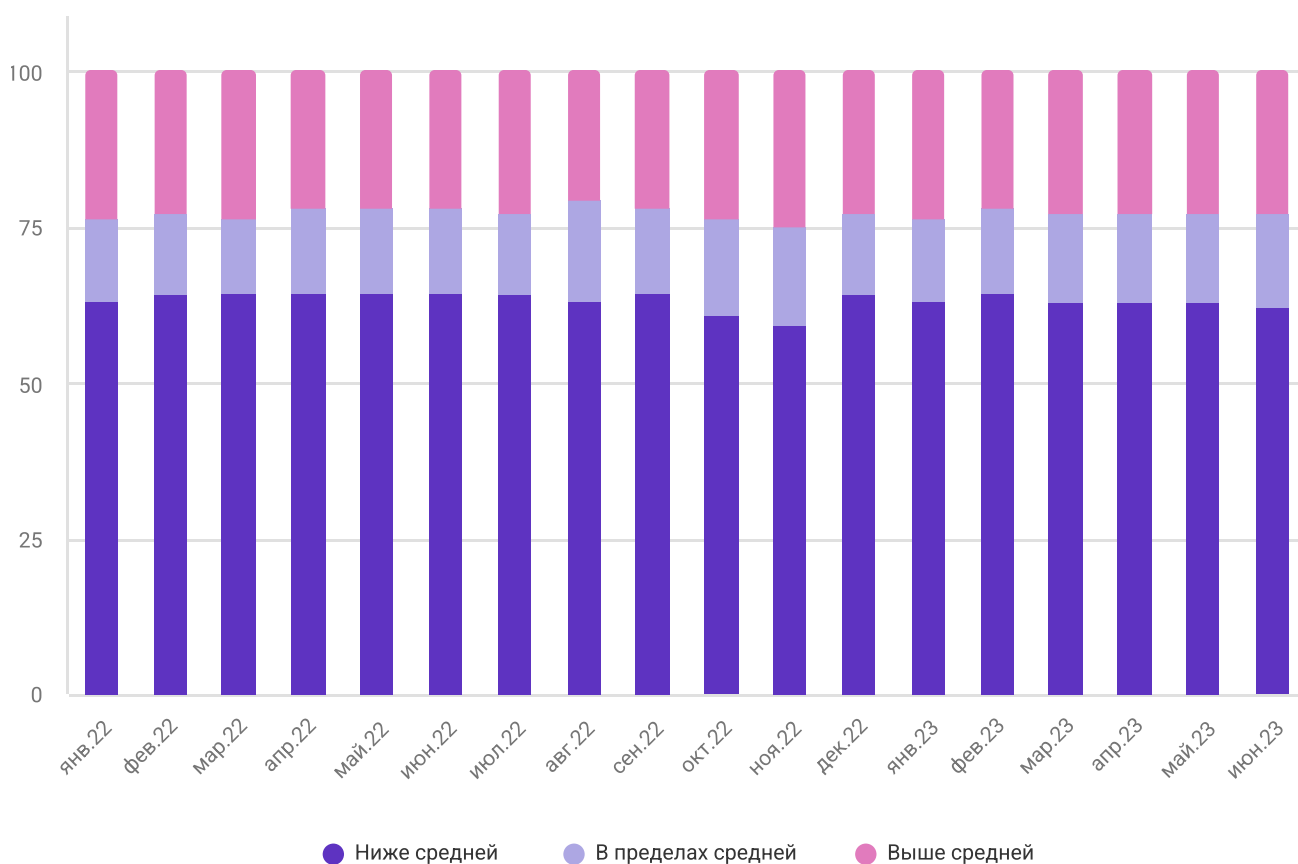
Тип продаж	II квартал 2023 год	(I-II кварта лы) 2023	Измене ние цен, к/к	Измене ние цен, г/г	Справочно		
					(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
БОСОНОЖКИ	3 343	3 405	-28,5%	-19,7%	4 434	4 161	4 677
КРОССОВКИ	3 232	3 573	-36%	-21,4%	4 572	4 113	5 047
БОТИНКИ	2 761	3 042	-19,9%	-0,6%	3 147	2 778	3 445
ТУФЛИ	2 628	2 682	-10,6%	2,4%	2 621	2 567	2 941
КЕДЫ	2 380	2 534	-22,3%	-11,4%	2 946	2 686	3 064
САНДАЛИИ	1 949	1 944	3,4%	-1,97%	1 998	1 983	1 885
САПОГИ	1 638	2 466	-42,6%	12,3%	2 459	1 459	2 855
ВАЛЕНКИ	1 501	1 460	3,0%	25,6%	1 447	1 195	1 457
ТАПОЧКИ	732	679	31,4%	0,4%	676	729	557
ГАЛОШИ	491	475	12,9%	3,2%	449	477	435

