

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

Полный обзор

Спрос на продукцию
Сравнительный анализ цен и сегменты рынка
Динамика рынка
Производство
Ввоз из-за границы РФ
Методология сбора данных
Сроки и этапы ведения мониторинга
Контрольная (надзорная) деятельность

Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж в феврале 2025 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю»: 53,4% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Наибольшее изменение доли продаж в феврале 2025 года показали следующие типы продукции:

Духи — увеличение доли от общих продаж на 9,6 п.п. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;

Туалетная вода — уменьшение доли от общих продаж на 3,6 п.п. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;

Парфюмерная вода — уменьшение доли от общих продаж на 1,8 п.п. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Подробнее структура выхода из оборота (продажи) с разбивкой по типам выхода из оборота приведена на рисунке 1 и в таблице 1.

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

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

Информация о розничных продажах в разбивке по каналам продаж, брендам и типам упаковки, 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 выхода из оборота (продажи), %

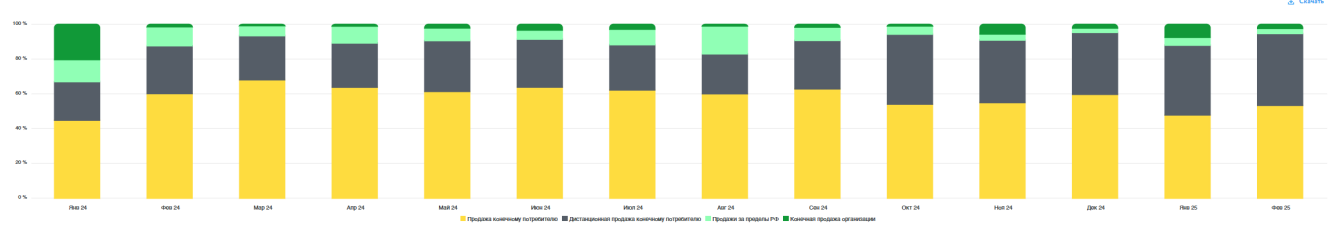


Таблица 1. Структура выхода из оборота (продажи), %

	2025 год		Справочно			
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024	
Продажа конечному потребителю		53,42%	51,01%	60,20%	47,89%	52,91%
Дистанционная продажа конечному потребителю		41,33%	40,81%	27,51%	40,14%	24,97%
Продажи за пределы РФ		2,94%	3,64%	10,93%	4,53%	11,77%
Конечная продажа организации		2,30%	4,54%	1,36%	7,43%	10,35%
Итого		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу, %.



Таблица 2. Динамика потребления, %

	Февраль 2025 к Февралю 2024		Февраль 2025 к Январю 2025		Январь - Февраль 2025 к Январю - Февраль 2024	
Конечные продажи по стабильным точкам		-2%		45%		-0%

Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

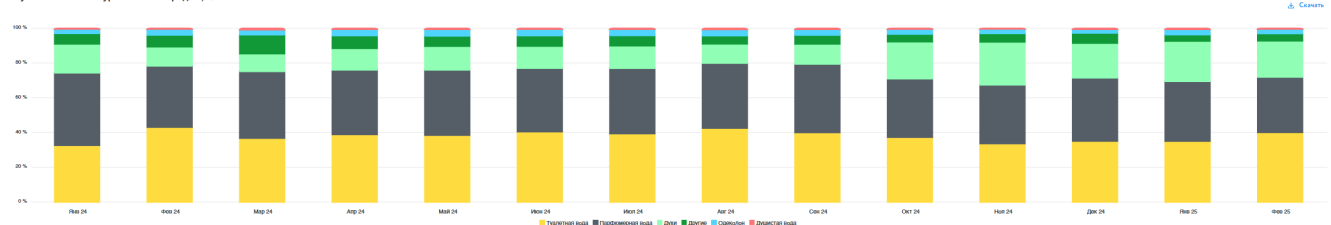


Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

	2025 год		Справочно			
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024	
Туалетная вода		40,2%	38,3%	43,7%	35,8%	42,1%
Парфюмерная вода		31,1%	31,7%	32,8%	32,6%	33,5%
Духи		21,2%	22,3%	11,7%	23,7%	12,1%
Одеколон		2,7%	2,9%	3,7%	3,2%	3,6%
Домашняя вода		0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%
Другие		4,4%	4,3%	7,6%	4,1%	8,1%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Структура продаж на 1000 человек

В феврале 2025 года **Центральный федеральный округ** был лидером по числу проданных единиц парфюмерной продукции на 1 000 человек населения — 67 единиц товара

Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах **Москва** (123 единицы товара) и **Смоленская область** (67 единиц товара).

