

Ежемесячный обзор по маркируемому рынку "Вода", Февраль 2025 года

[Полный обзор](#)

Спрос на продукцию
Средневзвешенные цены и сегменты рынка
Доли рынка
Производство
Ввоз из-за пределов РФ
Методологии сбора данных
Виды товарной продукции
Сроки и этапы введения маркировки

Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в феврале 2025 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю» 65,2% от общего объема выводимой из оборота продукции. Подробная структура вывода из оборота (продаж) с разбивкой по типам вывода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1.

На рисунке 2, а также в таблице 2 представлена динамика потребления.

Информация о розничных продажах в разбивку по каналам продаж, брендам и типам упаковок, а также по индивидуальным алгоритмам выгрузки доступна на платной основе. Производители и импортеры могут самостоятельно сравнить динамику продаж собственной продукции с соответствующим сегментом рынка и проводить конкурентный анализ с помощью платного **"Индивидуального отчета"**.

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

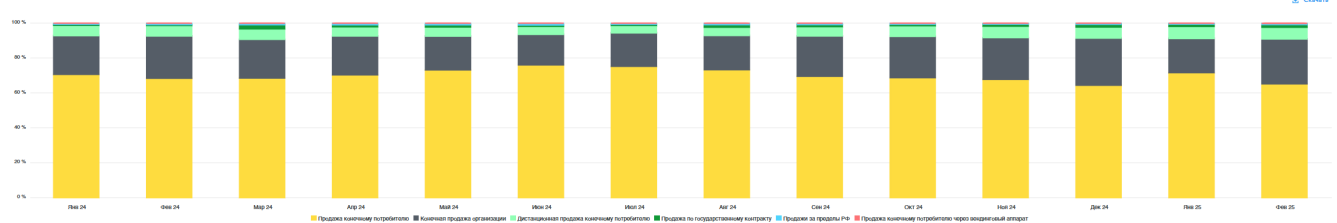


Таблица 1. Структура вывода из оборота (продажи), %

	2025 год		Сравнение			
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024	
Продажа конечному потребителю		65%	68%	68%	72%	70%
Конечная продажа организации		26%	23%	24%	20%	23%
Дистанционная продажа конечному потребителю		7%	7%	6%	7%	6%
Продажа по государственному контракту		2%	1%	0,5%	1%	0,6%
Продажи за пределы РФ		0,6%	0,6%	0,8%	0,5%	0,7%
Продажа конечному потребителю через вендинговый аппарат		0,2%	0,1%	0,07%	0,09%	0,07%
Итого		100%	100%	100%	100%	100%

Рисунок 2. Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек, %.



Таблица 2. Динамика потребления, рассчитанная на базе стабильных торговых точек, %

	Февраль 2025 к Февралю 2024	Февраль 2025 к Январю 2025	Январь - Февраль 2025 к Январю - Февраль 2024	
Конечные продажи по стабильным точкам		8%	-5%	12%

Таблица 3. Структура вывода из оборота (продажи), %

	2025 год		Сравнение			
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024	
Негазированная питьевая		59,6%	59,2%	59,6%	58,8%	59,5%
Газированная минеральная природная лечебно-столовая		16,4%	16,9%	17,3%	17,4%	17,3%
Газированная питьевая		12,4%	12,5%	12,3%	12,6%	11,8%
Негазированная минеральная		6,4%	6,3%	5,6%	6,1%	5,9%
Газированная минеральная природная столовая		4,0%	3,9%	3,8%	3,9%	4,2%
Газированная минеральная природная лечебная		1,1%	1,1%	1,3%	1,2%	1,3%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Региональная структура продаж упакованной воды (на 1000 человек)

В феврале 2025 года наибольший объем среднemesичного потребления продукции воды на 1 000 человек пришелся на **Центральный федеральный округ** (4 363 л), следующим по объему проданной упакованной воды на 1 000 человек является **Южный федеральный округ** (3 953 л).

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах **Москва** (6 094 л) и **Ростовская область** (5 589 л).

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

Таблица 4. Региональная структура продаж упакованной воды (на 1 000 человек), л.

