

I квартал 2024 года

Квартальный 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 167 955 коде товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 130 420 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 I квартале 2024 г. в сравнении с предыдущим кварталом (колебания в пределах 1%-5%), за исключением масла сливочного, цены на которое выросли на 8%.

**Потребление** молочной продукции, в свою очередь, выросло к I кварталу 2023 г. в точках продаж на 13.6%. В сравнении же с IV кварталом 2023 года продажи в точках выросли на 5.6%.

### Молоко

В I квартале наблюдалось увеличение **цен** на 4.1%—5.1% к I кварталу 2023 г. При этом **доля в структуре** розничных продаж снизилась по пастеризованному молоку на 2.5 п.п., доля же ультрапастеризованного выросла (+0.3 п.п. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года), что, однако, при общем росте потребления молочной продукции дает увеличение спроса на молоко.

**Предложение** продукции в I квартале 2024 г. при этом превышает I квартал 2023 года на 4%, преимущественно из-за прироста **производства** на 3.8%.

В сравнении же с предыдущим кварталом, предложение увеличилось на 1%.

Цены ↑

Спрос ↑

Производство ↑

Ввоз в РФ ↑



## Кефир

**Производство** кефира незначительно снизилось на 1% в I квартале 2024 г. к аналогичному периоду прошлого года с одновременным снижением доли в структуре **розничных продаж** продукции на 0.8 п.п. к I кварталу 2023 г., что, однако, при общем приросте продаж говорит о стабильном спросе. При этом производство выросло на 9% к предыдущему кварталу, доля в структуре также выросла на 0.7 п.п. **Цены** же на продукцию увеличились на 2.5% и к аналогичному периоду прошлого года, и к предыдущему кварталу.

Цены ↑

Спрос ↑

Производство →

---

## Сметана

**Цены** на сметану выросли на 2% к I кварталу предыдущего года и на 3.7% к предыдущему кварталу. Кроме того, в I квартале 2023 г. в сравнении с аналогичным периодом 2023 г. на 7% увеличилось **предложение** на рынке продукции, в основном благодаря приросту производства сметаны на 7%. В сравнении же с предыдущим кварталом 2023 г. предложение увеличилось на 2%.

Цены ↑

Спрос ↑

Производство ↑

---



## Йогурт

В I квартале 2024 г. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года наблюдается прирост **предложения** йогуртов (+16%), преимущественно за счет увеличения отечественного **производства** (+15%) данной продукции.

В сравнении с предыдущим кварталом предложение выросло на 5%.

При этом доля в структуре **розничных продаж** незначительно увеличилась на 0,7 п.п. при росте средневзвешенной **цены** в I квартале 2024 года в сравнении с I кварталом 2023 г. на 3.3%, и выросла на 0.3 п.п. при росте цены на 3.7% в сравнении с предыдущим кварталом.

Цены ↑

Спрос ↑

Производство ↑

Ввоз в РФ ↑

## Мороженое

**Цены** на мороженое увеличились на 5% и к I кварталу 2023 г., и к предыдущему кварталу. Спрос в I квартале 2024 г. к I кварталу 2023 года в точках продаж увеличился на 28%, в то время как прирост в I квартале к предыдущему кварталу вырос на 15.6%.

**Предложение** мороженого увеличилось в I квартале 2024 г. к аналогичному периоду прошлого года на 11.9% и на 66.2% к предыдущему кварталу. И если рост к предыдущему кварталу можно объяснить сезонными колебаниями, то увеличение предложения к I кварталу 2023 г. произошло за счет прироста внутреннего **производства** (+12.2%). Ввоз мороженого из-за пределов в сравнении с аналогичным периодом прошлого года практически не изменился. В сравнении же с предыдущим кварталом он немного подрос, однако, основной прирост (98% прироста) пришелся все же на увеличение внутреннего производства РФ (+67% к IV кварталу 2023 г.).

Цены ↑

Спрос ↑

Производство ↑

Ввоз в РФ →



## 5. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж молочной продукции в I квартале 2024 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 1.2 п.п.

Наибольшее изменение продаж показали такие типы продукции как:

**Молоко пастеризованное и прочее** — падение на 2.5 п.п. к аналогичному периоду прошлого года;

**Кефир** — падение на 0.8 п.п. к аналогичному периоду в прошлом году;

**Творог и творожный продукт** — рост на 0.9 п.п. к аналогичному периоду прошлого года.



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

На рисунке 2 и в таблице 2 представлена динамика потребления.

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

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



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

Тип продаж	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Продажа конечному потребителю	96.18	96.34	97.39
Дистанционная продажа конечному потребителю	3.82	3.65	2.6
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0	0	0.01
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу, %

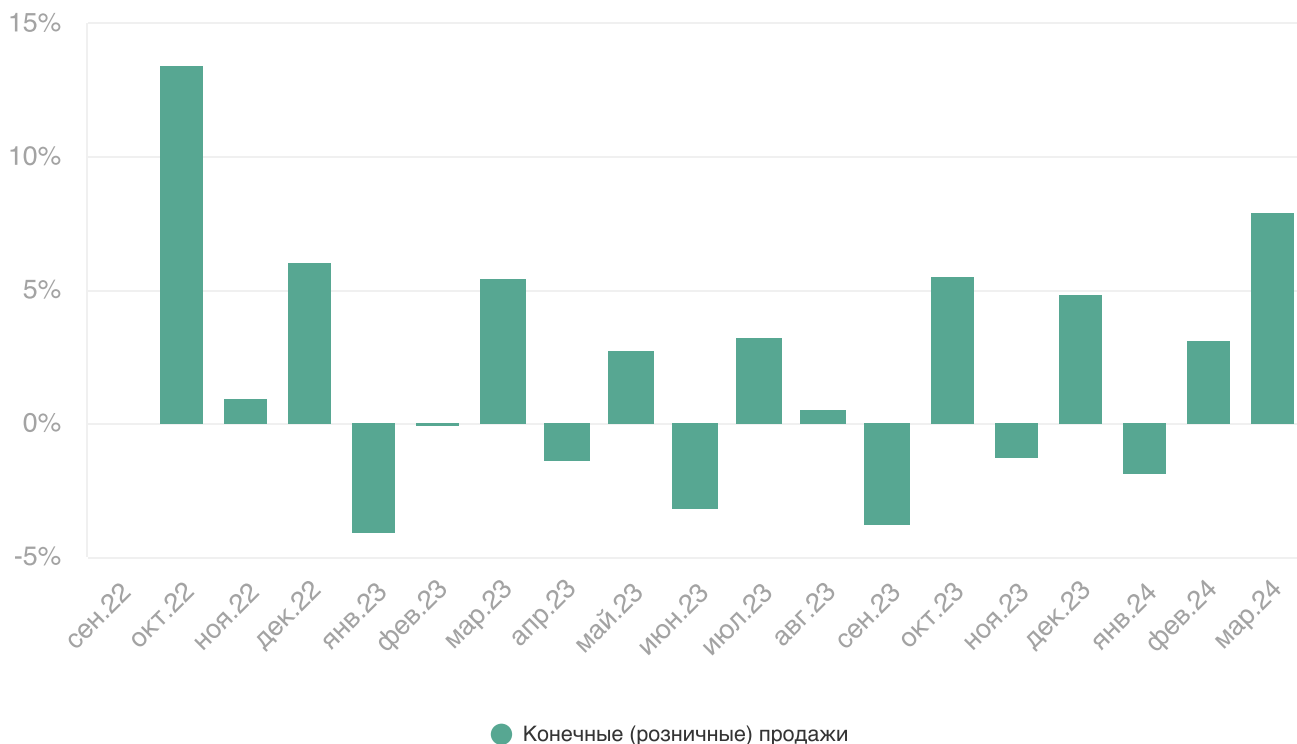


Таблица 2. Динамика потребления, %

Тип продаж	I кв 2024 к I кв 2023	I кв 2024 к IV кв 2023
Конечные (розничные) продажи	13.56	5.57



Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

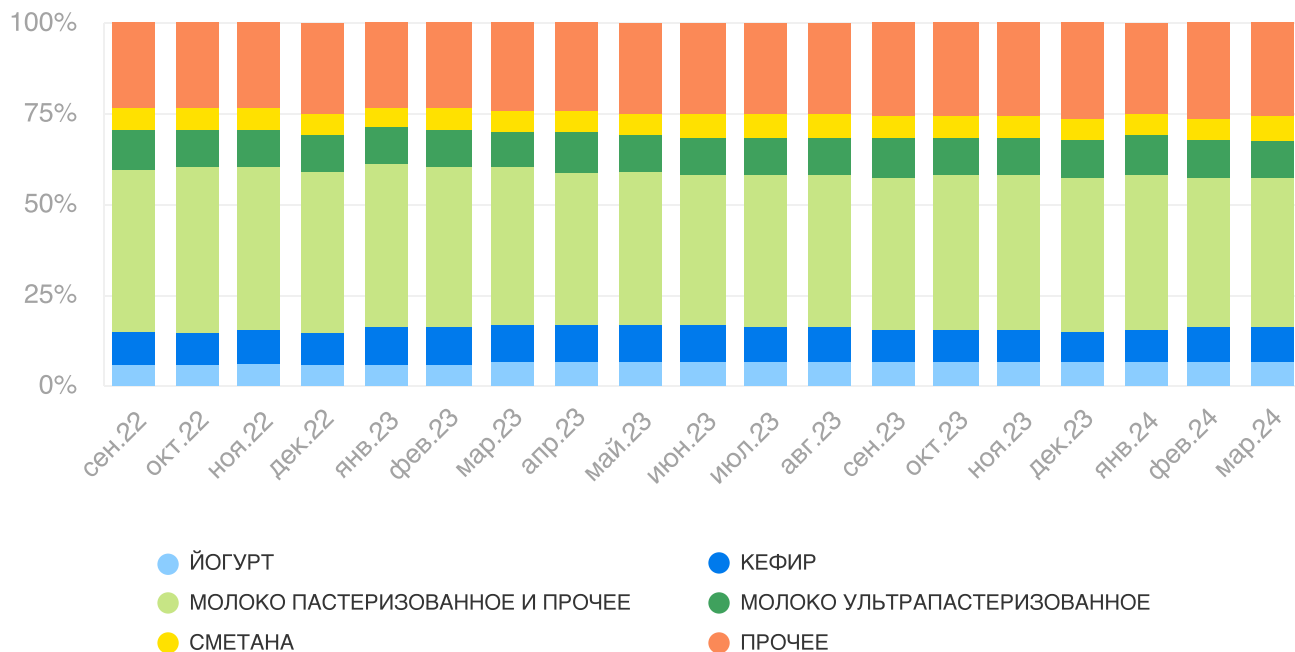


Таблица 3. Структура конечных продаж по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Молоко пастеризованное и проч.	41.58	42.64	44.09
Молоко ультрапастеризованное	10.42	10.42	10.12
Кефир	9.22	8.57	10.05
Йогурт	6.86	6.58	6.2
Творог и творожный продукт	5.99	5.41	5.12
Прочее	25.93	26.38	24.42
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>



В I квартале 2024 года Приволжский ФО был лидером по числу проданных единиц продукции **Молоко пастеризованное и прочее** на 1000 человек населения — 2 225 л.

Высокий объем среднемесячных продаж на 1 000 человек в разрезе типа продукции **Молоко пастеризованное и прочее** был в регионах Кировская область — 3 837 л. и Вологодская область — 3 609 л.



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

Таблица 4а. Региональная структура среднемесячных продаж молочной продукции (на 1 000 человек), л.

Субъект РФ	Молоко пастеризованное и прочее	Молоко ультрапастеризованное	Кефир	Сметана	Творог и творожный продукт	Йогурт	Масло натуральное	Прочее
Приволжский ФО	2 225	235	390	238	230	288	115	728
Уральский ФО	2 211	245	387	278	235	305	109	726
Сибирский ФО	2 196	321	310	262	194	287	107	673
Северо-Западный ФО	2 184	448	528	397	380	360	151	1 056
Центральный ФО	1 730	711	510	276	359	352	134	871
Южный ФО	1 397	327	396	255	208	270	122	732
Дальневосточный ФО	750	912	233	146	146	202	72	405
Северо-Кавказский ФО	391	78	110	70	52	90	40	229



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

Субъект РФ	Молоко пастеризованное и прочее	Молоко ультрапастеризованное	Кефир	Сметана	Творог и творожный продукт	Йогурт	Масло натуральное	Прочее
<b>Справочно</b>								
Кировская область	3 837	45	461	344	297	368	149	901
Вологодская область	3 609	77	489	439	362	342	195	1 168
Республика Карелия	2 659	372	538	509	413	300	161	943
Ленинградская область	2 272	596	598	449	383	387	166	1 132
Московская область	1 826	1 347	666	367	490	481	170	1 186
<b>Дистанционные продажи*</b>								
Вся Россия	59	35	11	9	11	12	4	30

\*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.



## Мороженое

В структуре конечных продаж **Мороженого** в I квартале 2024 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 1.4 п.п.

Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 4 и в таблице 5.

На рисунке 5 и таблице 6 представлена динамика потребления.

Рисунок 4. Структура вывода из оборота (продаж) мороженого, %





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

Тип продаж	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Продажа конечному потребителю	94.18	94.32	95.6
Дистанционная продажа конечному потребителю	5.82	5.67	4.4
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат	0	0	0
<b>Итого</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Рисунок 5. Динамика продаж мороженого месяц к месяцу, %

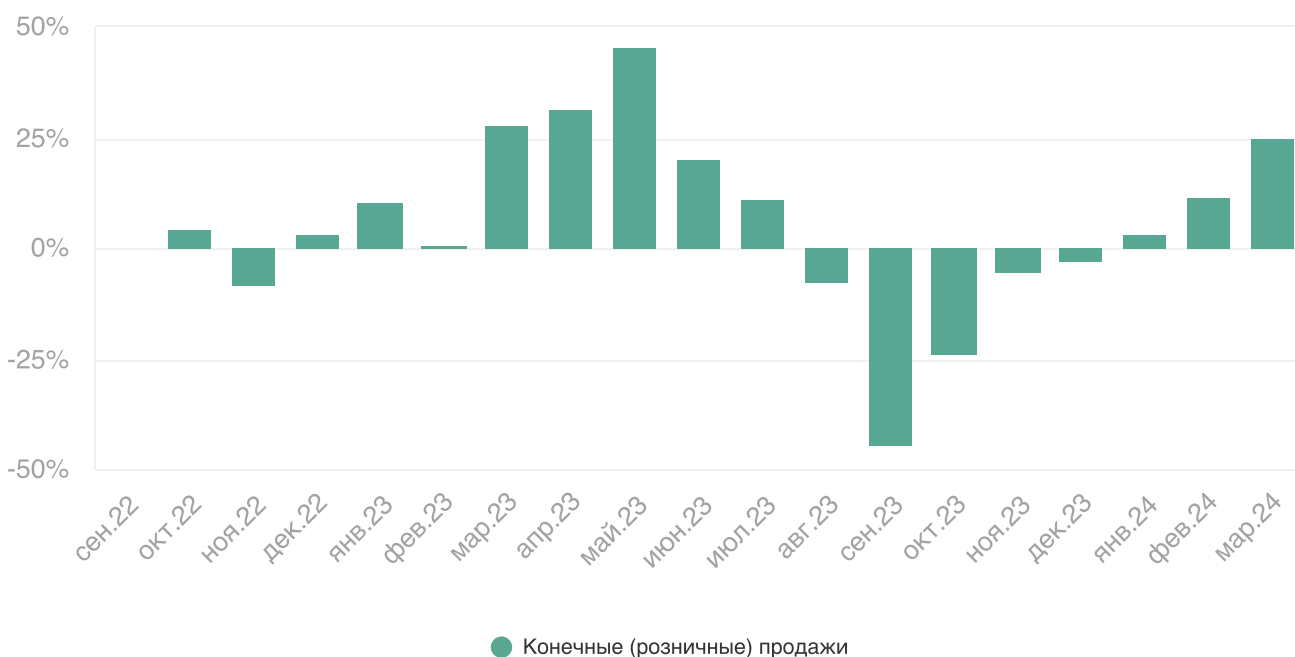


Таблица 6. Динамика потребления мороженого, %

Тип продаж	I кв 2024 к I кв 2023	I кв 2024 к IV кв 2023
Конечные (розничные) продажи	27.83	15.57



В I квартале 2024 года Северо-Западный ФО был лидером по числу проданного объема мороженого на 1 000 человек населения — 158 кг.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Московская область — 186 кг и Ленинградская область — 184 кг.

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

Таблица 7а. Региональная структура среднемесячных продаж мороженого (на 1 000 человек), кг

Субъект РФ	Мороженое
Северо-Западный ФО	158
Уральский ФО	133
Центральный ФО	133
Сибирский ФО	130
Приволжский ФО	114
Дальневосточный ФО	105
Южный ФО	87
Северо-Кавказский ФО	20



**Таблица 76. Региональная структура среднемесячных продаж мороженого (на 1 000 человек), кг**

Субъект РФ	Мороженое
<b>Справочно</b>	
Московская область	186
Ленинградская область	184
Мурманская область	176
Свердловская область	174
Томская область	170
<b>Дистанционные продажи*</b>	
Вся Россия	7

\*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 наибольшее изменение цен было у категории товаров **Пахта** — рост на 17% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном периоде прошлого года.

Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам молочной продукции приведена на рисунке 6 и в таблицах 8а и 8б.