Подробнее региональная структура продаж с разбивкой по основным видам парфюма приведена в таблице 4.

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

	Туалетная вода	Парфюмерная вода	Духи	Другое	Одеколон	Душная вода	Итого	
Центральный ФО		25,15	24,82	8,18	5,83	2,69	0,38	67,05
Северо-Западный ФО		20,71	14,94	3,78	2,56	2,62	0,34	44,94
Приволжский ФО		19,24	10,74	2,32	1,85	1,80	0,33	36,28
Сибирский ФО		18,14	11,83	2,22	2,27	1,09	0,19	35,74
Уральский ФО		16,74	10,71	2,80	2,70	1,24	0,26	34,44
Дальневосточный ФО		16,33	11,75	2,24	2,26	0,63	0,17	33,38
Южный ФО		16,41	9,69	1,80	2,00	1,15	0,22	31,29
Северо-Кавказский ФО		5,16	3,08	0,88	0,90	0,29	0,08	10,39
Сравочно								
Москва		35,46	51,42	19,50	12,95	3,36	0,54	123,22
Смоленская область		38,81	13,64	5,11	2,56	6,46	0,32	66,90
Мурманская область		26,41	15,23	3,21	3,69	3,84	0,51	52,90
Пензенская область		31,66	12,44	2,27	2,46	3,56	0,29	52,67
Псковская область		28,95	11,02	2,79	2,33	4,33	0,36	49,78
Дистанционные продажи*								
Всё РФ		11,70	9,47	13,16	0,29	0,38	0,16	35,17

Средневзвешенные цены

В феврале 2025 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Духи** — падение на 49% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном периоде прошлого года. Далее идут **Парфюмерная вода** (рост на 18%) и **Одеколон** (рост на 18%). Подробная динамика средневзвешенных розничных цен по основным видам парфюма приведена на рисунке 4 и в таблице 5. В зависимости от региона, канала продаж и под влиянием сезонности цены на одни 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 **"Высшемаркетинговый отчет"**.

Рисунок 4. Средневзвешенные цены на популярные виды продукции, руб.

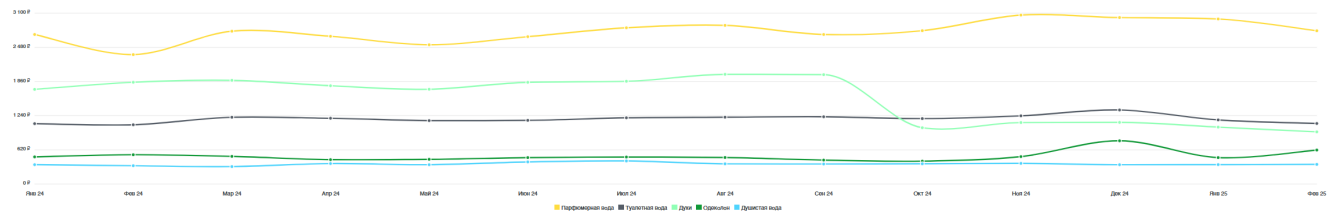


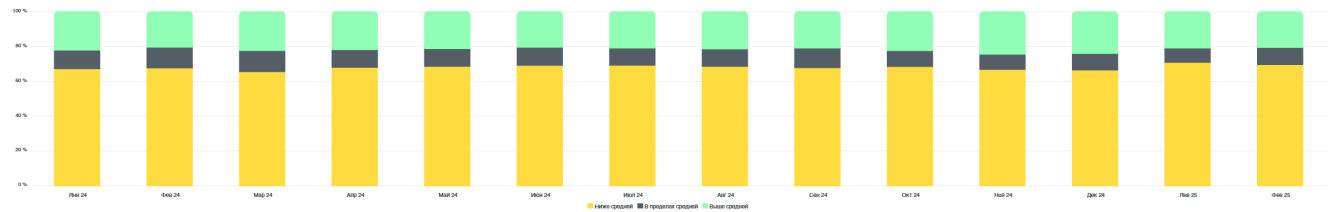
Таблица 5. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции.

