

Январь 2024 года

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку

ОБУВЬ



Содержание

1. Методология сбора данных
2. Сроки и этапы введения маркировки обуви
3. Спрос на продукцию
4. Товарное предложение
5. 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 39 667 244 кодах товарных номенклатур (GTIN) и зафиксирована деятельность 79 576 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 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. 201 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 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

Производитель, импортер, организации оптовой и розничной торговли с 1 января 2022 года 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.



Перемаркировка обуви, описанная по сокращенному атрибутивному составу

До 1 апреля 2023 года необходимо перемаркировать обувные товары описанные по сокращенному атрибутивному составу. С этой даты Оператором будет произведено аннулирование кодов маркировки, описанных по сокращенному атрибутивному составу. Оборот обувных товаров описанных по сокращённому атрибутивному составу с 1 апреля 2023 года запрещен.



3. Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в январе 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 44% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Наибольшее изменение доли продаж в январе 2024 года показали следующие типы продукции:

Сапоги — увеличение доли от общих продаж на 3.17% в сравнении с аналогичным месяцем прошлого года;

Кроссовки — увеличение доли от общих продаж на 2.91% в сравнении с аналогичным месяцем 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 таблице 2 представлена динамика потребления.

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

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

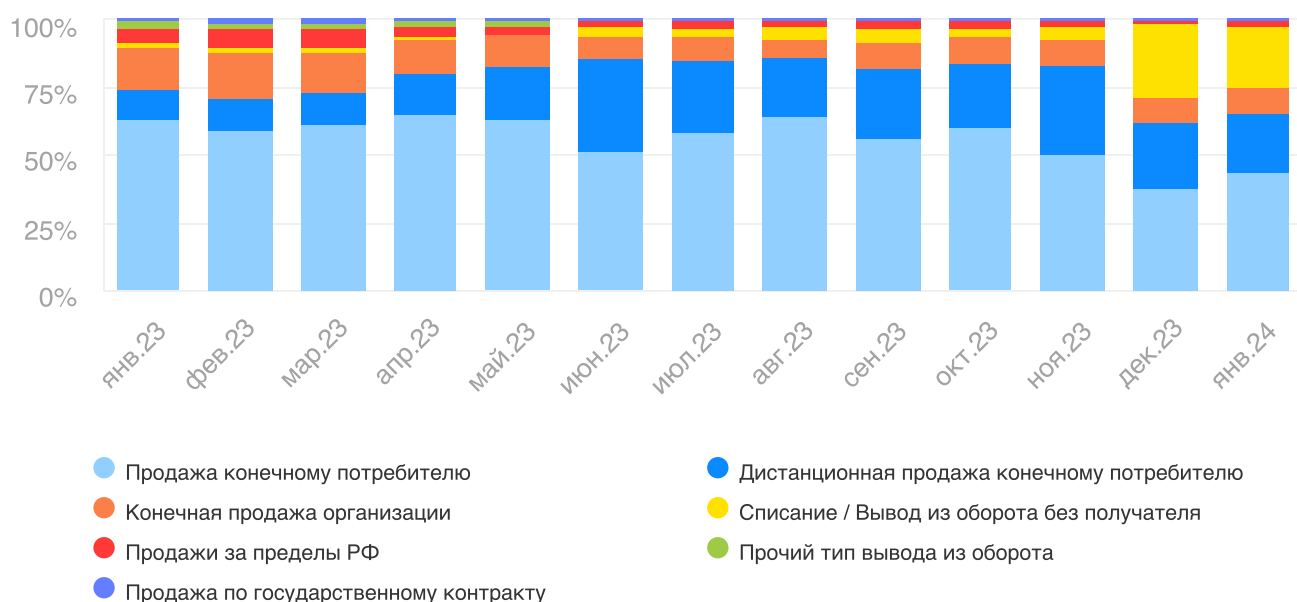




Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

Тип продаж	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Продажа конечному потребителю	43.57	37.68	62.68
Списание / Вывод из оборота без получателя	23.06	27.27	2.1
Дистанционная продажа конечному потребителю	21.2	24.11	11
Конечная продажа организации	9.98	9.22	15.41
Продажи за пределы РФ	2.05	1.45	5.5
Продажа по гос. контракту	0.16	0.28	0.82
Прочий тип вывода из оборота	0	0	2.49
Итого	100	100	100



Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу на основе стабильных розничных точек, %