Рисунок 6. Средние цены на товары молочной продукции и мороженое, руб./л./кг

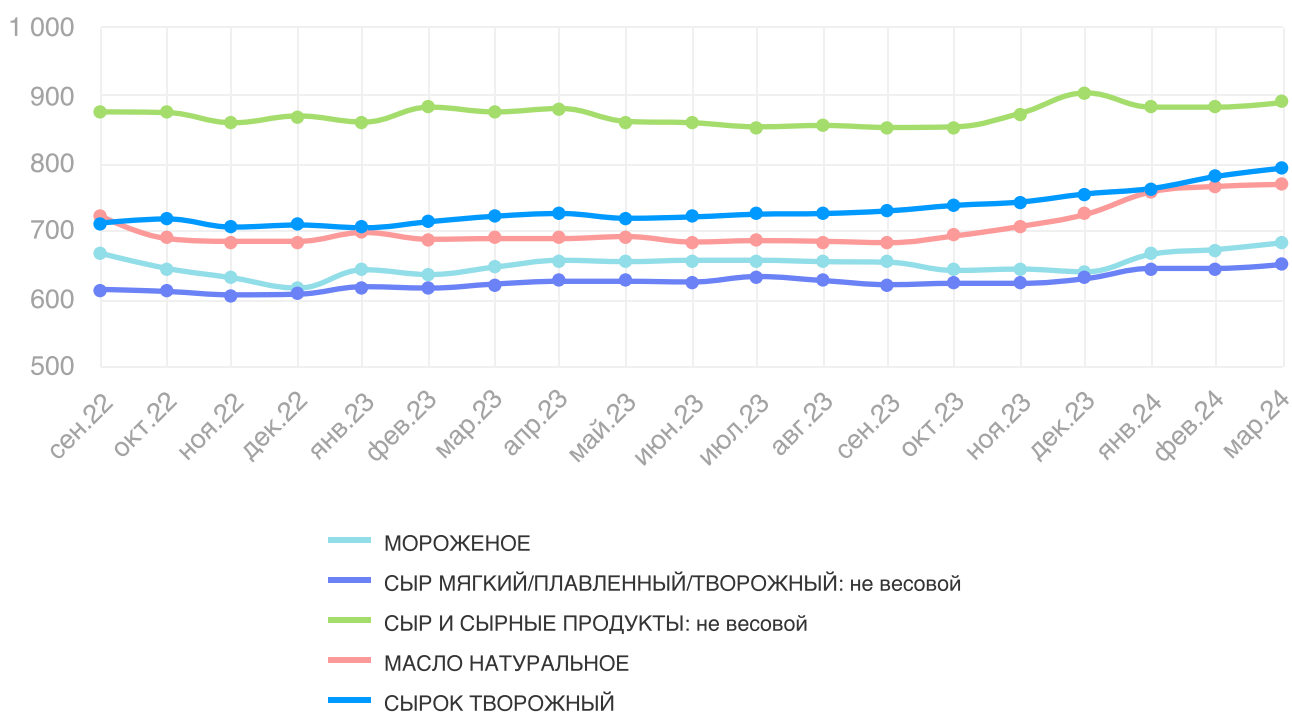




Таблица 8а. Средние цены за килограмм молочной продукции и мороженого, руб.

Тип продукции	I квартал 2024	Измене- ние цен, кв/кв	Измене- ние цен, г/г	Справочно	
				IV квартал 2023	I квартал 2023
Сыр и сырные прод-кты: не весовой	885	1%	1%	877	873
Сырок творожный	779	5%	9%	745	714
Масло натуральное	764	8%	10%	708	692
Молоко и сливки сухие	702	2%	-14%	689	815
Мороженое	674	5%	5%	642	642
Сыр мягкий/плавлен. / творож.: не весовой	647	4%	5%	625	619
Творог и творожный продукт	373	2%	1%	365	370
Молоко и сливки сгущенные	300	5%	3%	287	290
Сметана	250	4%	2%	241	245
Сливки пастеризов.	247	5%	5%	235	235
Йогурт	222	4%	3%	214	215
Молокосодержащий продукт и десерт	217	3%	4%	211	208



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

Тип продукции	I квартал 2024	Измене- ние цен, кв/кв	Измене- ние цен, г/г	Справочно	
				IV квартал 2023	I квартал 2023
Кумыс	190	-1%	1%	192	188
Кисломолочный продукт (прочее)	179	-4%	5%	186	170
Простокваша	140	1%	1%	138	139
Ряженка	115	3%	4%	112	111
Сыворотка и сыворот. продукты	115	6%	13%	109	102
Кефир	83	2%	2%	81	81
Молоко ультрапастериз.	83	5%	5%	79	79
Айран	79	1%	3%	78	77
Молоко пастериз. и прочее	77	4%	4%	74	74
Пахта	48	4%	17%	46	41



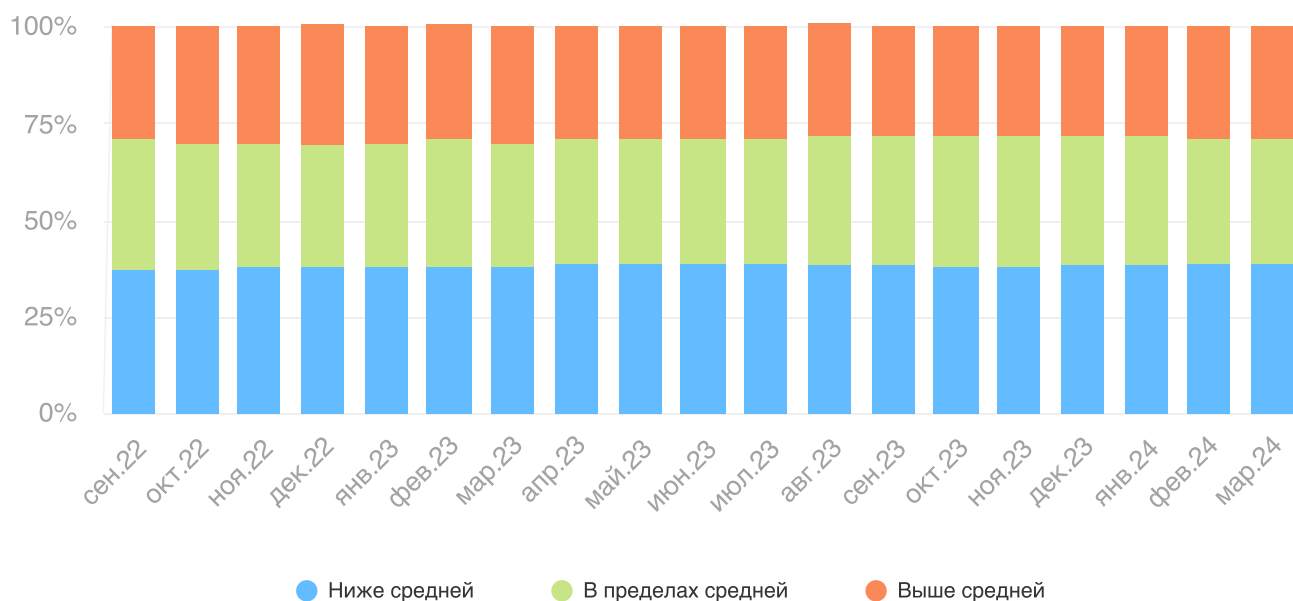
Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости ( $\pm 10\%$  от средневзвешенной цены). Все, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней».

Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах молочной продукции в России — на уровне 39% 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 7.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов молочной продукции приведены на рисунке 8.

**Рисунок 7. Сегменты рынка по средневзвешенной цене**





Основная часть продукции в категории **Йогурт** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 51%.