	Негазированная питьевая	Газированная минеральная природная лечебно-столовая	Газированная питьевая	Негазированная минеральная	Газированная минеральная природная столовая	Газированная минеральная природная лечебная	Итого	
Центральный ФО		2 766,61	588,68	529,07	297,04	118,74	62,70	4 362,83
Юный ФО		2 417,43	564,35	529,71	276,34	142,12	23,05	3 953,00
Северо-Западный ФО		2 316,68	535,98	501,20	201,54	90,86	36,15	3 682,41
Уральский ФО		2 006,52	636,26	428,27	97,73	172,30	18,98	3 360,06
Сибирский ФО		1 521,51	999,74	250,47	58,85	34,89	14,51	2 879,97
Приволжский ФО		1 300,84	418,33	440,87	247,21	238,52	29,96	2 675,73
Дальневосточный ФО		963,75	521,64	199,95	249,14	200,19	90,12	2 184,80

Северо-Кавказский ФО	266,01	141,14	36,47	80,25	15,89	12,83	552,58
Справочно							
Москва	4 371,68	553,90	475,00	523,56	107,75	61,93	6 093,82
Ростовская область	3 852,57	492,32	626,46	440,08	160,30	17,76	5 589,49
Калининградская область	2 786,81	1124,18	264,59	1 021,59	98,20	49,56	5 344,93
Московская область	3 189,84	751,97	761,83	237,30	119,54	102,09	5 162,56
Ленинградская область	3 392,12	624,42	656,08	70,93	76,61	34,38	4 854,53
Дистанционные продажи*							
Всё РФ	246,63	31,21	36,52	21,57	8,73	3,01	246,63

Средние цены на товары упакованной воды

Самой дорогой категорией упакованной воды в феврале 2025 года при пересчете на один литр была **Газированная минеральная природная лечебная** — 89 руб.
Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам воды приведена на рисунке 3 и в таблице 5.
В зависимости от региона, канала продаж и под влиянием сезонности цены на один и тот же товар могут различаться. Сравнить цены на свою продукцию со средними ценами по рынку с учетом всех факторов производитель и импортер может на платной основе, заказав **"Индивидуальный отчет"**.

Рисунок 3. Средние цены на товары упакованной воды, руб./л

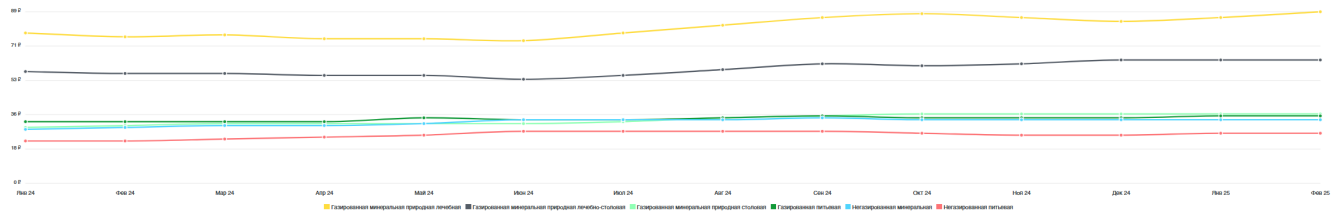


Таблица 5. Средние цены за литр упакованной воды, руб.

	2025 год		Изменение цен		Справочно		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2025 год к Февралю 2024 год	Февраль 2025 год к Январю 2025 год	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Газированная минеральная природная лечебная	89	88	17,1%	3,5%	76	86	77
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	64	64	12,3%	0%	57	64	58
Газированная минеральная природная столовая	36	36	20,0%	0%	30	36	30
Газированная питьевая	35	35	9,4%	0%	32	35	32
Негазированная минеральная	33	33	13,8%	0%	29	33	29
Негазированная питьевая	26	26	18,2%	0%	22	26	22

Сегменты рынка по средневзвешенной цене

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 воды в России — на уровне 58% по итогам рассматриваемого периода.
Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 5.
Изуучить интересующий ценовой сегмент подробнее в рамках **"Индивидуального отчета"**: в каких каналах больше продаж, какие новинки появились в рынке.