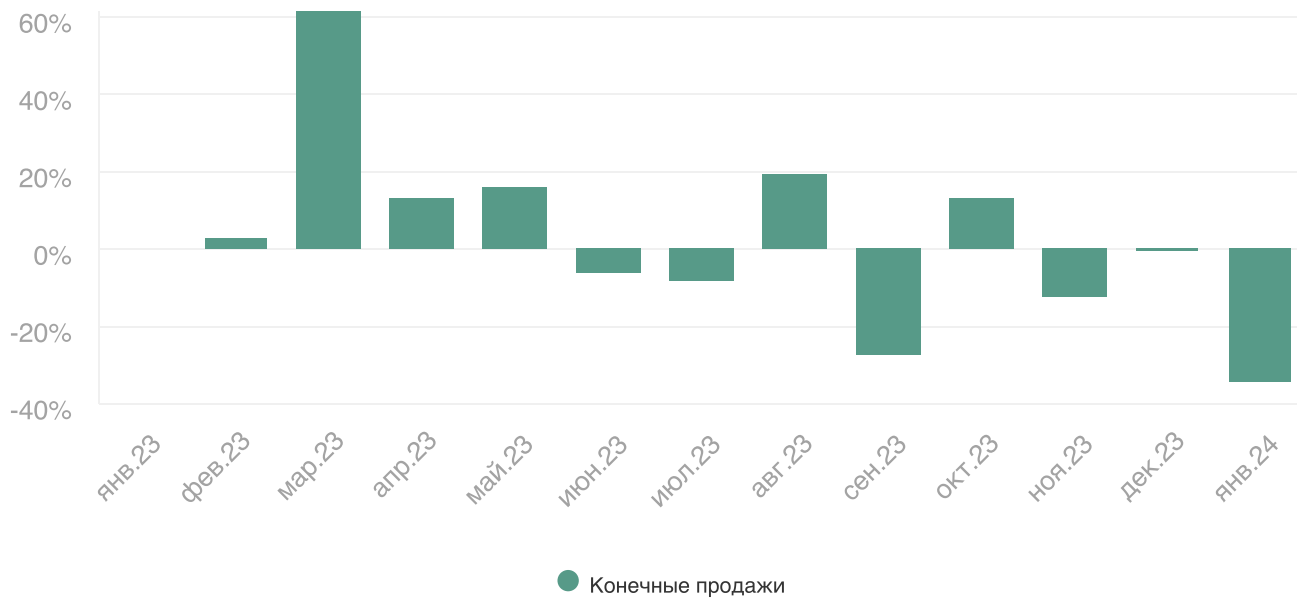


Таблица 2. Динамика потребления, %

Тип продаж	Янв 2024 к Янв 2023	Янв 2024 к Дек 2023
Продажи по стабильным точкам	5%	-34%



Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

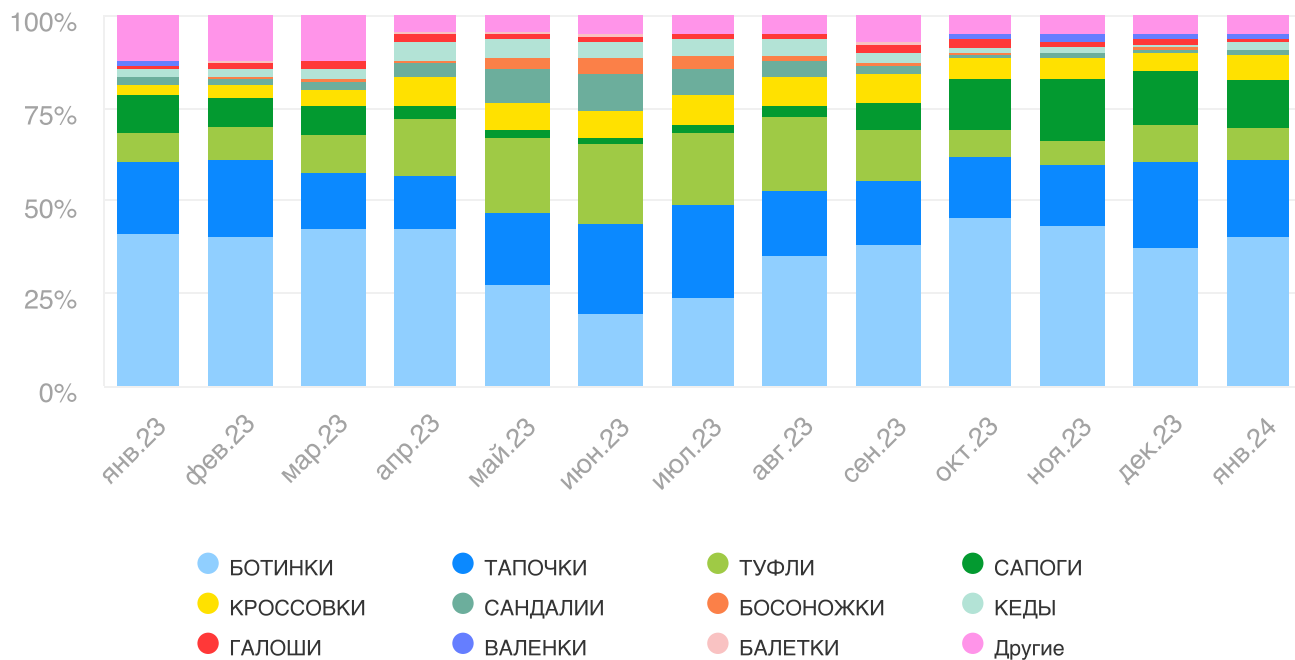




Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

Тип продукции	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Ботинки	40.34	37.24	40.63
Тапочки	20.79	23.08	19.89
Сапоги	13.19	14.59	10.02
Туфли	8.35	9.97	7.71
Кроссовки	6.07	4.84	3.16
Кеды	1.81	1.15	2.11
Сандалии	1.51	0.93	1.57
Валенки	1.16	1.62	1.03
Галоши	0.95	0.84	0.88
Босоножки	0.61	0.44	0.29
Балетки	0.38	0.38	0.26
Другие	4.85	4.91	12.45
Итого	100	100	100

Обзор по маркируемому рынку
«Обувь» за январь 2024



В январе 2024 года Северо-Западный ФО был лидером по числу проданных пар обуви на 1000 человек населения — 88.7 пары.

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах Санкт-Петербург — 119 пар и Московская область — 113 пар.

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



Таблица 4а. Региональная структура продаж (на 1 000 человек), тыс. шт.

Субъект РФ	Ботинки	Тапочки	Сапоги	Туфли	Кроссовки	Кеды
Северо-Западный ФО	42	19.2	12.2	6.2	3.2	1.4
Центральный ФО	37.7	17.9	10.9	6.4	3.4	1.6
Южный ФО	26.8	14.7	6.8	4.3	2.4	1
Уральский ФО	24.2	10.6	8.3	4.6	1.8	0.7
Приволжский ФО	23.3	11.9	8.8	3.7	1.7	0.8
Сибирский ФО	23.3	11.5	7.3	4	1.9	0.7
Дальневосточный ФО	20.6	10.4	8	4.1	1.9	0.3
Северо-Кавказский ФО	10.1	4.6	2.4	1.8	0.7	0.3
Справочно						
Санкт-Петербург	59.6	23.6	15.9	8.7	3.9	2.2
Московская область	51.3	30.2	13.7	7.5	3.4	1.6
Москва	53.6	19.5	14.6	9.4	6.5	2.9
Краснодарский край	34.5	19.3	7.6	5.3	3.5	1.4
Свердловская область	32.5	13.2	11	6.5	2.7	0.9
Дистанционные продажи*						
Вся Россия	10.3	6.2	3.8	3.3	3.6	0.8

*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.



Таблица 46. Региональная структура продаж (на 1 000 человек), тыс. шт.