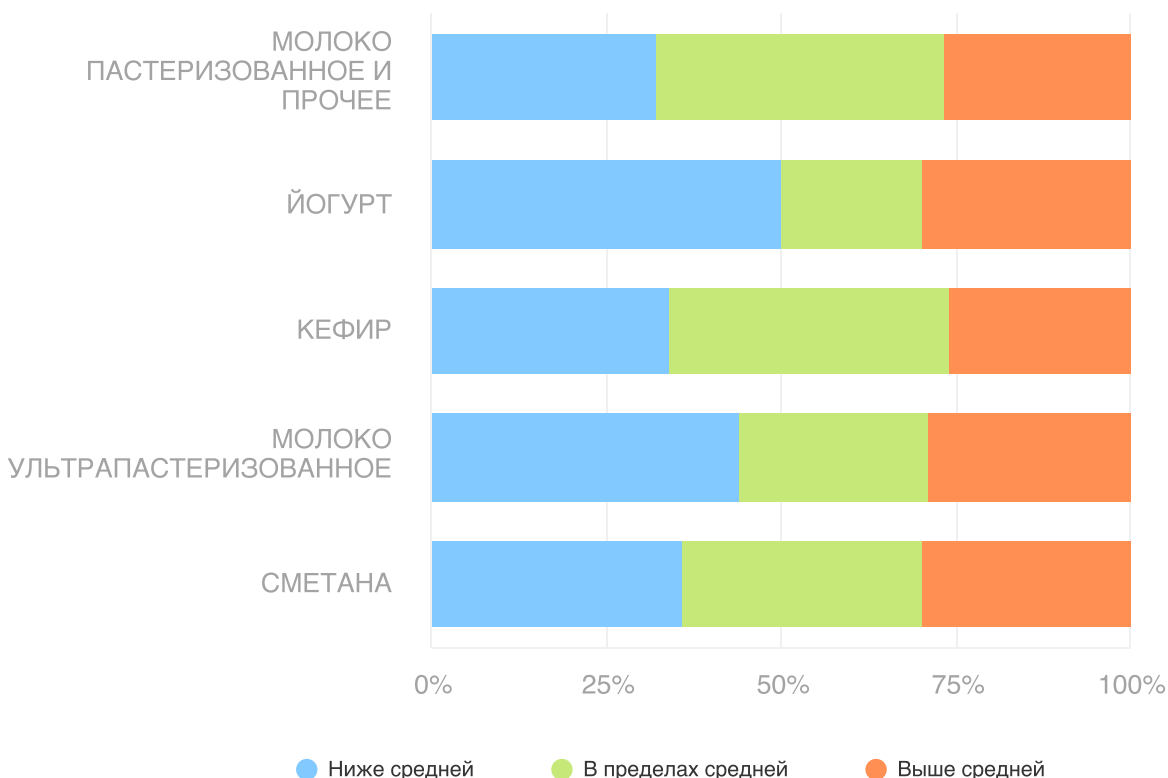
В категории **Молоко ультрапастеризованное** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 44%.

Для типа продукции **Кефир** большая часть продаж составляет ценовой сегмент «В пределах средней» — 40%.

В категории **Молоко пастеризованное и прочее** 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%.

Рисунок 8. Распределение конечных продаж по ценовым сегментам отдельных видов молочной продукции

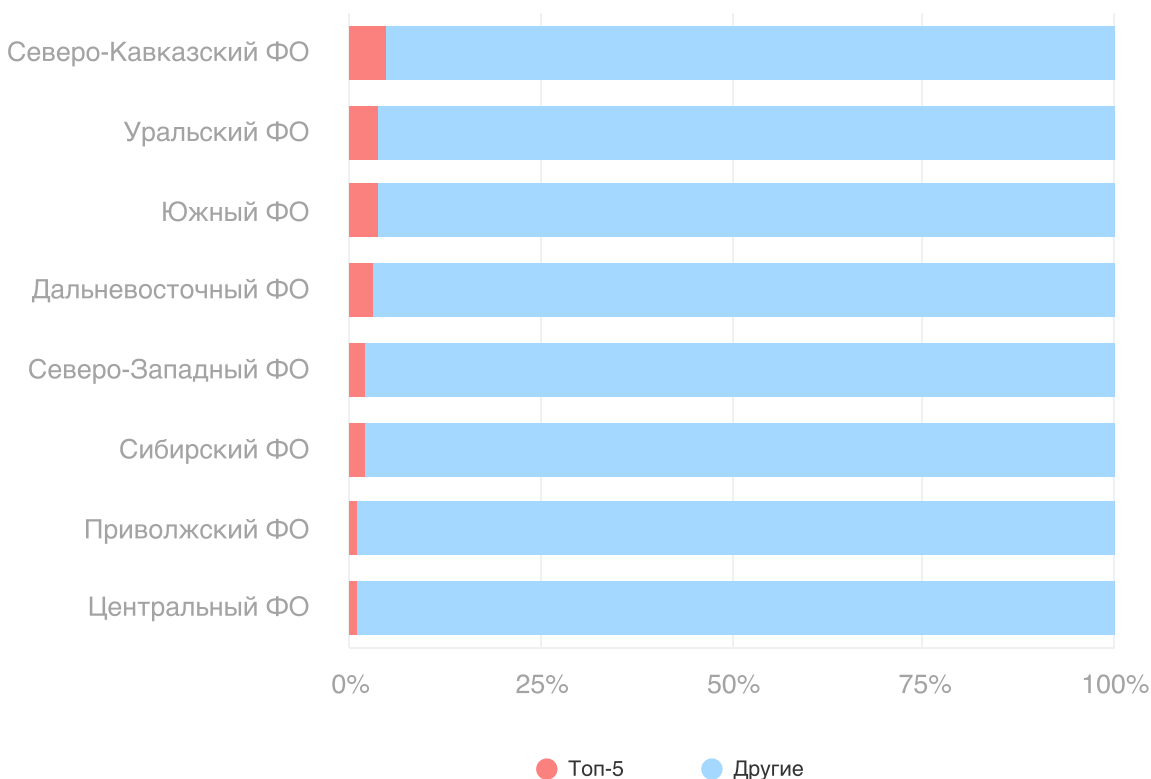




Северо-Кавказский ФО в I квартале 2024 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 5%. В свою очередь Центральный ФО с долей в 1% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации производства.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний молочной продукции представлена на рисунке 9.

**Рисунок 9. Доли рынка крупнейших компаний, продающих молочную продукцию**

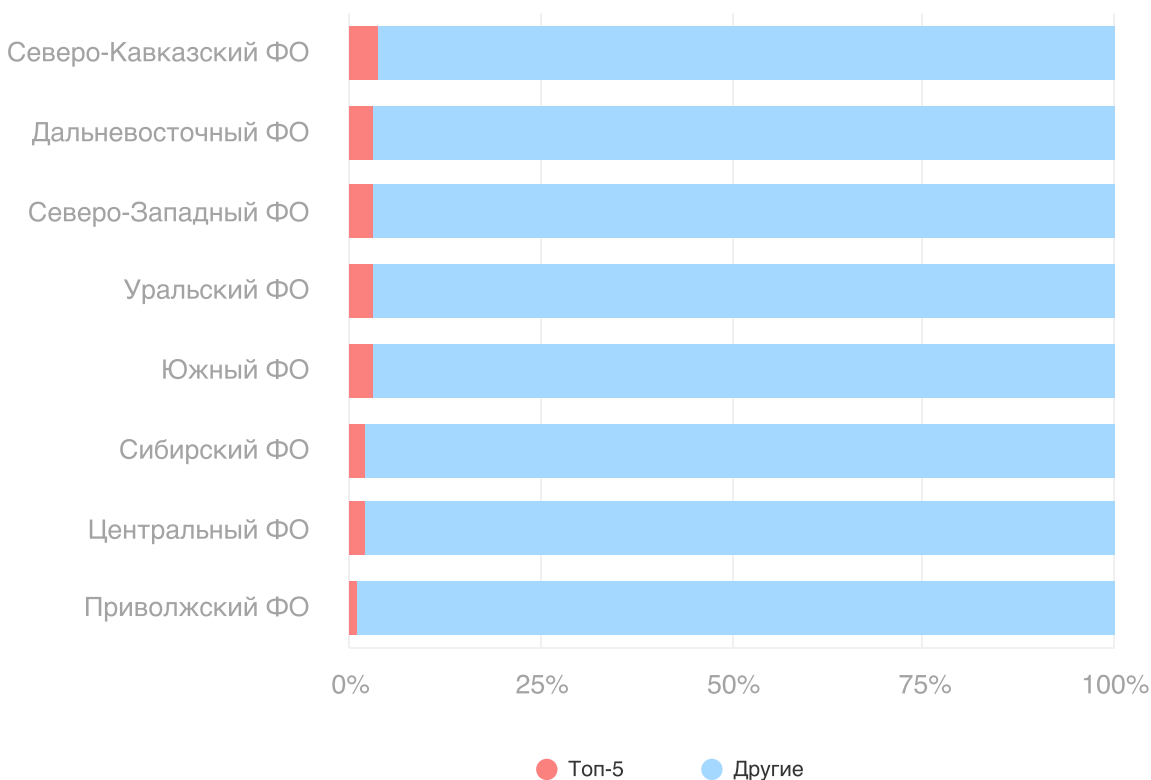




Северо-Кавказский ФО в I квартале 2024 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний продающих мороженное среди всех федеральных округов со значением 4%.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний мороженого представлена на рисунке 10.

**Рисунок 10. Доли рынка крупнейших компаний, продающих мороженное**





## 6. Товарное предложение

Большая часть предложения в I квартале 2024 года приходится на «Производство РФ» и составляет 94% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 6%.

Поставки из-за пределов РФ — вторая по объёму часть предложения — 6%. В I квартале 2024 года демонстрирует рост на 10% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

На рисунке 11 и в таблице 9 представлена динамика предложения и его структура на рынке молочной продукции.

Рисунок 11. Динамика и структура предложения на рынке молочной продукции, млн л/кг.