	2025 год		Изменение цен		Сравнение			
	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	
Парфюмерная вода		2 781	2 873	18,4%	-7,1%	2 349	2 995	2 503
Туалетная вода		1 099	1 124	2,1%	-5,6%	1 076	1 164	1 084
Духи		947	986	-48,7%	-8,3%	1 847	1 033	1 792
Одеколон		617	553	16,0%	28,5%	532	480	516
Душистая вода		357	355	7,2%	1,1%	333	353	342

Сегменты рынка по средневзвешенной цене

Сегменты рынка разделены на 3 категории: в пределах средней стоимости (±20% от средневзвешенной цены). Всё, что отклоняется от данного количества, вынесено в категории «Выше средней» или «Ниже средней». Сегмент «Ниже средней» имеет наибольшую долю в конечных продажах парфюма в России — на уровне 70% по итогам рассматриваемого периода. Наименьшая доля в конечных продажах парфюма в России принадлежит сегменту «В пределах средней» — примерно 10%. Подробная динамика распределения конечных продаж по ценовым сегментам по всей товарной группе приведена на рисунке 5. Изучите интересующий ценовой сегмент подробнее в рамках **"Высшемаркетингового отчета"** в каких каналах больше продаж, какие новинки появились в рынке.

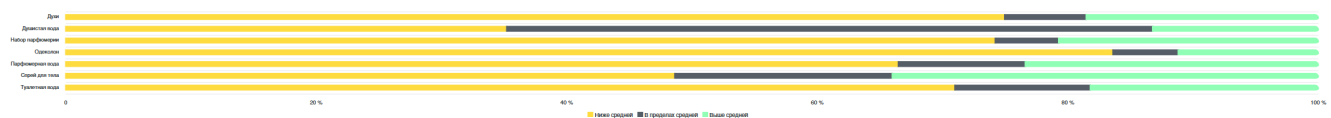
Рисунок 5. Сегменты рынка по средневзвешенной цене, %



Распределение конечных продаж

Основная часть продукции в категории **Парфюмерная вода** сосредоточена в ценовом сегменте «Ниже средней» и составляет 66,5%. В категории **Туалетная вода** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 71,0% продукции. Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов парфюма приведены на рисунке 6.

Рисунок 6. Ценовое распределение продаж отдельных видов парфюма, %.



Доли рынка.

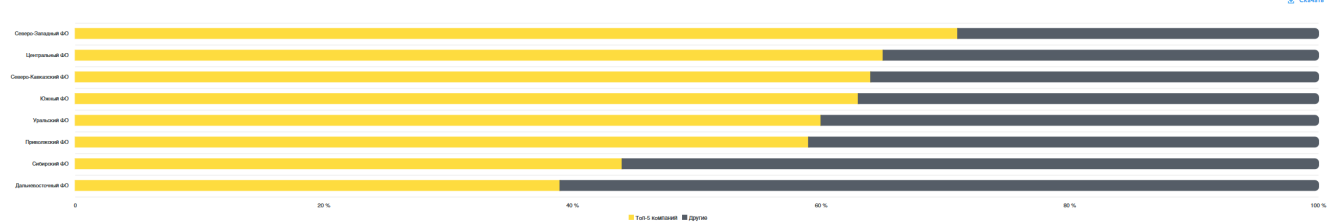
Северо-Западный федеральный округ в феврале 2025 года занимает первую строчку по доли рынка топ-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 71%.

В свою очередь Дальневосточный федеральный округ с долей в 39% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации продаж.

Подробнее распределение федеральных округов, и доля рынка крупнейших компаний представлены на рисунке 7.

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 7. Доли рынка крупнейших компаний, %.



Товарное предложение

Большая часть предложения в феврале 2025 года приходится на «Производство РФ» и составляет 66% от всего предложения.

При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 15%.