Средний ценовой сегмент ($\pm 20\%$ от средневзвешенной цены за месяц) составляет в среднем 13–16% среди всей проданной обуви и остается достаточно стабильным на протяжении последних лет. Продажи обуви из ценовых сегментов выше среднего и ниже среднего также достаточно стабильны и колеблются в районе 22–25% и 59–64% соответственно.



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*

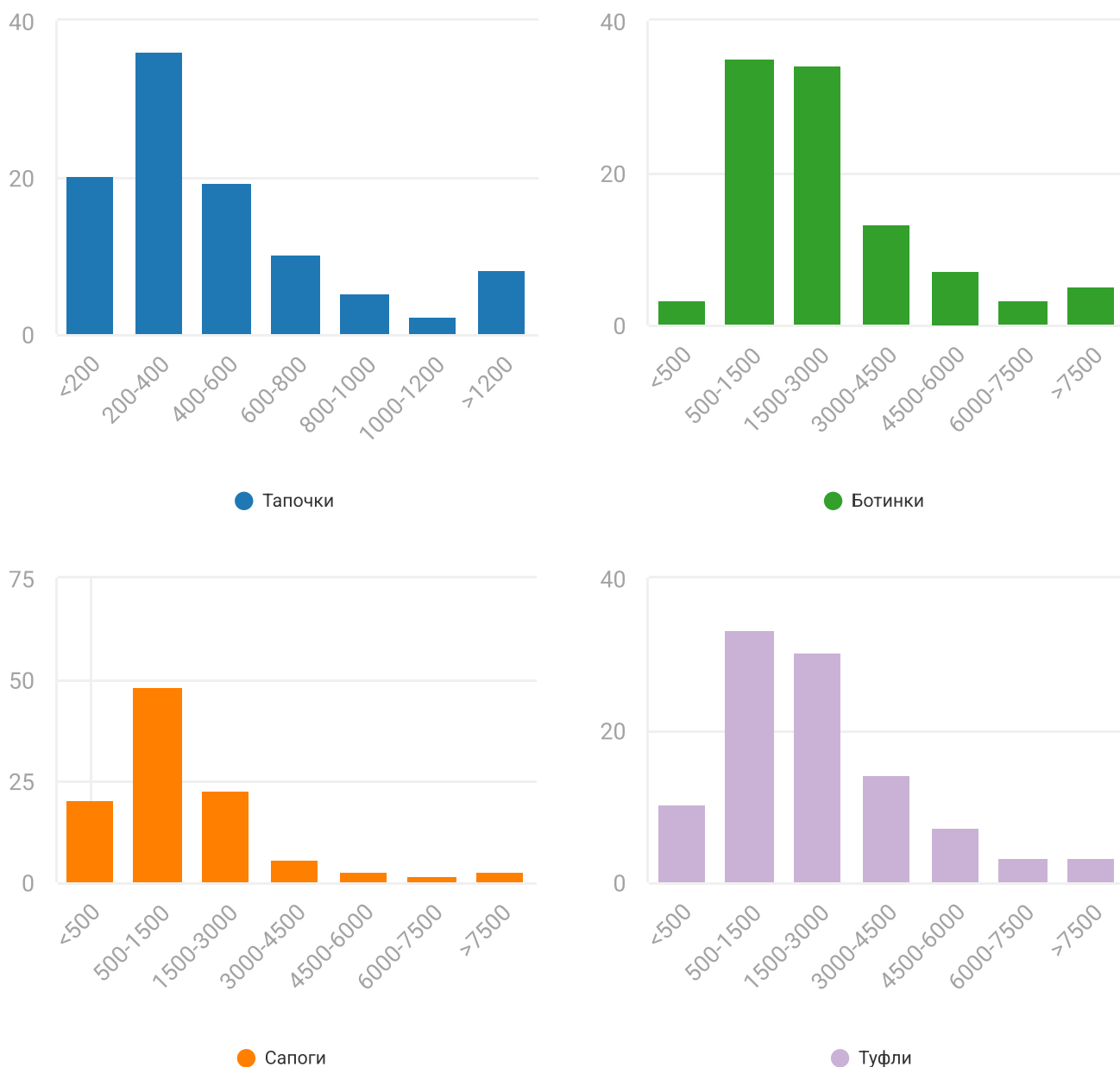


Распределение продаж по ценовым сегментам неоднородно для различных видов обуви (рисунок 6). Распределение цены смещено в сторону более дешевых сегментов обуви. При этом наиболее дорогой сегмент обуви колеблется в диапазоне 5,5–7,5% от числа проданных пар.