Рисунок 4. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %

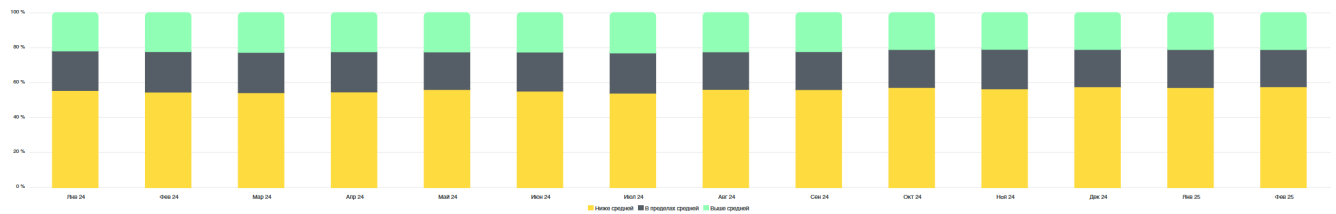
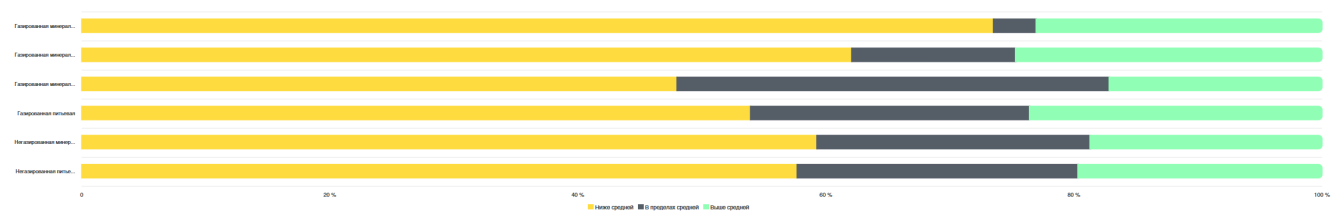


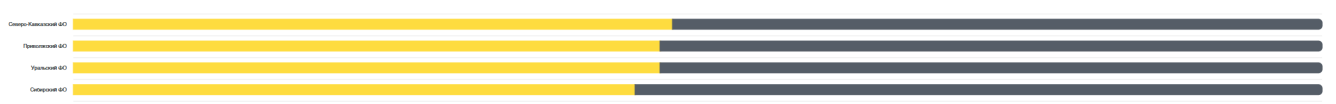
Рисунок 5. Ценовое распределение продаж отдельных видов воды, %.

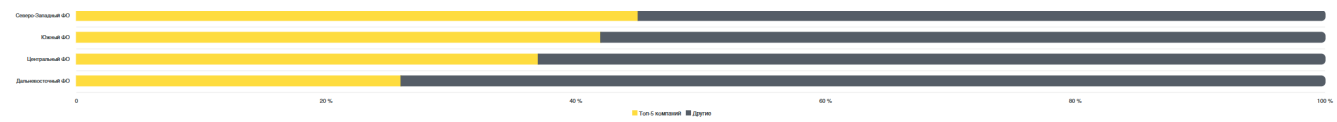


Доли рынка крупнейших компаний.

Северо-Кавказский федеральный округ в феврале 2025 года занимает наибольшую долю рынка по продажам среди топ-5 компаний во всех федеральных округах со значением 48%. После него идут **Приволжский федеральный округ** (47% от всех продаж) и **Уральский федеральный округ** (47% от всех продаж). В свою очередь **Дальневосточный федеральный округ** находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации производства, там на долю топ-5 компаний приходится всего 26% от всех продаж.
На рисунке 6 представлены доли продаж, приходящиеся на крупнейшие предприятия розничного сегмента в каждом из федеральных округов.
Для производителей доступны данные по их доле в общем объеме рынка, а также позиции в рейтинге спроса относительно прямых конкурентов (сравнение на уровне брендов) по товарам выбранной категории в платном **"Индивидуальном отчете"**.

Рисунок 6. Доли рынка крупнейших компаний, %.





Товарное предложение

Наибольший источник предложения на внутреннем рынке — «Производство РФ» (99%). При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 29%. «Поставки из-за пределов РФ» составили (1%) по сравнению с аналогичным периодом прошлого года показали рост на 14%. На рисунке 7 и в таблице 6 представлена динамика предложения и его структура на рынке воды.

Рисунок 7. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л.

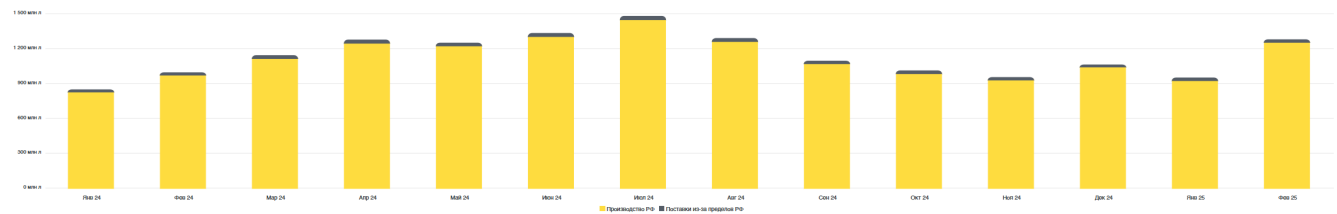


Таблица 6. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л.