Субъект РФ	Валенки	Сандалии	Галоши	Босоножки	Другие
Северо-Западный ФО	1.2	0.8	0.8	0.2	1.5
Центральный ФО	1	1.1	0.7	0.2	1.2
Южный ФО	0.7	0.5	1.1	0.2	1.1
Уральский ФО	1	0.8	0.6	0.2	1.3
Приволжский ФО	0.9	0.6	0.8	0.2	1.1
Сибирский ФО	0.8	1.1	0.6	0.2	1.5
Дальневосточный ФО	1.2	1.2	0.4	0.2	2.5
Северо-Кавказский ФО	0.3	0.2	0.5	0.1	0.5
Справочно					
Санкт-Петербург	1.3	1.1	0.8	0.2	1.5
Московская область	1.5	1.1	0.9	0.2	1.2
Москва	0.9	1.9	0.6	0.3	1.4
Краснодарский край	0.8	0.7	1.7	0.4	1.3
Свердловская область	1.2	1	0.7	0.4	1.9
Дистанционные продажи*					
Вся Россия	0.2	0.6	0.2	0.4	1.3

*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 январе 2024 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Кеды** — рост на 42% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном месяце прошлого года.

Далее идут **Босоножки** — падение на 40% и **Тапочки** — рост на 28%.

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.

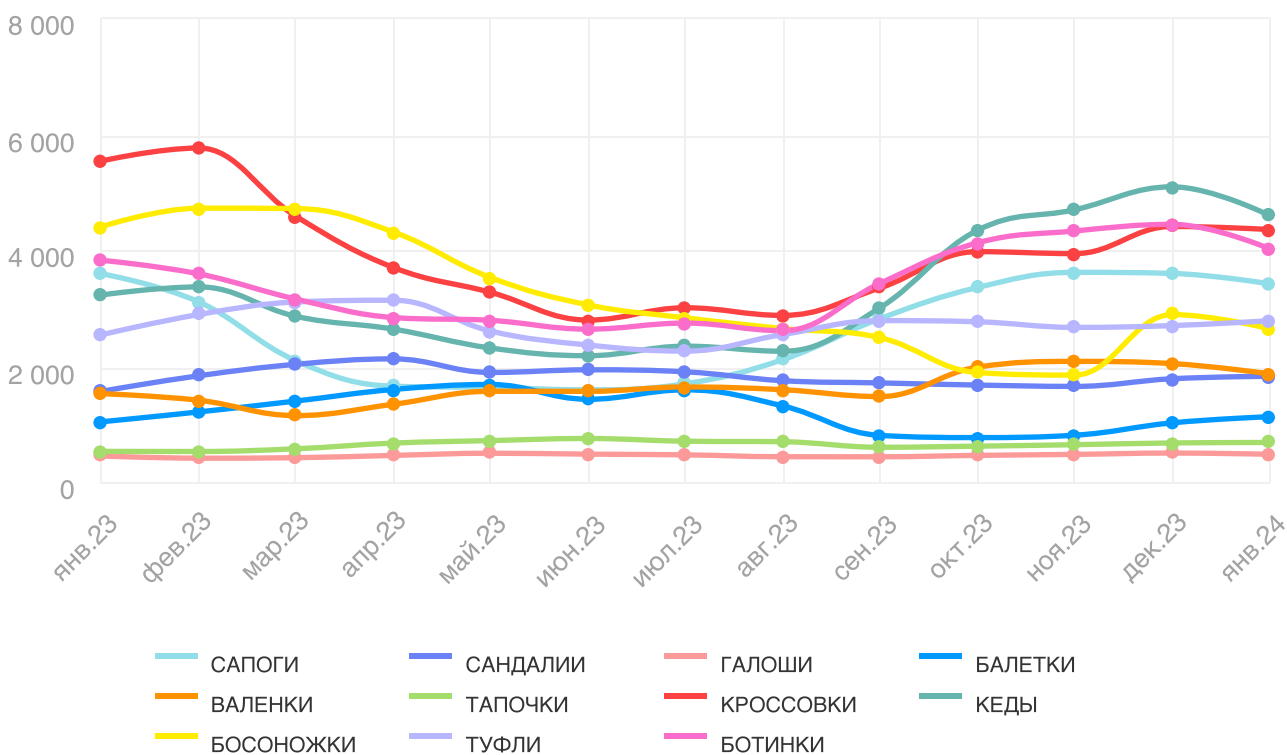




Таблица 5: Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции, руб

Тип продаж	Янв 2024	Измене- ние цен, м/м	Измене- ние цен, г/г	Справочно	
				Дек 2023	Янв 2023
Кеды	4 605	-10%	42%	5 100	3 236
Кроссовки	4 365	-1%	-21%	4 417	5 545
Ботинки	4 032	-9%	5%	4 453	3 834
Сапоги	3 428	-5%	-5%	3 607	3 601
Туфли	2 791	3%	9%	2 708	2 550
Босоножки	2 653	-8%	-40%	2 899	4 413
Валенки	1 876	-9%	22%	2 053	1 535
Сандалии	1 834	2%	16%	1 792	1 576
Балетки	1 138	10%	8%	1 032	1 050
Тапочки	693	1%	28%	685	540
Галоши	490	-4%	6%	511	461



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».