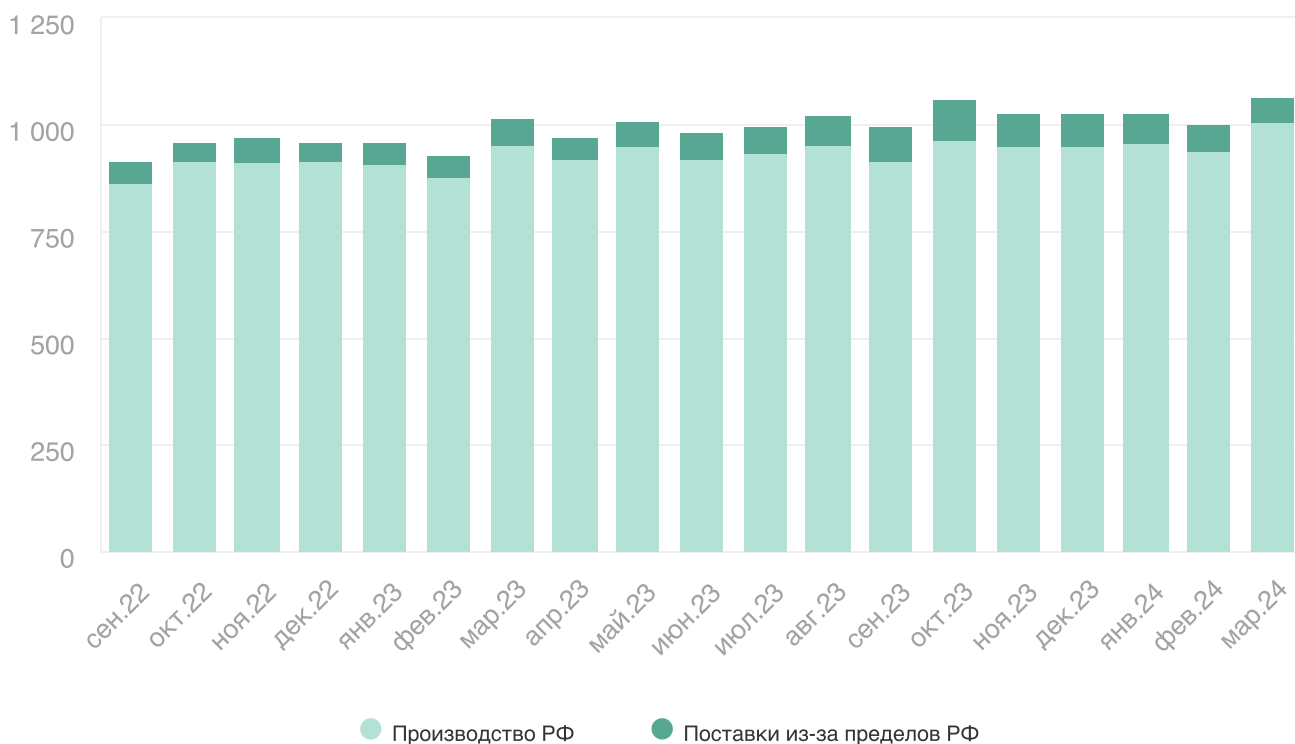




Таблица 9. Структура предложения на рынке молочной продукции, млн л/кг.

Источник предложения	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Производство РФ	2 901	2 870	2 731
Поставки из-за пределов РФ	184	232	167
<b>Итого</b>	<b>3 085</b>	<b>3 102</b>	<b>2 898</b>



В I квартале 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 44% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 12%.

Приволжский ФО занимает второе место по объему производства молочной продукции в России. В I квартале 2024 года там было произведено 635 млн л. продукции, что составляет 22% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 3%.

На рисунке 12 и в таблице 10 представлена динамика предложения и его структура на рынке молочной продукции.

**Рисунок 12. Динамика и географическая структура производства молочной продукции, млн л/кг**

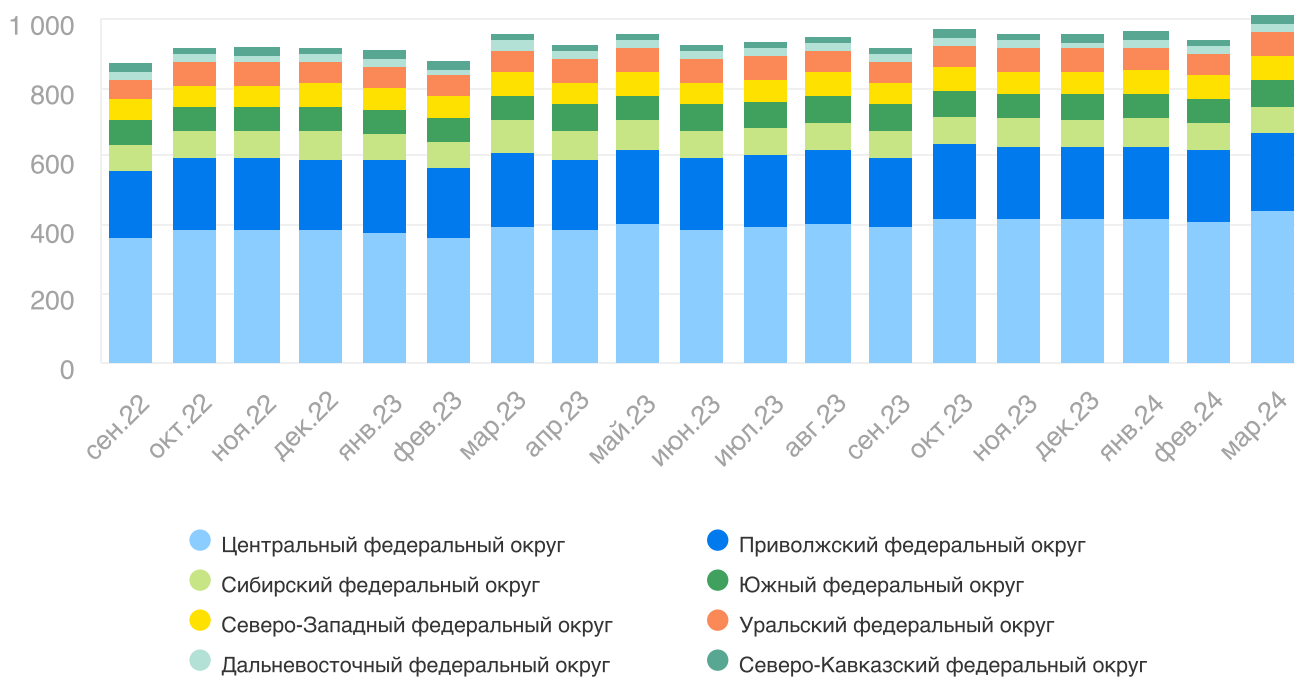




Таблица 10. Географическая структура производства молочной продукции, млн л/кг.

Федеральный округ	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Центральный ФО	1 278	1 250	1 145
Приволжский ФО	635	637	616
Сибирский ФО	247	245	254
Южный ФО	217	216	208
Северо-Западный ФО	198	201	189
Уральский ФО	198	195	192
Дальневосточный ФО	72	70	71
Северо-Кавказский ФО	56	56	56
<b>Итого</b>	<b>2 901</b>	<b>2 870</b>	<b>2 731</b>



## Мороженое

Большая часть предложения на рынке мороженого в I квартале 2024 года приходится на «Производство РФ» и составляет 97% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 12%.

Поставки из-за пределов РФ — вторая по объёму часть предложения — 3%.

На рисунке 13 и в таблице 11 представлена динамика предложения и его структура на рынке мороженого.