	2025 год		Сравнени		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Производство РФ		1 256	2 183	974	1 804
Поставки из-за пределов РФ		17	36	15	29
Итого		1 273	2 218	990	1 833

Структура внутреннего производства.

В феврале 2025 года наибольшие объемы производства внутри РФ приходится на **Центральный федеральный округ**, в этом округе было произведено 473 млн л упакованной воды, что составляет 37,2% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 25%. Приволжский федеральный округ занимает второе место по объему производства воды в России. В феврале 2025 года там было произведено 166 млн л упакованной воды, что составляет 13,2% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 42%. На рисунке 8 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке воды. Объемы выпускаемой продукции напрямую зависят от спроса на нее в конкретном регионе и сезонности. Сравнительный анализ доли рынка относительно общего спроса с разбивкой по регионам и месяцам производителю доступен в ["Универсальном отчете"](#) на платной основе. Также с помощью сервисов можно оценить, где территориально продукция данной категории максимально востребована.

Рисунок 8. Структура предложения на рынке упакованной воды, млн л.

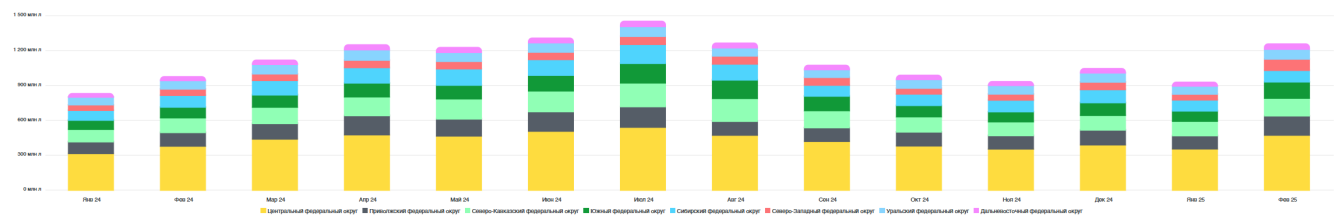


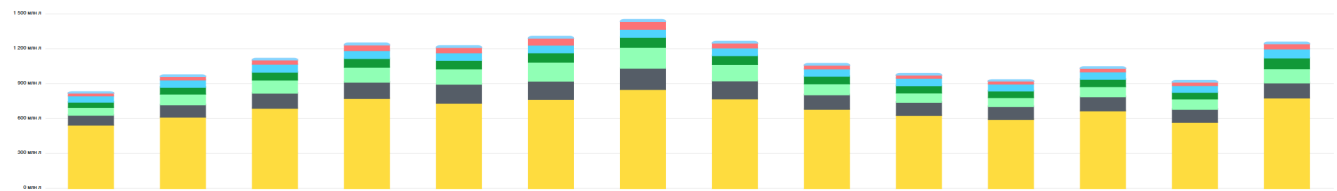
Таблица 7. Географическая структура производства упакованной воды, млн л.

	2025 год		Сравнени		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Центральный федеральный округ		473	829	379	695
Приволжский федеральный округ		166	279	117	217
Северо-Кавказский федеральный округ		152	276	127	234
Южный федеральный округ		140	228	92	170
Сибирский федеральный округ		99	195	101	186
Северо-Западный федеральный округ		97	147	54	102
Уральский федеральный округ		85	154	73	139
Дальневосточный федеральный округ		44	75	32	60
Итого		1 256	2 183	974	1 804

Структура предложения по укрупненной номенклатуре

Большую часть рынка производимой продукции в рассматриваемом периоде занимает **Негазированная питьевая**. В феврале 2025 года производство этого типа продукции составило 779 млн л (рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 27%) — это 82,0% от общего объема производства воды в стране. Остальные типы продукции занимают более низкую долю в производстве воды в России в рассматриваемом периоде. Второе и третье место по доле от общего производства занимают: **Газированная минеральная природная лечебно-столовая** — 129 млн л и 10,3% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 22%; **Газированная питьевая** — 122 млн л и 9,7% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 33%. На рисунке 9 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разбивке на типы производимого воды.

Рисунок 9. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л.