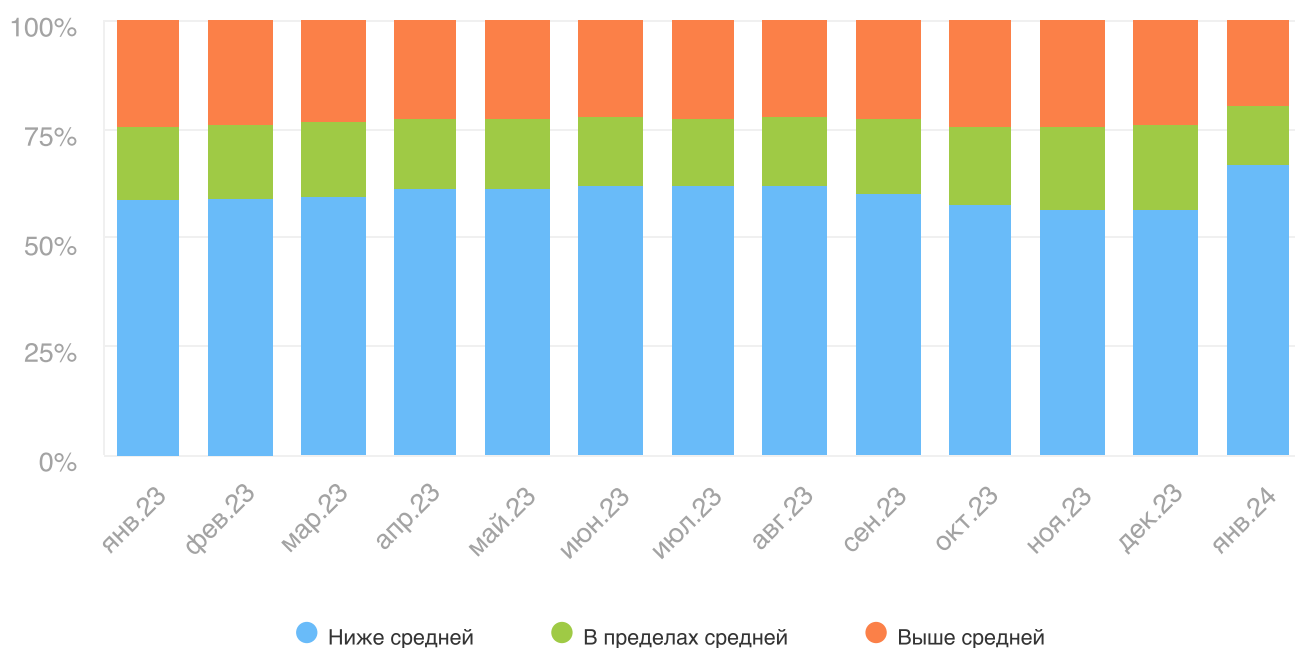
Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах обуви в России — на уровне 67% по итогам рассматриваемого периода.

Наименьшая доля в конечных продажах обуви в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 14%.

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.

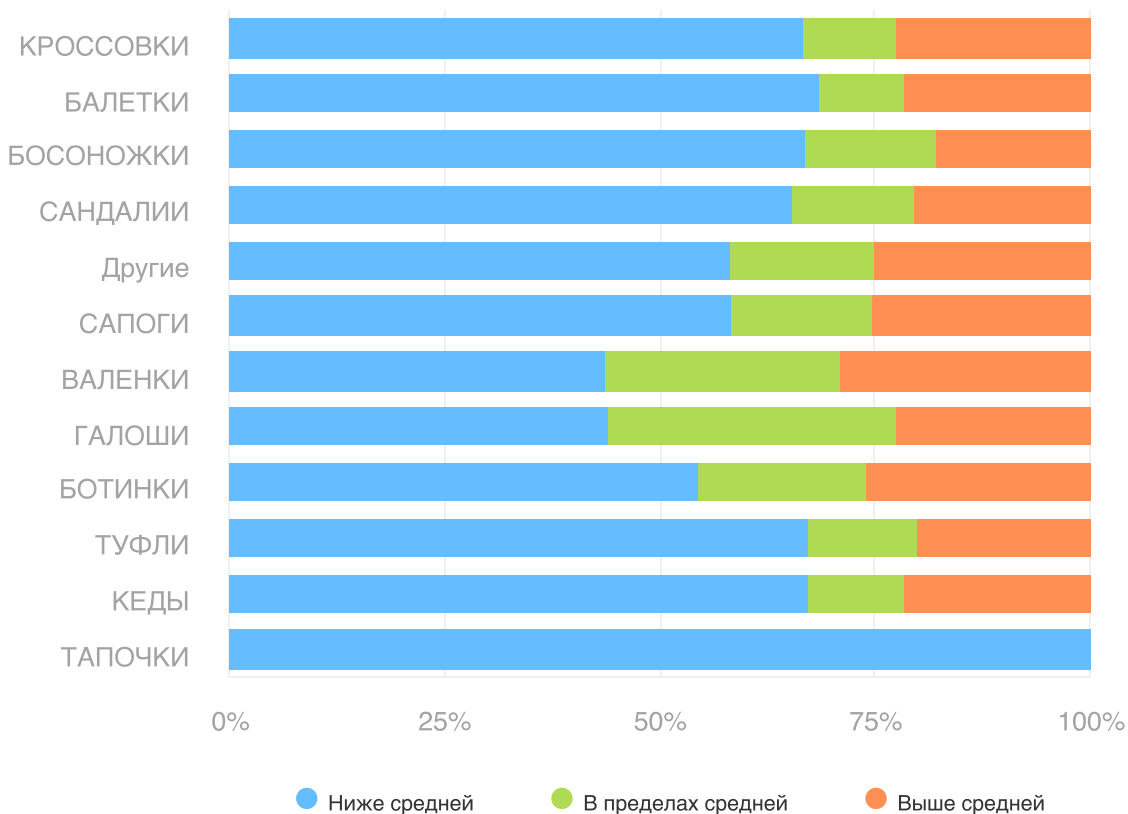
Рисунок 5. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %





Среди всех товаров в ценовом сегменте «Ниже средней» чаще всего продаются **Тапочки** — 100 %. За ними идут **Балетки** — 68.3% и **Туфли** — 67.15%.

Рисунок 6. Ценовое распределение продаж отдельных видов обуви, тыс. шт.