*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».



Рисунок 6. Ценовое распределение продаж отдельных видов обуви в I квартале 2023 года, %

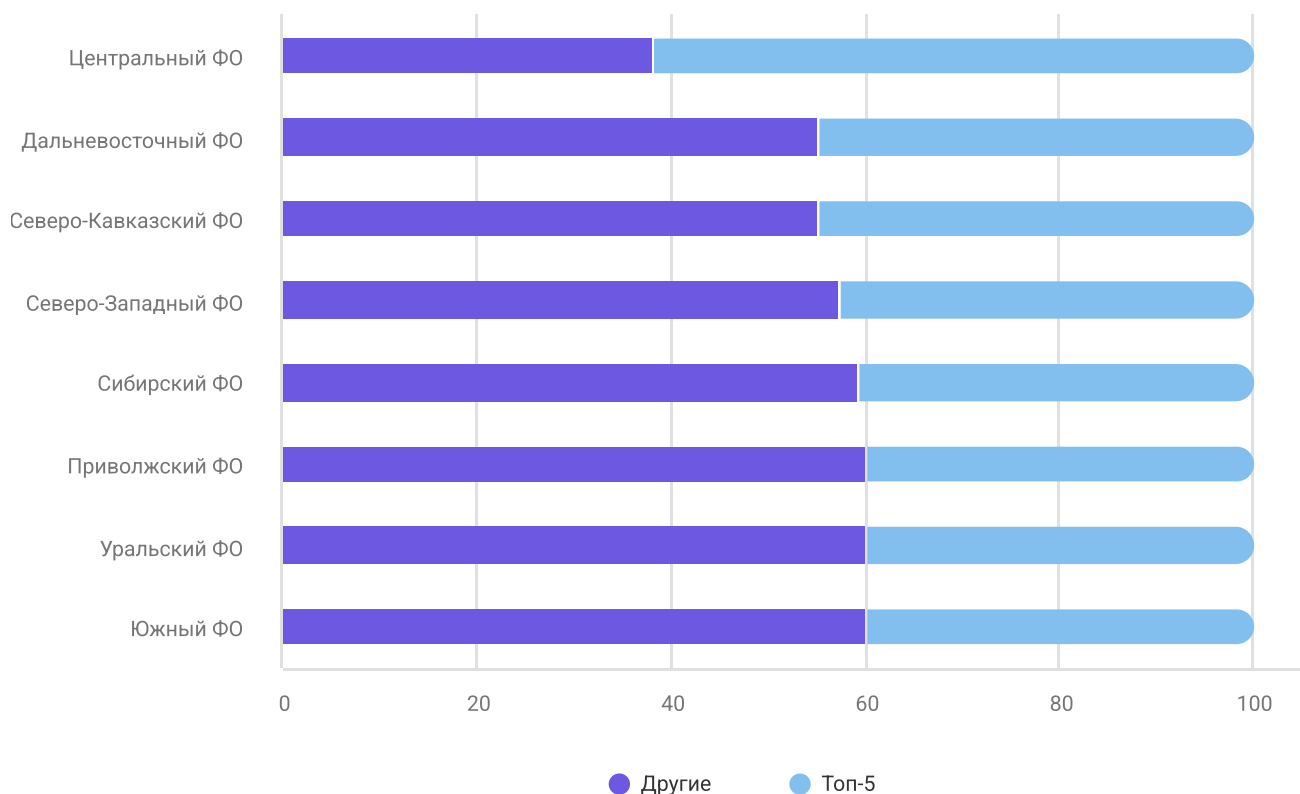


На рисунке 7 представлены доли продаж, приходящиеся на крупнейшие предприятия розничного сегмента в каждом из федеральных округов. Концентрация продаж демонстрирует схожую однородность: кроме



Центрального федерального округа — там на топ-5 компаний, продающих в розницу, пришлось 62% от общего объема продаж.

Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний*



5. Товарное предложение

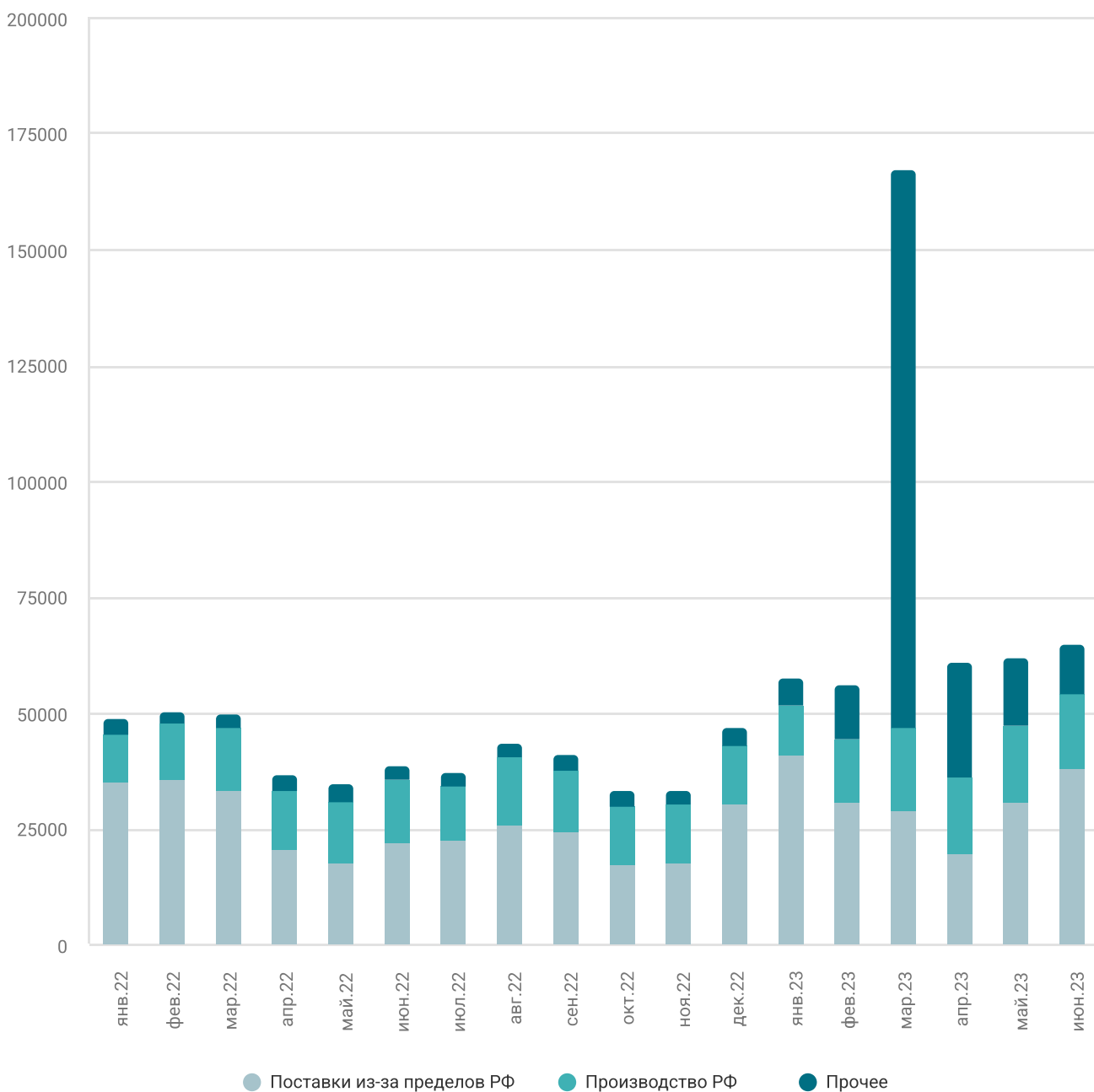
Объем введенных в оборот в II квартале 2023 года пар обуви составил 186,4 млн пар. Внутреннее производство составило 48,7 млн пар обуви против 42,7 млн пар годом ранее, поставки из за пределов РФ также выросли с 58,3 млн пар обуви до 85,3 млн пар. Структура предложения сохранила свою устойчивость, а годом ранее демонстрировавшие сильное снижение поставки увеличились практически в 1,5 раза.

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



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

Рисунок 8. Динамика и структура предложения на рынке обуви, тыс. шт.*



*Рост в марте 2023 года произошел из-за массовой перемаркировки остатков товаров.