Рисунок 13. Динамика и структура предложения на рынке мороженого, млн кг

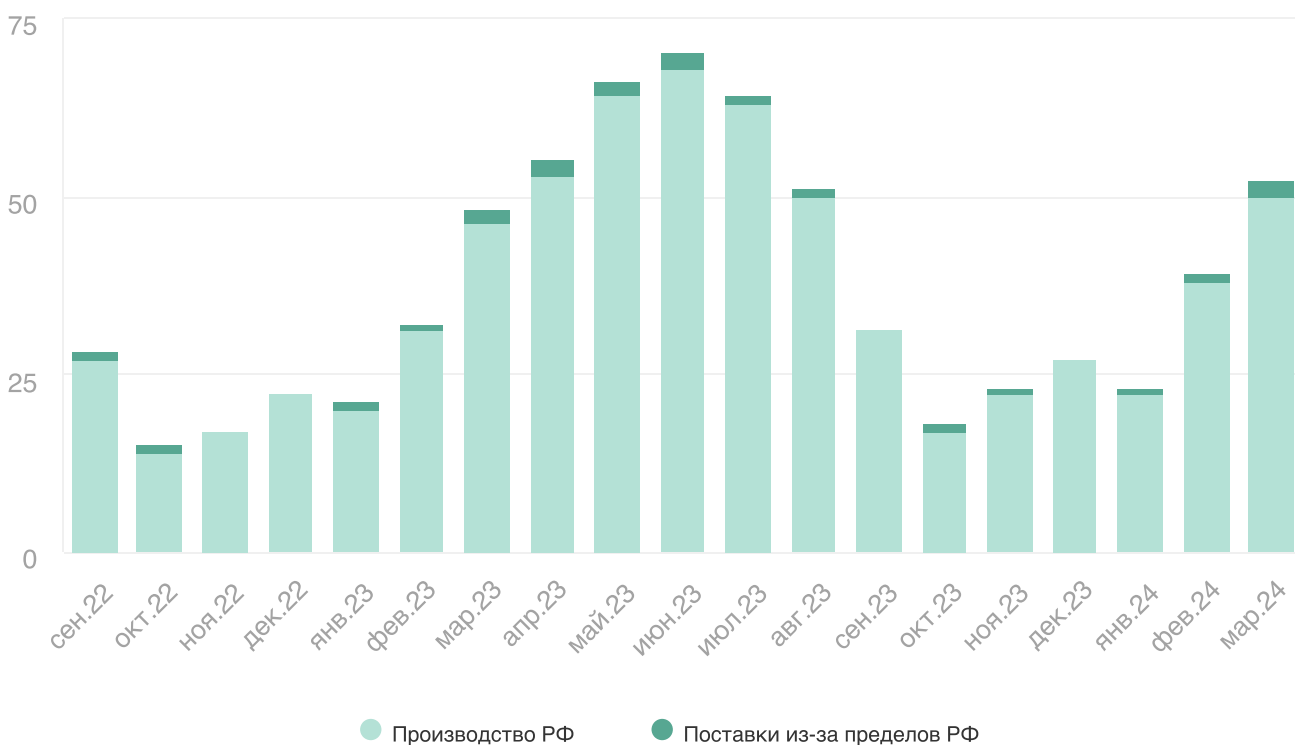




Таблица 11. Структура предложения на рынке мороженого, млн кг

Источник предложения	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Производство РФ	110	66	98
Поставки из-за пределов РФ	3	2	3
<b>Итого</b>	<b>113</b>	<b>68</b>	<b>101</b>



В I квартале 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 41 млн кг продукции, что составляет 37% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 14%.

Приволжский ФО занимает второе место по объему производства мороженого в России. В I квартале 2024 года там было произведено 18 млн кг продукции, что составляет 16% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 6%.

Рисунок 14. Динамика и географическая структура производство на рынке мороженого, млн кг

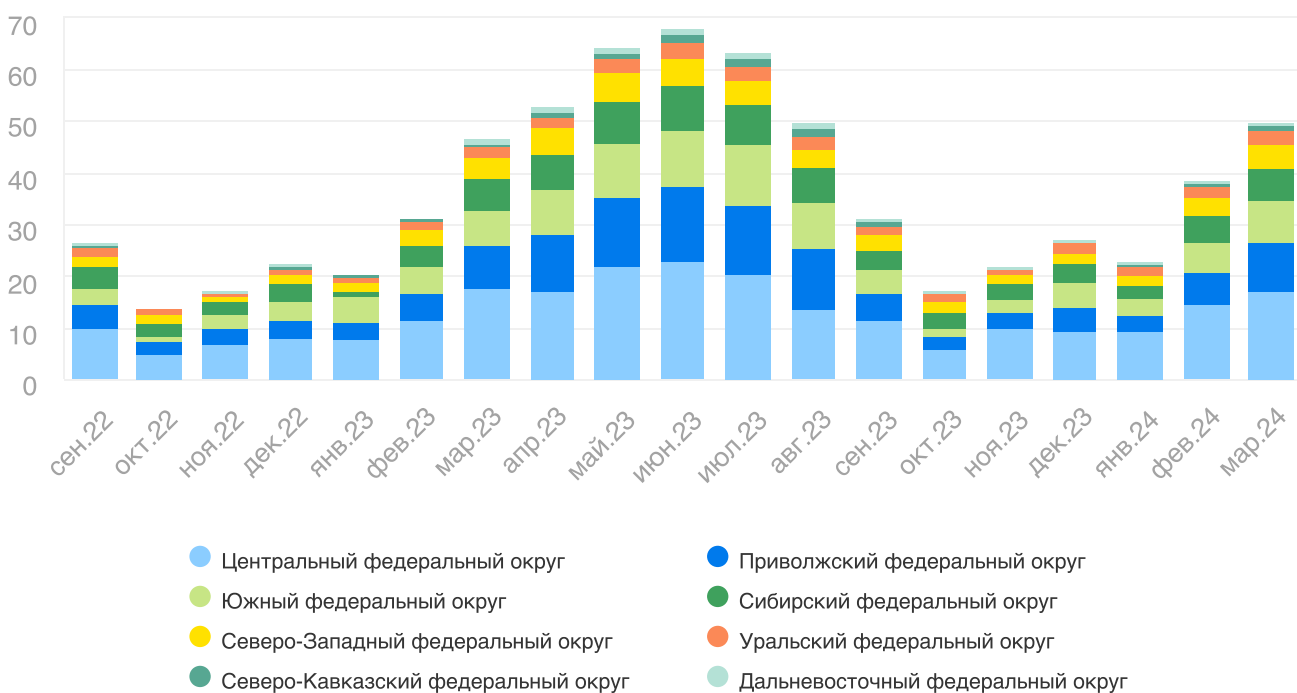




Таблица 12. Географическая структура производства мороженого, млн кг

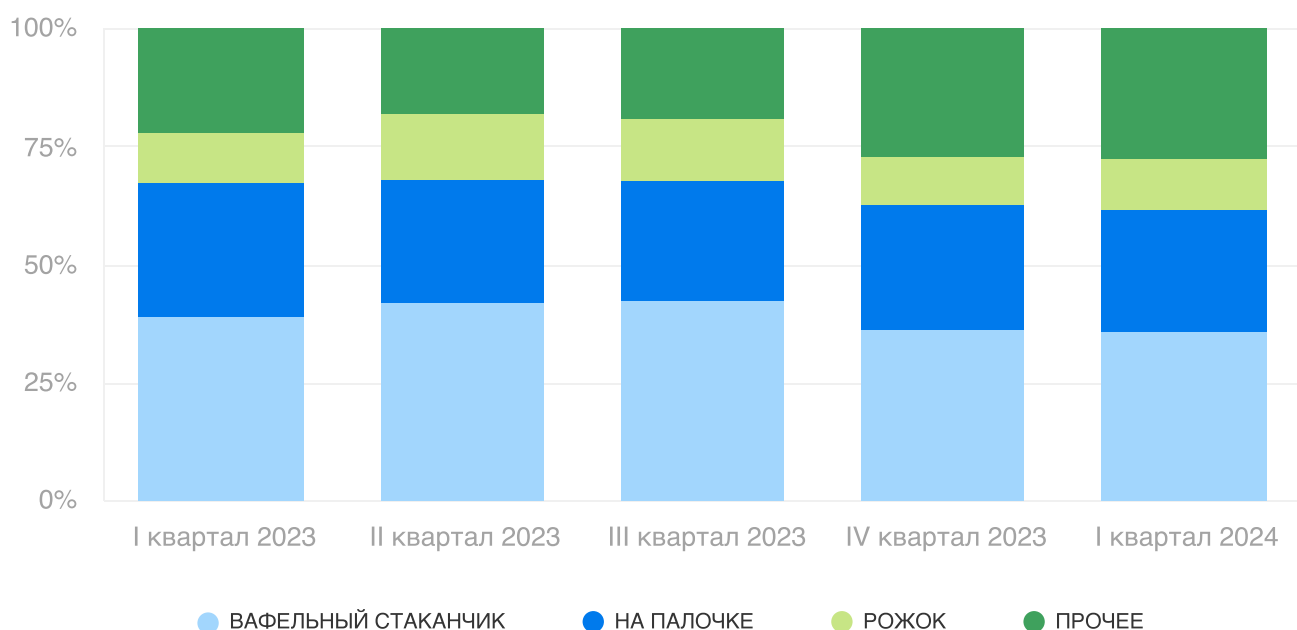
Федеральный округ	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Центральный ФО	41	25	36
Приволжский ФО	18	10	17
Южный ФО	18	10	17
Сибирский ФО	14	9	11
Северо-Западный ФО	11	6	9
Уральский ФО	6	4	5
Дальневосточный ФО	2	2	2
Северо-Кавказский ФО	2	1	1
<b>Итого</b>	<b>112</b>	<b>67</b>	<b>98</b>



В структуре форматов производимого мороженого выделяются три основных: вафельные стаканчики, эскимо (на палочке) и вафельный рожок. С начала второго полугодия 2023 года отмечена тенденция к сокращению производства мороженого в вафельном стаканчике. Так, по результатам I квартала 2024 года доля внутреннего предложения этого вида упаковки составила 35.9%.

На рисунке 15 представлены данные по видам упаковки мороженого.