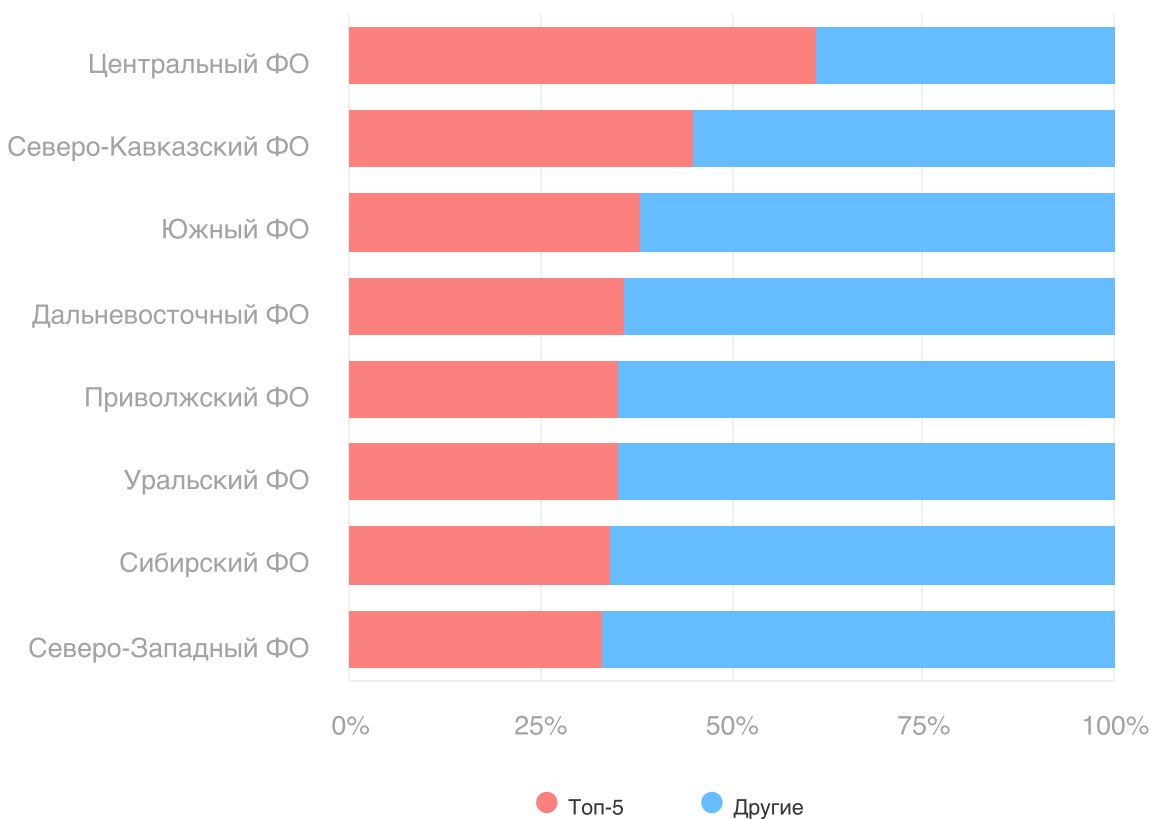


Центральный ФО в январе 2024 года занимает первую строчку по доле рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 61%.

В свою очередь Северо-Западный ФО с долей в 33% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации продаж.

Подробное распределение федеральных округов и доля рынка крупнейших компаний представлена на рисунке 7.

Рисунок 7. Доли рынка крупнейших компаний, %





4. Товарное предложение

Большая часть предложения в январе 2024 года приходится на «Поставки из-за пределов РФ» и составляет 75% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается падение на 6%.

Производство РФ — вторая по объему часть предложения — 24%). В январе 2024 года демонстрирует рост на 13% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

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

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

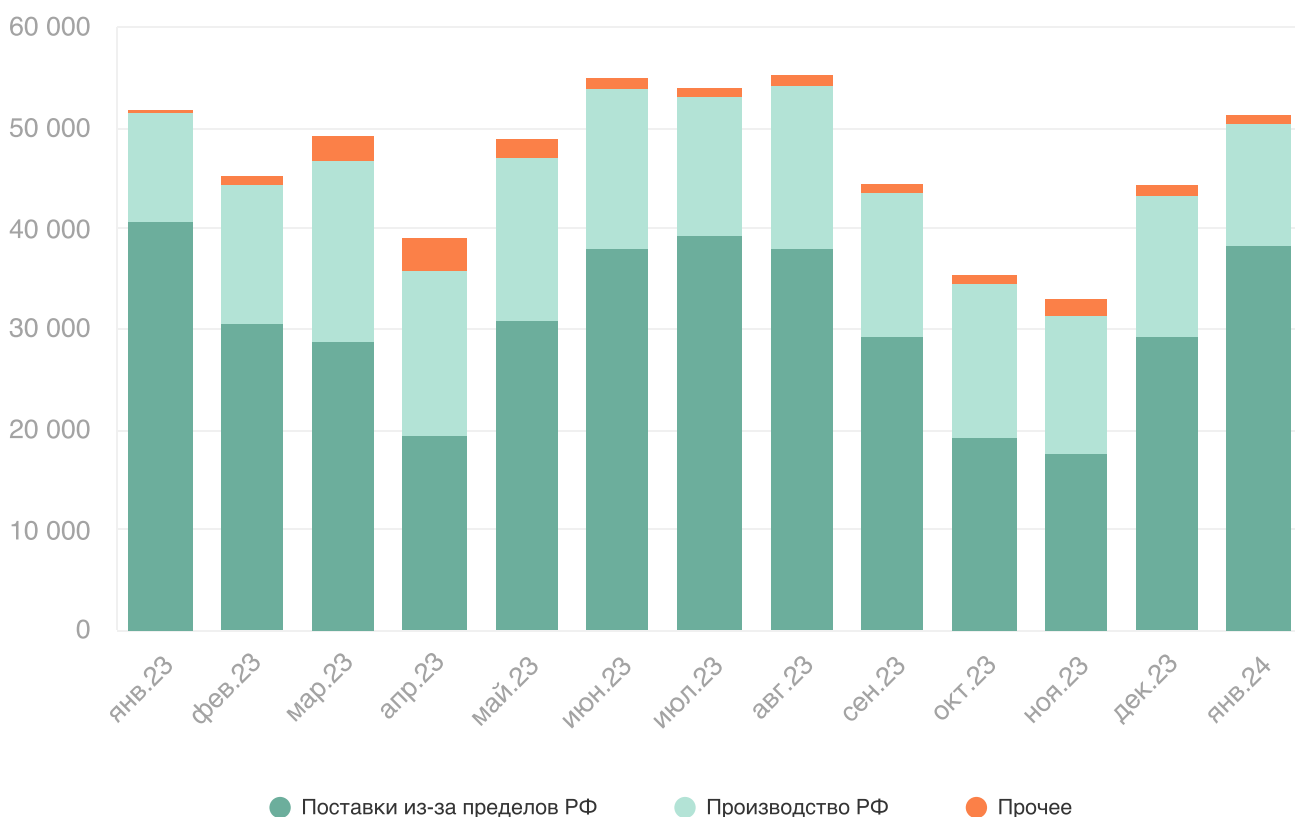




Таблица 6. Структура предложения на рынке обуви, тыс. шт.