Негазированная питьевая, Газированная минеральная природная лечебно-столовая, Газированная питьевая, Негазированная минеральная, Детская вода, Газированная минеральная природная столовая, Другое

Рисунок 10. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л.

Скачать



Таблица 8. Объем производства упакованной воды по укрупненной номенклатуре, млн л.

Скачать

	2025 год		Сравнение		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Негазированная питьевая	779		1 349	615	1 161
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	129		241	106	191
Газированная питьевая	122		211	92	159
Негазированная минеральная	92		149	58	104
Детская вода	78		136	63	118
Газированная минеральная природная столовая	44		74	29	52
Другие	11		23	11	19
Итого	1 256		2 183	974	1 804

Доля рынка (производство)

Доля производства топ-5 компаний занимает от 13 до 61% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

Газированная минеральная природная лечебно-столовая — доля топ-5 компаний составляет 61% от всего рынка;

Детская вода — доля топ-5 компаний составляет 60%;

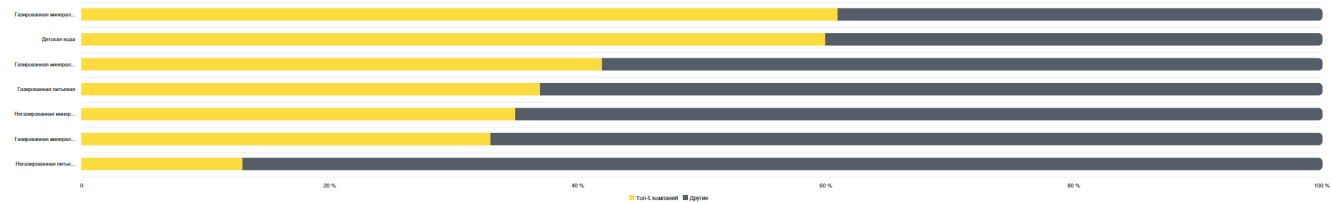
Газированная минеральная природная столовая — доля топ-5 компаний составляет 42%;

Газированная питьевая — доля топ-5 компаний составляет 37%;

Негазированная минеральная — доля топ-5 компаний составляет 35%.

Рисунок 11. Концентрация производства упакованной воды по основным видам продукции

Скачать



Объем поставок из-за пределов РФ упакованной воды.

Большую часть ввозимой упакованной воды составляет Газированная минеральная природная лечебно-столовая, поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 13,47 млн л — 77,4% от общего объема поставок воды в страну.

Следом идет Негазированная питьевая — 1,58 млн л, это 91% всей ввозимой продукции.

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

Импортируя товар, важно понимать, какие аналоги присутствуют на рынке, где и за какую стоимость они продаются. Информацию по рынку можно получить, заказав «Индивидуальный отчет» на платной основе. Данные будут обезличены до уровня бренда товара с описанием его характеристик.

Рисунок 12. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, млн л.

Скачать

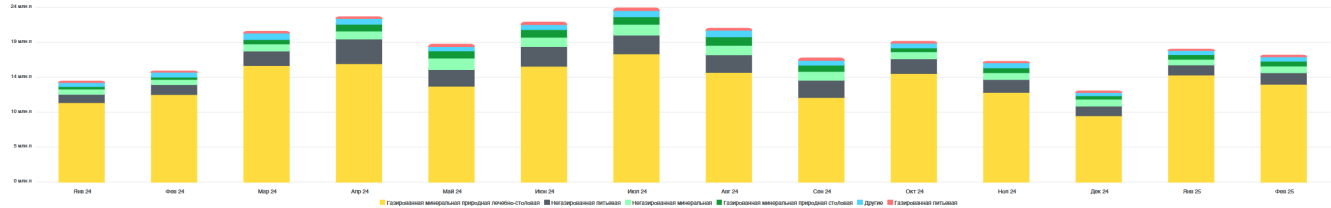


Таблица 9. Объем поставок из-за пределов РФ упакованной воды по видам продукции, млн л.

Скачать

	2025 год		Сравнение		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Газированная минеральная природная лечебно-столовая	13,47		28,21	12,06	23,00
Негазированная питьевая	1,58		2,98	1,37	2,51
Негазированная минеральная	0,92		1,70	0,71	1,44
Газированная минеральная природная столовая	0,67		1,30	0,32	0,66
Газированная питьевая	0,15		0,24	0,08	0,20
Другие	0,61		1,18	0,68	1,23
Итого	17,39		35,61	15,21	29,04