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

Источник предложения	II квартал 2023 год	(I-II кварталы) 2023	Справочно		
			(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
Поставки из-за пределов РФ	87 874	187 713	163 279	59 890	99 839
Прочее	49 797	187 027	18 712	10 285	137 231
Производство РФ	48 736	91 417	75 430	39 420	42 681
Итого	186 407	466 157	257 421	109 595	279 751

Внутреннее производство обуви сохраняет ярко выраженную структуру по географической локализации — 44,2% обуви было произведено в Центральном федеральном округе (21,6 млн пар, годом ранее — 19,1 млн пар). По всей географии производств был представлен уверенный рост производства. На рисунке 9 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке обуви.

Рисунок 9. Динамика и структура предложения на рынке обуви, тыс. шт.

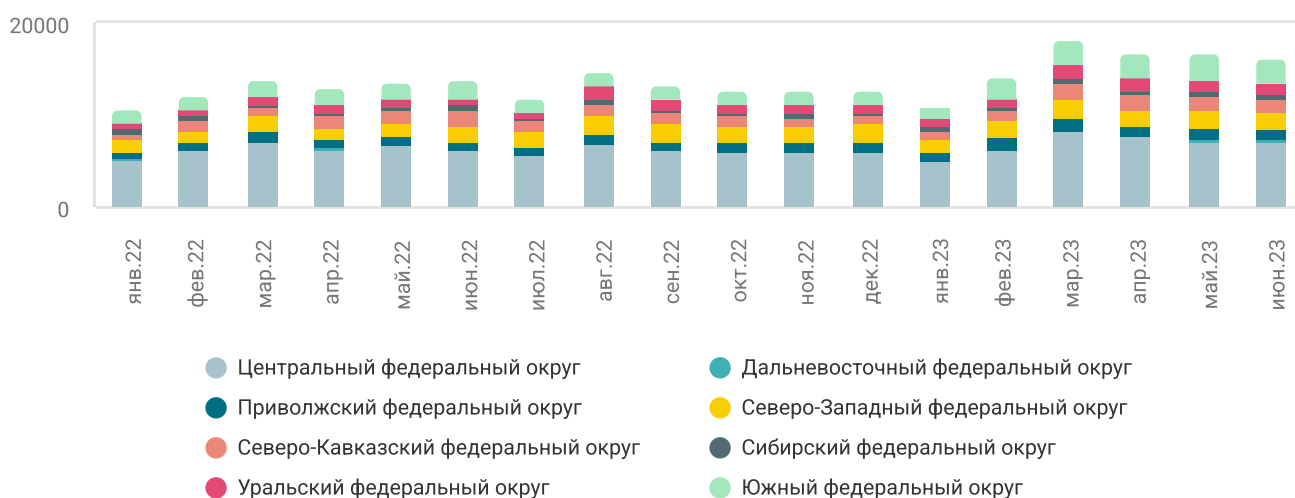




Таблица 7. Географическая структура производства обуви, тыс. шт.

Субъект РФ	II квартал 2023 год	(I-II кварталы) 2023	Справочно		
			(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
Центральный федеральный округ	21 587	40 650	37 054	18 981	19 064
Южный федеральный округ	7 516	13 815	9 729	5 109	6 300
Северо-Западный федеральный округ	5 538	10 864	8 807	4 456	5 326
Северо-Кавказский федеральный округ	4 432	8 276	6 663	4 155	3 845
Уральский федеральный округ	4 104	7 233	4 715	2 572	3 129
Приволжский федеральный округ	3 699	7 393	5 404	2 680	3 694
Сибирский федеральный округ	1 495	2 619	2 920	1 388	1 125
Дальневосточный федеральный округ	367	567	137	79	200
Итого	48 738	91 417	75 429	39 420	42 683

В II квартале 2023 года наиболее распространенным видом обуви, произведенной внутри страны, были тапочки (23,3 млн пар) и ботинки (7,4 млн пар). Как видно на структуре, общий прирост объемов производств стал возможен за счет роста производства по целому ряду видов продукции: тапочки

Квартальный обзор
по товарной категории
«Обувь»



(с 18,4 млн пар до 23,3 млн пар), ботинки (с 6,6 млн пар до 7,5 млн пар), сапоги (с 4,3 млн пар до 4,5 млн) и др.

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

Рисунок 10. Структура предложения по типам производимой обуви, тыс. шт.