Источник предложения	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Поставки из-за пределов РФ	38 239	29 261	40 688
Производство РФ	12 275	14 125	10 846
Прочее	684	873	193
Итого	51 198	44 259	51 727



В январе 2024 года больше всего продукции производит Центральный ФО. В этом округе было произведено 5 469 тыс. пар обуви, что составляет 45% от общего объема производства в стране за этот период.

Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 11%.

Южный ФО занимает второе место по объему производства обуви в России.

В январе 2024 года там было произведено 1 870 тыс. единиц продукции.

Это составляет 15% от общего объема производства в стране.

Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 31%.

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

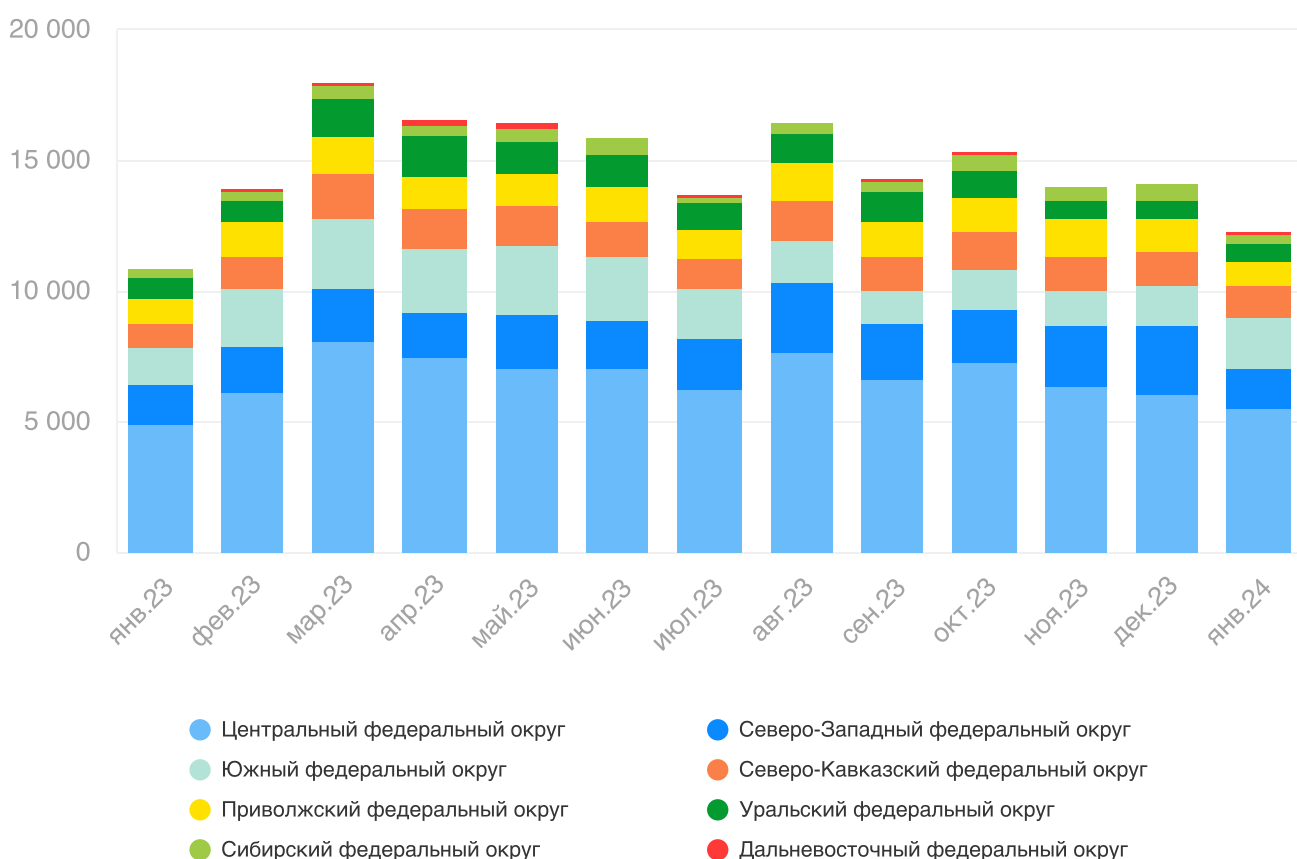




Таблица 7. Географическая структура производства обуви, тыс. шт.

Федеральный округ	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Центральный ФО	5 469	6 002	4 947
Южный ФО	1 870	1 572	1 423
Северо-Западный ФО	1 609	2 647	1 458
Северо-Кавказский ФО	1 235	1 291	923
Приволжский ФО	933	1 230	906
Уральский ФО	709	757	862
Сибирский ФО	365	560	310
Дальневосточный ФО	85	65	16
Итого	12 275	14 124	10 845



Большую часть рынка производимой продукции занимают **Тапочки**.

В январе 2024 года производство этого типа продукции составило 6 175 тыс. пар. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года составил 26% — это 50% от общего объема производства обуви в стране.

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

Ботинки — 1 796 тыс. пар и 15% от всего рынка. Падение в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — 0%.

Сапоги — 1 490 тыс. пар и 12% от всего рынка. Рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года — 11%.