Рисунок 15. Структура производства мороженого, млн кг





Большую часть рынка производимой продукции занимает **Молоко пастеризованное и прочее**. В I квартале 2024 года производство этого типа продукции составило 1 036 млн л. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 3%.

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

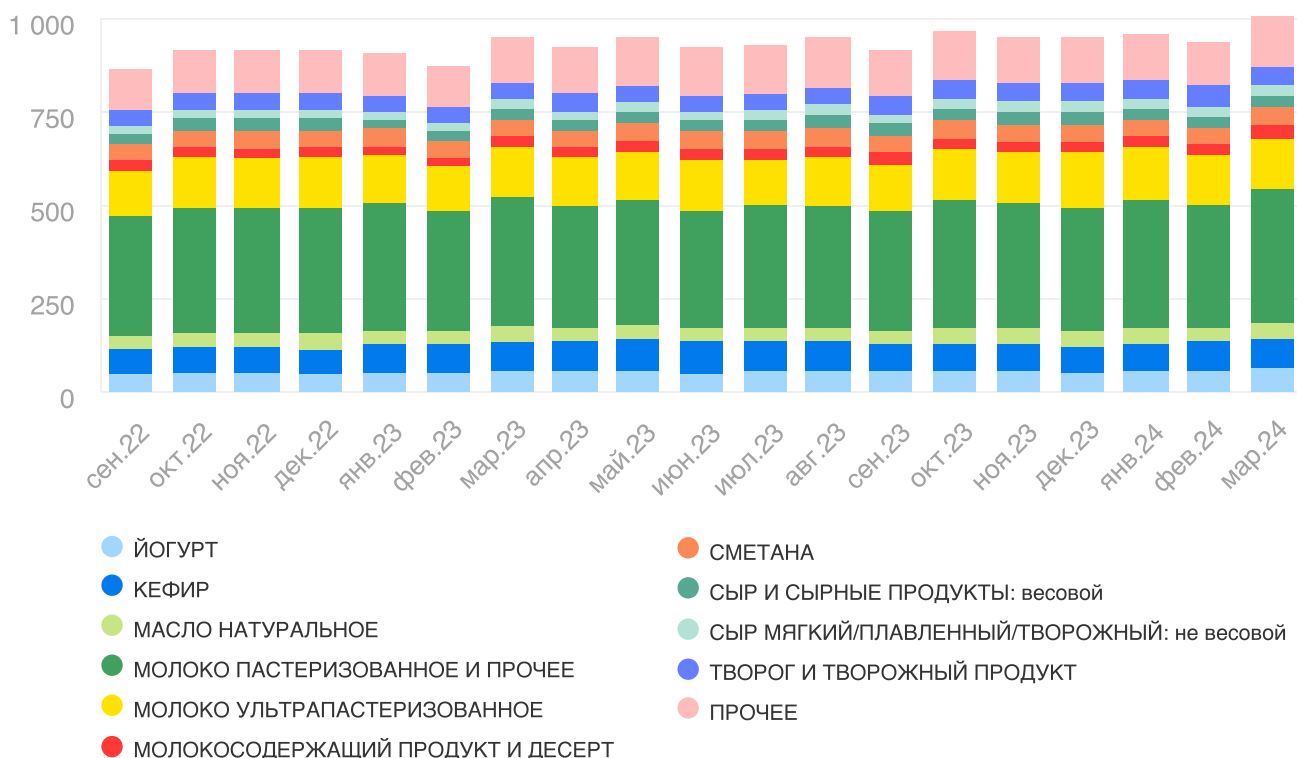
**Молоко ультрапастеризованное** — 411 млн л. и 3,7% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — рост на 7%.

**Кефир** — 237 млн л и 2% от всего рынка. В сравнении с аналогичным периодом прошлого года — падение на 1%.

На рисунке 16 и в таблице 13 представлена динамика предложения в разбивке на типы продукции молочной продукции.

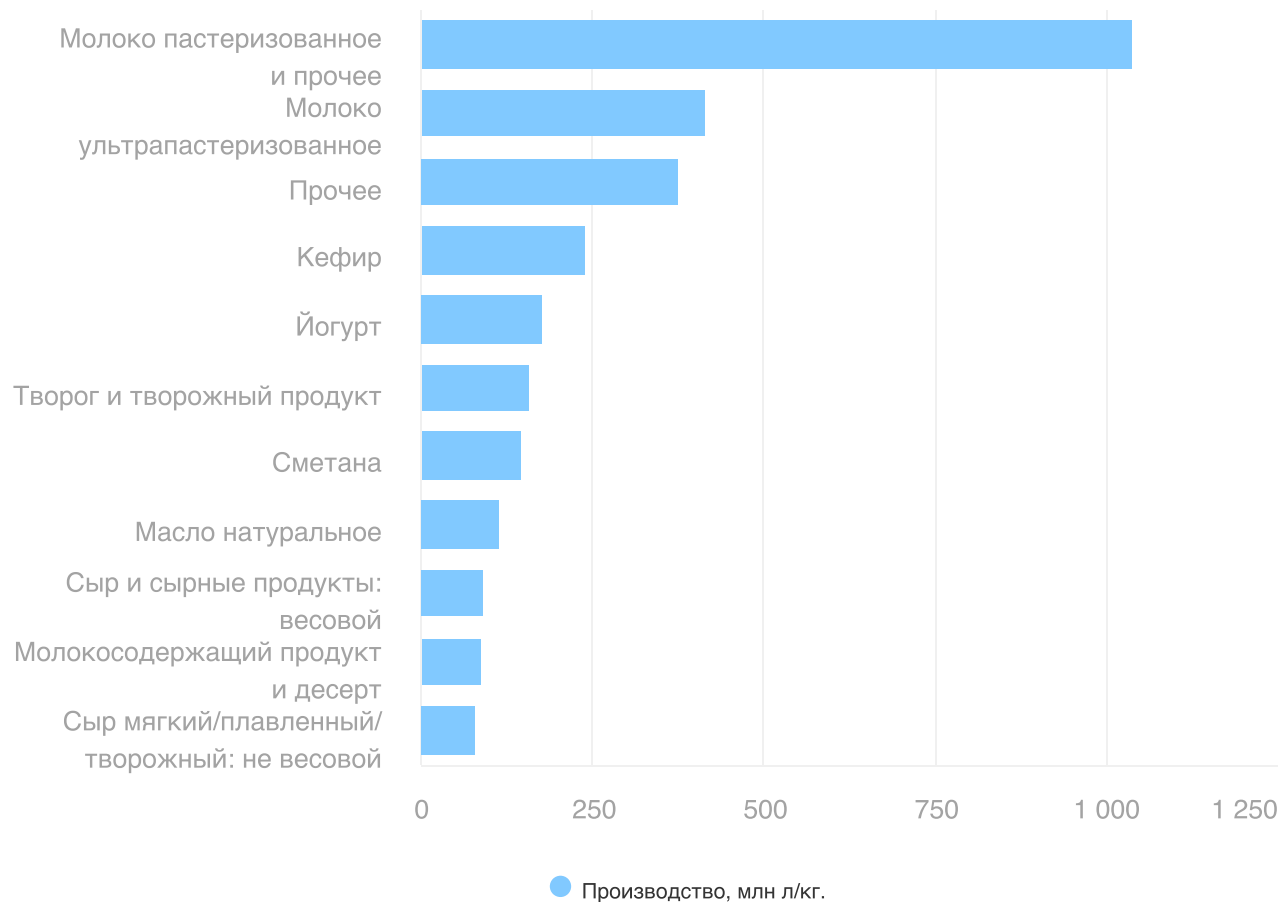
На рисунке 17 представлены сводные данные за I квартал 2024 года.

Рисунок 16. Объем производства молочной продукции по укрупненной номенклатуре, млн л/кг.