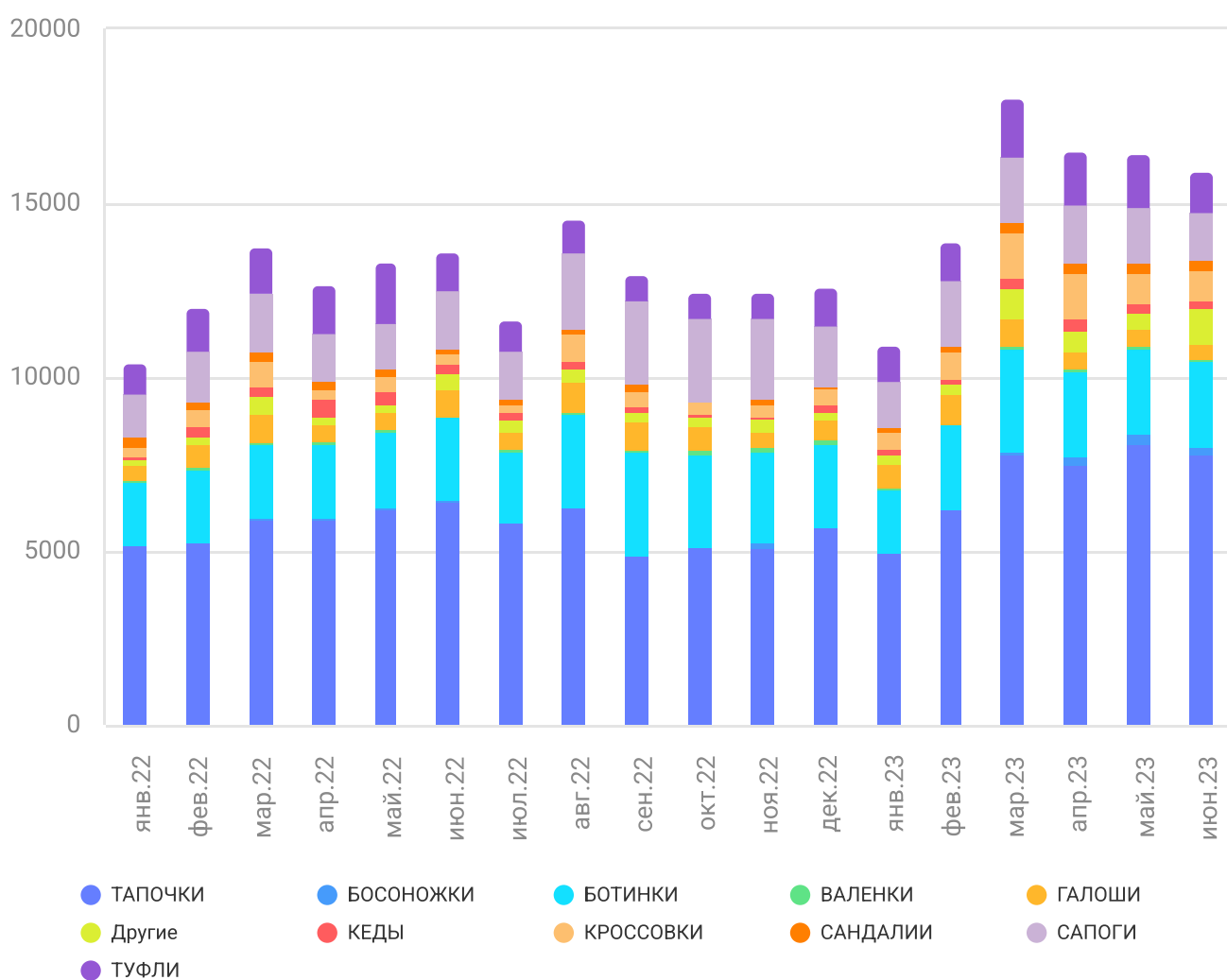




Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

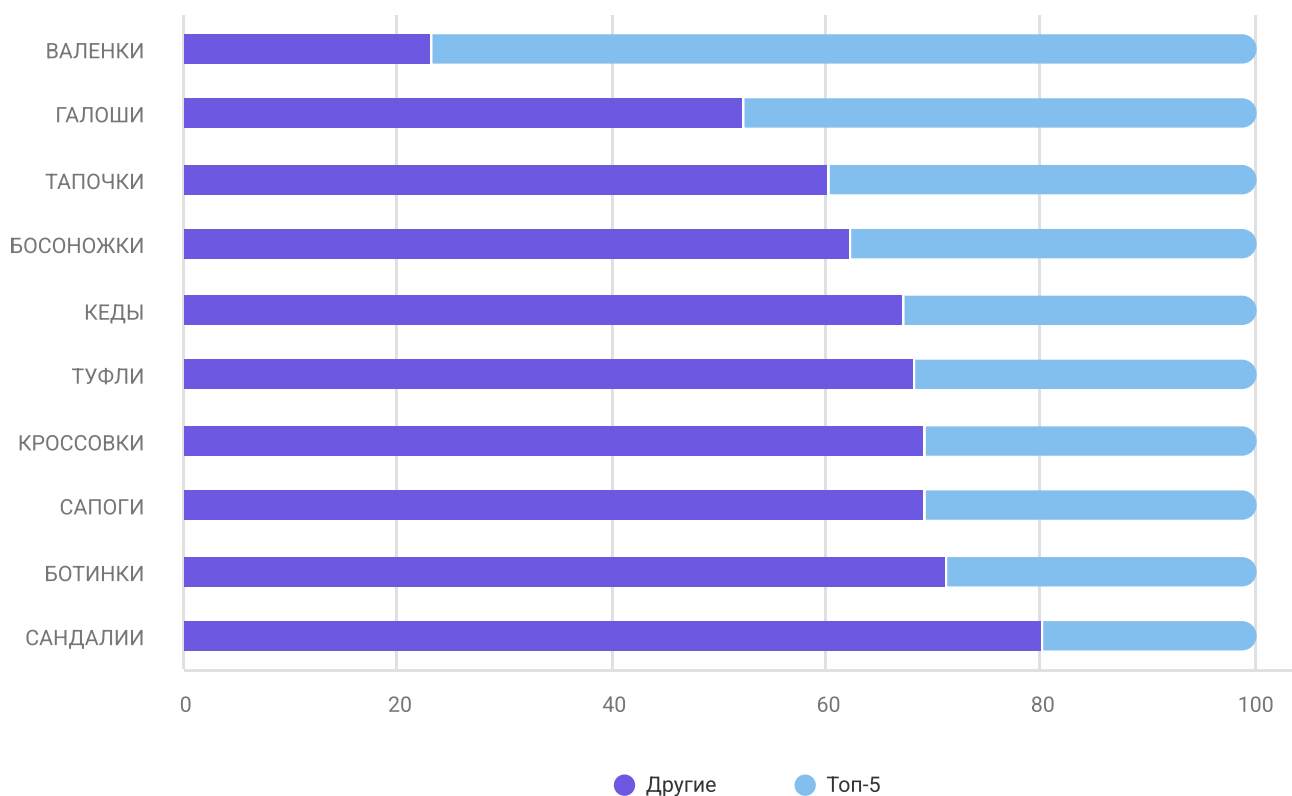
Категория продукции	II квартал 2023 год	(I-II кварталы) 2023	Справочно		
			(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
ТАПОЧКИ	23 297	42 081	34 684	18 445	18 784
БОТИНКИ	7 473	14 724	12 619	6 620	7 251
САПОГИ	4 551	9 664	8 579	4 273	5 113
ТУФЛИ	4 318	8 080	7 692	4 234	3 762
КРОССОВКИ	2 975	5 511	2 735	1 113	2 536
Другие	1 986	3 404	1 755	915	1 418
ГАЛОШИ	1 506	3 738	3 706	1 777	2 232
САНДАЛИИ	915	1 505	1 305	601	589
КЕДЫ	907	1 566	1 686	1 069	659
БОСОНОЖКИ	621	772	330	225	151
ВАЛЕНКИ	187	373	338	147	186
Итого	48 736	91 418	75 429	39 419	4 2681



В производственном сегменте наблюдаются отличия в степени концентрации рынка в зависимости от вида обуви. В наибольшей степени сконцентрированы в II квартале текущего года оказались производства валенок (более 75% приходится на топ-5 компаний), галош (48%). По остальным видам уровень концентрации по топ-5 компаниям колеблется от 23 до 43%.

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

Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний





На рисунках 12 и в таблице 9 представлена динамика ввоза из-за пределов РФ в разбивке на типы обуви.