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

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

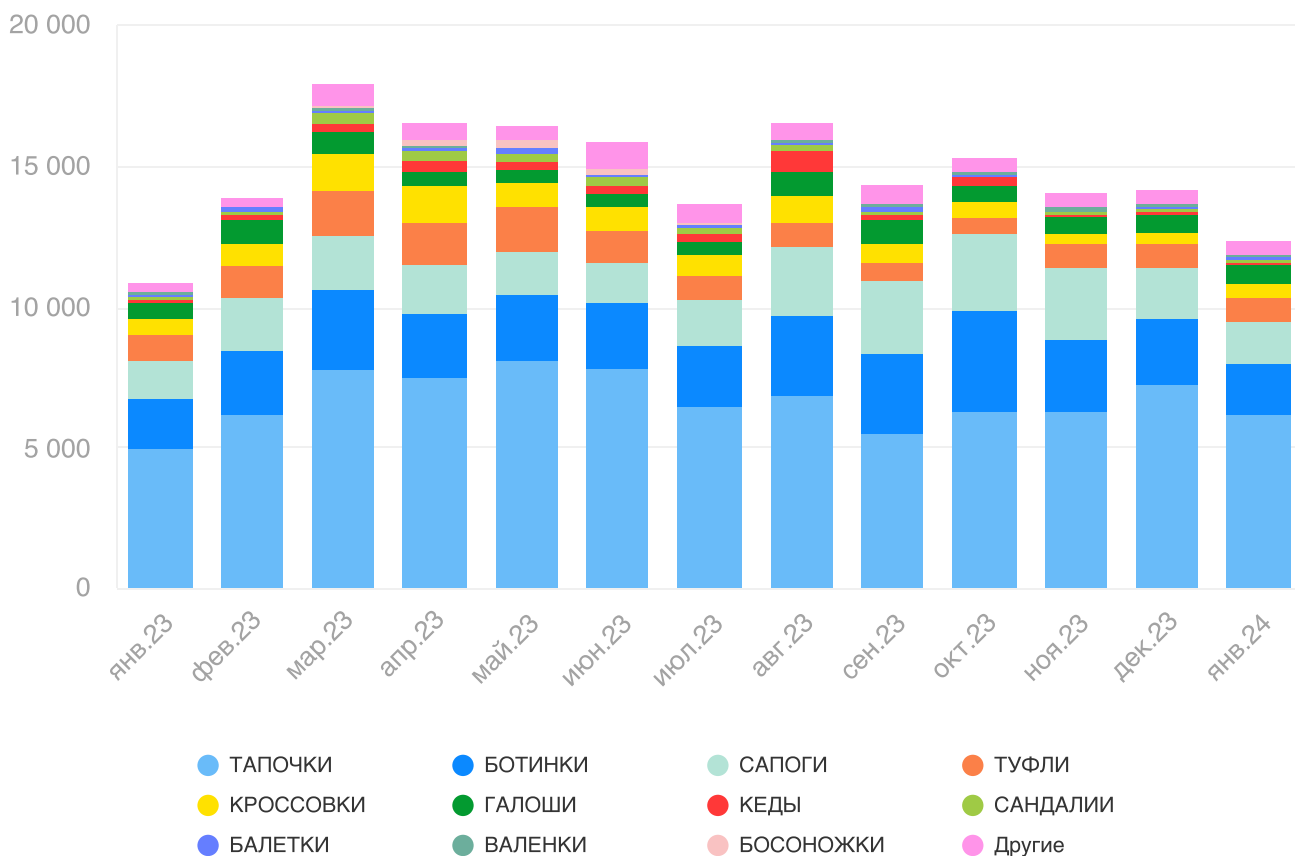




Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

Категория продукции	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Тапочки	6 175	7 215	4 904
Ботинки	1 796	2 352	1 792
Сапоги	1 490	1 842	1 341
Туфли	855	852	979
Галоши	707	624	597
Кроссовки	453	390	512
Кеды	115	99	132
Сандалии	102	96	115
Балетки	84	84	53
Валенки	51	96	74
Босоножки	17	8	20
Другие	431	466	327
Итого	12 276	14 124	10 846



Доля производства топ-5 компаний занимает от 29 до 66% в зависимости от типа продукции. Распределение выглядит следующим образом:

Балетки — доля топ-5 компаний составляет 66% от всего рынка;

Валенки — доля топ-5 компаний составляет 62%;

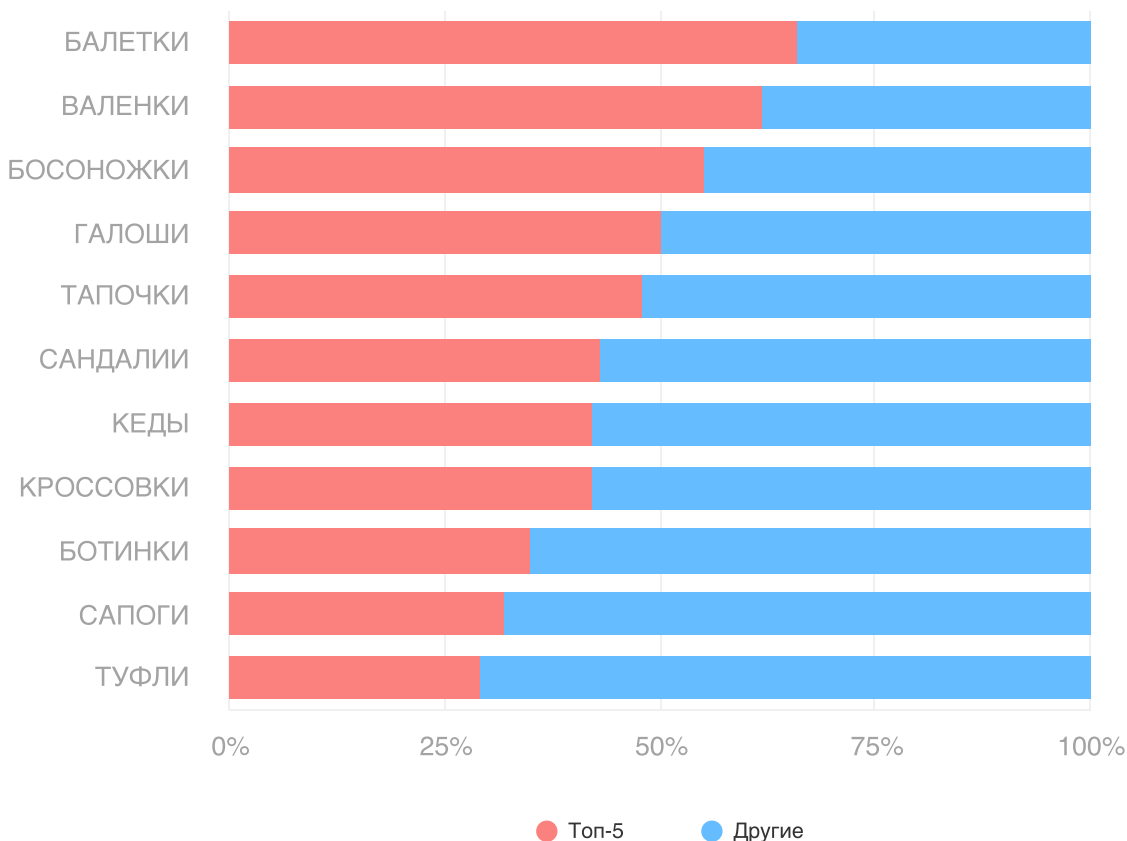
Босоножки — доля топ-5 компаний составляет 55%;