**Рисунок 17. Структура производства молочной продукции по основным видам продукции, млн л/кг.**





**Таблица 13: Объем производства молочной продукции по укрупненной номенклатуре, млн л/кг.**

Категория продукции	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Молоко пастеризов. и прочее	1 036	1 018	1 010
Молоко ультрапастеризованное	411	411	384
Кефир	237	217	240
Йогурт	175	167	152
Творог и творожный продукт	156	148	136
Сметана	146	142	137
Масло натуральное	112	115	110
Сыр и сырные продукты: весовой	90	102	82
Молокосодержащий продукт и десерт	86	87	73
Сыр мягкий/плавленый/ творожный: не весовой	79	85	66
Прочее	373	378	340
<b>Итого</b>	<b>2 901</b>	<b>2 870</b>	<b>2 730</b>



Доля производства топ-5 компаний занимает от 14% до 64% в зависимости от типа продукции. Распределение в разрезе топ-5 типов продукции выглядит следующим образом:

**Йогурт** — доля топ-5 компаний составляет 64% от всего рынка;

**Молокосодержащий продукт и десерт** — доля топ-5 компаний составляет 51%;

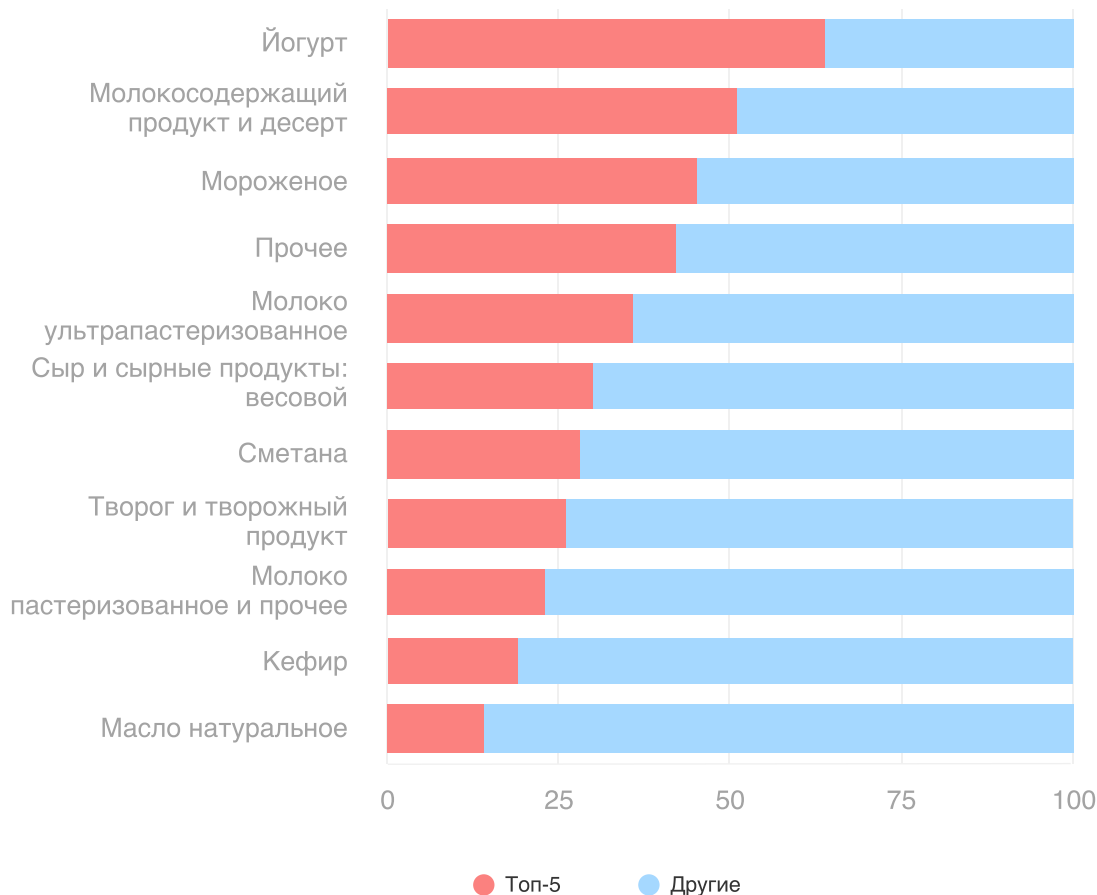
**Мороженое** — доля топ-5 компаний составляет 45%;

**Молоко ультрапастеризованное** — доля топ-5 компаний составляет 36%;

**Сыр и сырные продукты: весовой** — доля топ-5 компаний составляет 30%.

На рисунке 18 представлена доля объема производства, приходящаяся на топ-5 производителей по основным типам молочной продукции.

Рисунок 18. Концентрация производства молочной продукции по основным видам продукции



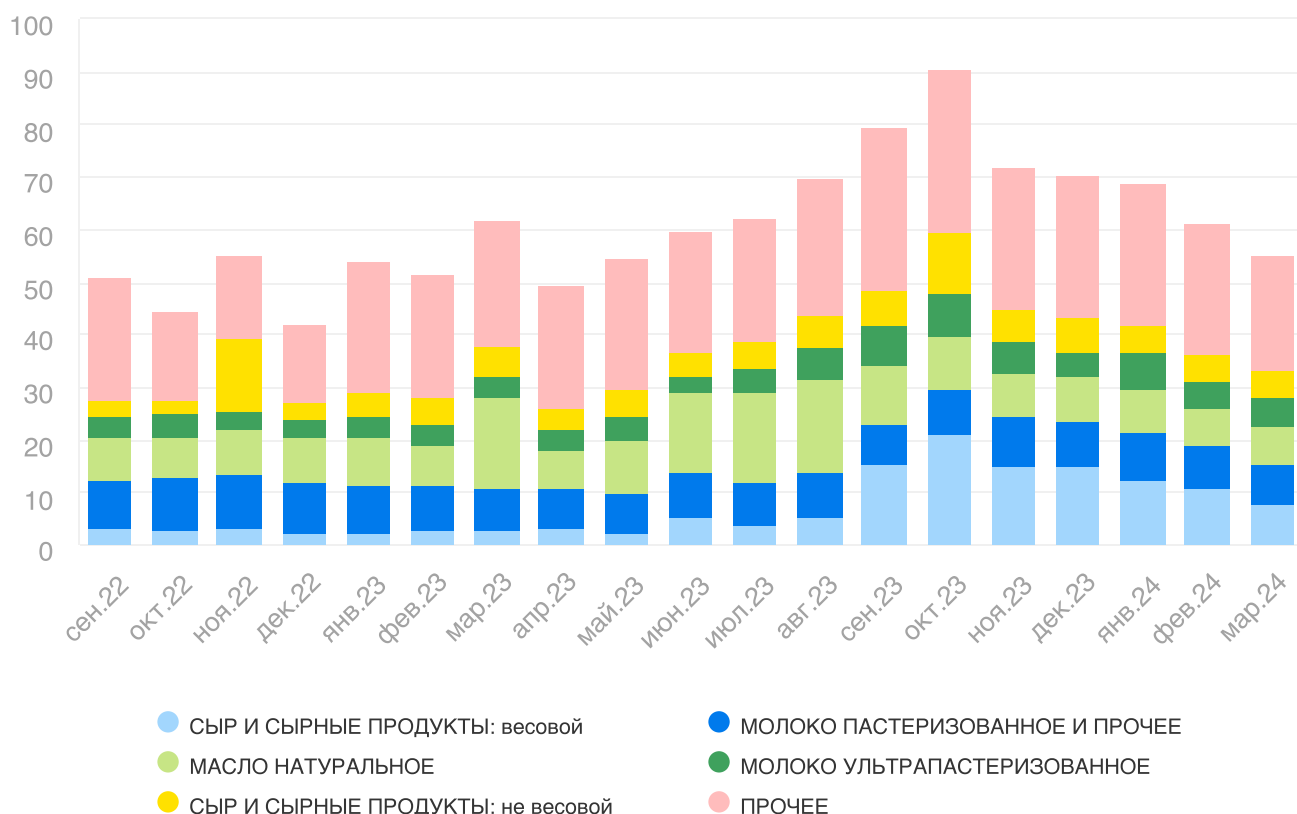


Большую часть ввозимой молочной продукции составляет **Сыр и сырные продукты: весовой**. В I квартале 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 31 млн л — 17% от общего объема поставок молочной продукции в страну.

Следом идет **Молоко пастеризованное и прочее** — 25 млн л. Это 13% от всей ввозимой продукции, что на 3,8% меньше чем за аналогичный период в прошлом году.

На рисунке 19 и в таблице 14 представлена динамика объема поставок из-за пределов РФ в разбивке на типы молочной продукции.

Рисунок 19. Структура ввоза молочной продукции из-за пределов РФ по Топ-5 видам продукции, млн л/кг.





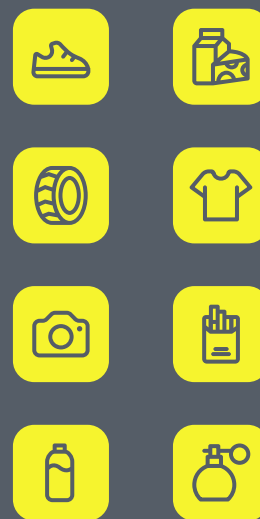
**Таблица 14: Объем ввоза молочной продукции из-за пределов РФ по видам продукции, млн л/кг.**

Категория продукции	I квартал 2024	Справочно	
		IV квартал 2023	I квартал 2023
Сыр и сырные продукты: весовой	31	50	7
Молоко пастеризованное и прочее	25	27	26
Масло натуральное	22	27	34
Молоко ультрапастеризованное	17	19	12
Сыр и сырные продукты: не весовой	16	24	15
Творог и творожный продукт	16	18	16
Йогурт	10	10	8
Молоко и сливки сухие	10	20	14
Кефир	8	6	8
Сметана	8	9	7
Прочее	24	24	21
<b>Итого</b>	<b>187</b>	<b>234</b>	<b>168</b>

# 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/>