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

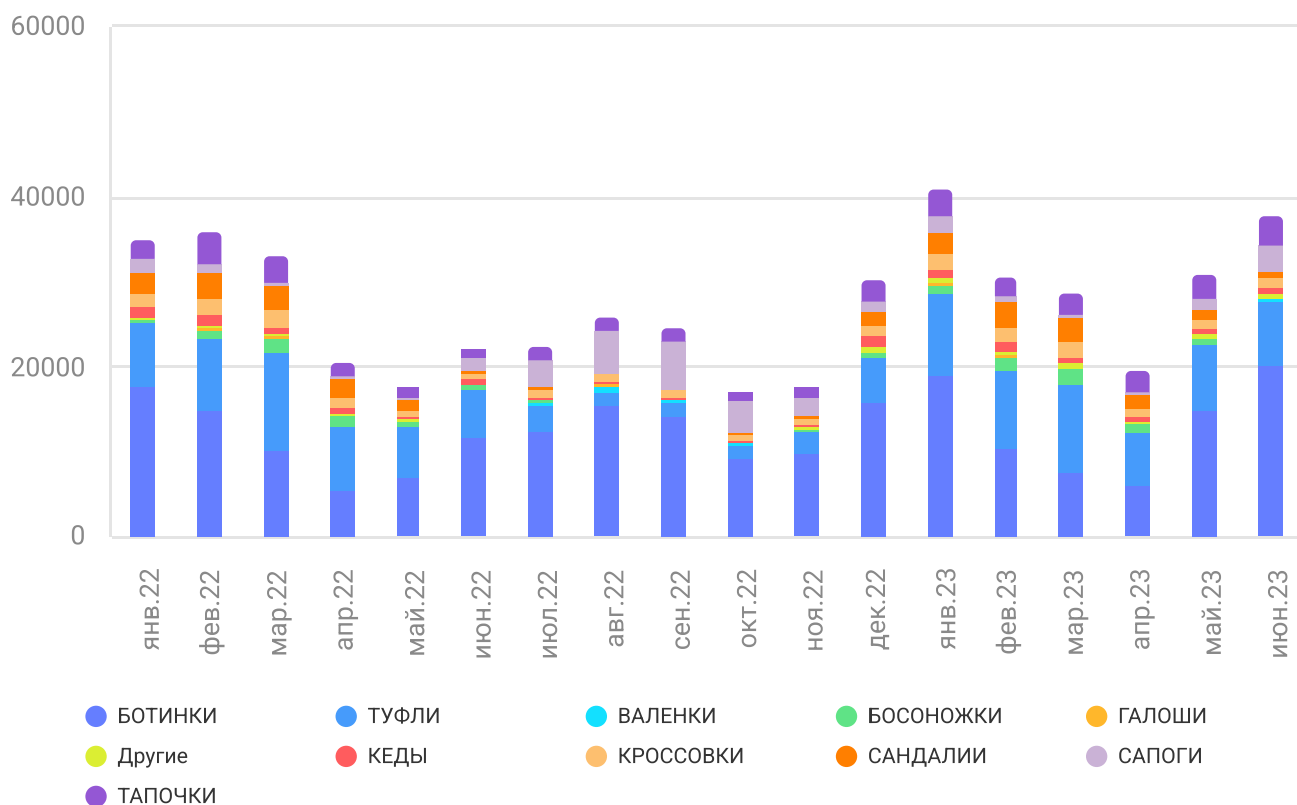




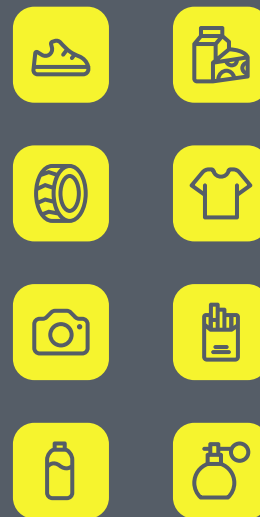
Таблица 9. Структура ввоза из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

Категория продукции	II квартал 2023 год	(I-II кварталы) 2023	Справочно		
			(I-II кварталы) 2022	II квартал 2022	I квартал 2023
БОТИНКИ	40 846	77 546	65 979	23 483	36 700
ТУФЛИ	21 716	50 867	47 181	19 713	29 151
ТАПОЧКИ	8 688	16 801	12 299	3 581	8 113
САПОГИ	4 731	7 142	4 948	2 243	2 411
САНДАЛИИ	3 421	11 984	12 543	3 770	8 563
КРОССОВКИ	3 395	8 717	8 521	2 947	5 322
КЕДЫ	1 756	4 650	4 267	1 205	2 894
БОСОНОЖКИ	1 699	6 102	5 172	2 097	4 404
Другие	1 331	2 766	1 628	604	1 435
ГАЛОШИ	219	1 065	637	145	845
ВАЛЕНКИ	72	73	103	102	0
Итого	87 874	187 713	163 278	59 890	99 838

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