Галоши — доля топ-5 компаний составляет 50%;

Тапочки — доля топ-5 компаний составляет 48%.

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

Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %





Большую часть ввозимой обуви составляет категория **Ботинки**. В январе 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 17 011 пар — 44% от общего объема поставок обуви в страну. Это на 10% меньше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идут **Туфли** — 9 519 тыс. пар. Это 25% всей ввозимой продукции, что на 1% меньше, чем за аналогичный период в прошлом году.

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

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

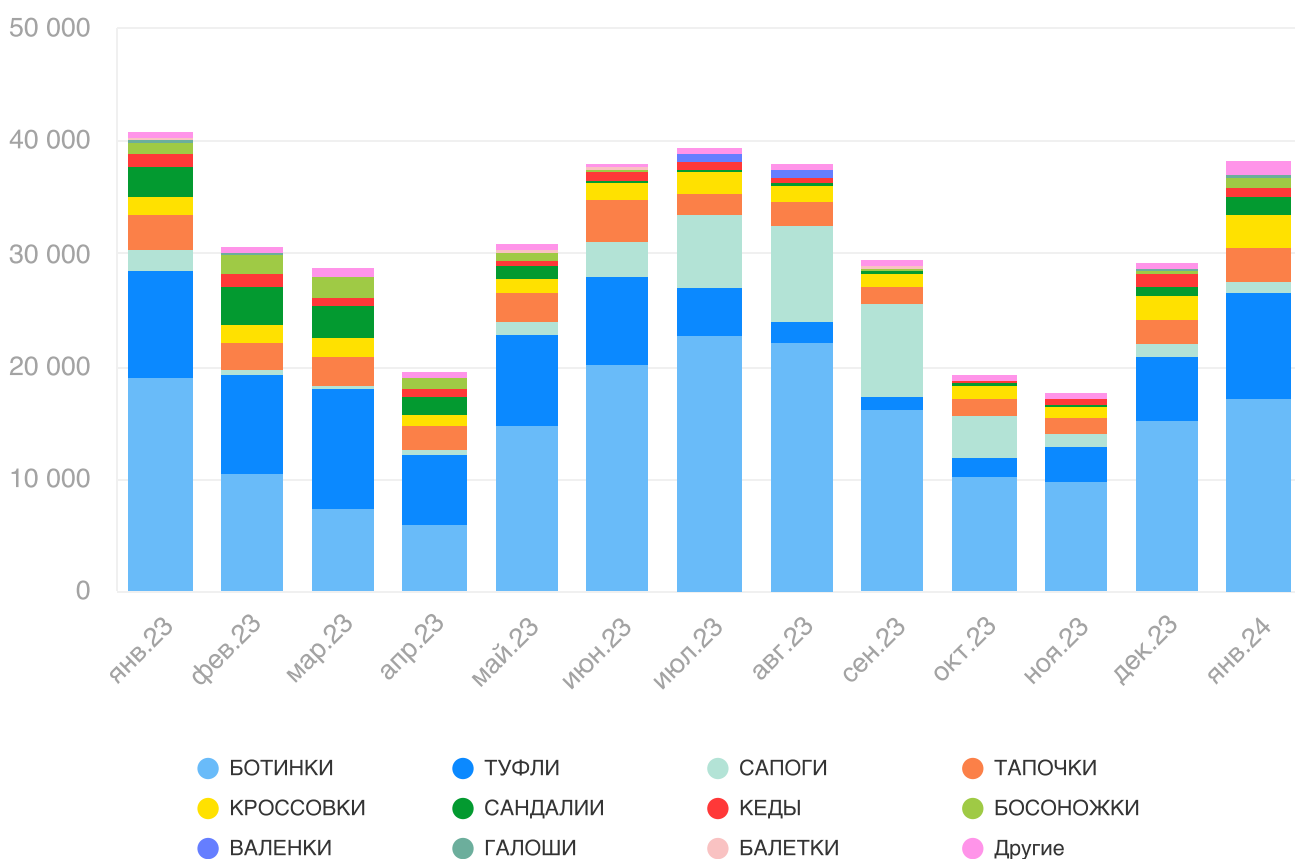




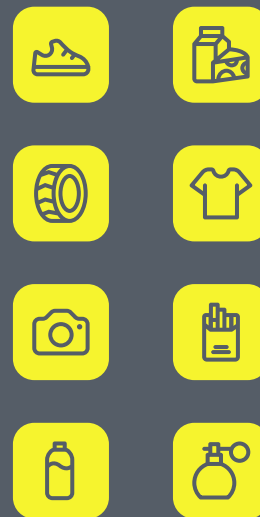
Таблица 9. Структура ввоза из-за границы по видам продукции, тыс шт.

Категория продукции	Янв 2024	Справочно	
		Дек 2023	Янв 2023
Ботинки	17 011	15 163	18 862
Туфли	9 519	5 642	9 634
Тапочки	3 138	2 213	3 088
Кроссовки	2 842	2 073	1 870
Сандалии	1 546	619	2 515
Босоножки	986	225	930
Сапоги	913	1 243	1 724
Кеды	868	1 360	1 078
Балетки	121	168	20
Галоши	98	40	452
Валенки	0	1	0
Другие	1 197	514	513
Итого	38 239	29 261	40 686

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/>