«Поставки из-за пределов РФ» — вторая по объему часть предложения (34%), в феврале 2025 года демонстрирует падение на 3% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

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

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

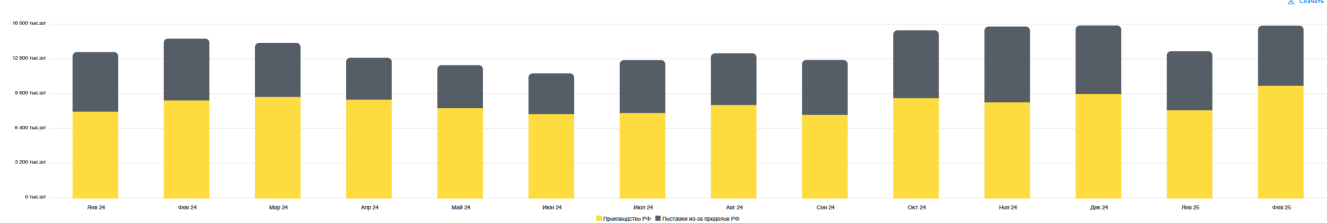


Таблица 6. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

	2025 год		Сравнени			
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024	
Производство РФ		10 393	18 531	9 042	8 138	17 049
Поставки из-за пределов РФ		5 408	10 715	5 564	5 307	10 926
Итого		15 801	29 247	14 606	13 445	27 975

Структура внутреннего производства.

В феврале 2025 года больше всего продукции производит Центральный федеральный округ, в этом округе было произведено 6 415 тыс. штук продукции, что составляет 61,7% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — рост на 11%.

Приволжский федеральный округ занимает второе место по объему производства парфюма в России. В феврале 2025 года там было произведено 2 338 тыс. штук продукции, что составляет 22,5% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 12%.

На рисунке 9 и в таблице 7 представлена динамика предложения и его структура на рынке парфюма.

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 ["Индивидуальном отчете"](#) на платной основе. Также с помощью сервисов можно оценить, где территориально продукция данной категории максимально востребована.

Рисунок 9. Географическая структура производства парфюма, тыс. шт.

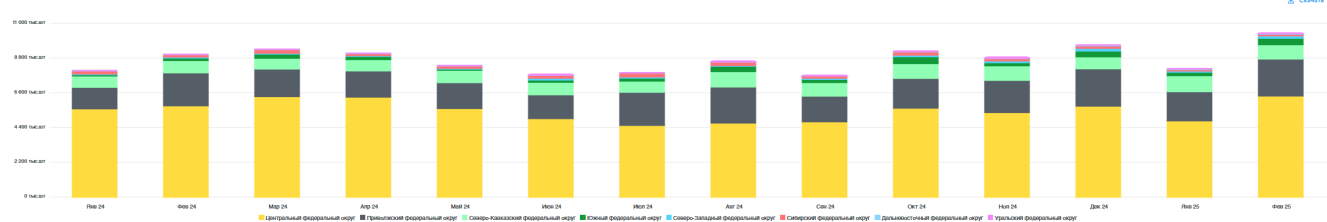


Таблица 7. Географическая структура производства парфюма, тыс. шт.

	2025 год		Сравнени			
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024	
Центральный федеральный округ		6 415	11 254	5 791	4 839	11 392
Приволжский федеральный округ		2 338	4 188	2 088	1 849	3 450
Северо-Кавказский федеральный округ		906	1 920	780	1 013	1 498
Южный федеральный округ		409	626	159	216	238
Северо-Западный федеральный округ		151	228	62	77	111
Сибирский федеральный округ		102	198	154	96	341
Дальневосточный федеральный округ		37	78	6	41	17
Уральский федеральный округ		33	40	2	7	3
Итого		10 393	18 531	9 042	8 138	17 049

Структура предложения по укрупненной номенклатуре

Большую часть рынка производимой продукции в рассматриваемом периоде занимает Туалетная вода. В феврале 2025 года производство этого типа продукции составило 3 632 тыс. штук (падение в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 7%) — это 34,9% от общего объема производства парфюма в стране.

Остальные типы продукции занимают более незначительную долю в производстве парфюма в России в рассматриваемом периоде. Второе и третье место по доле от общего производства занимают:

Духи — 3 614 тыс. штук и 34,8% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 70%;

Парфюмерная вода — 2 286 тыс. штук и 22,0% от всего рынка, падение в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 1%.

на рисунке 10 и в таблице 8 представлена динамика предложения в разрезе на типы производимого парфюма.

Рисунок 10. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт.

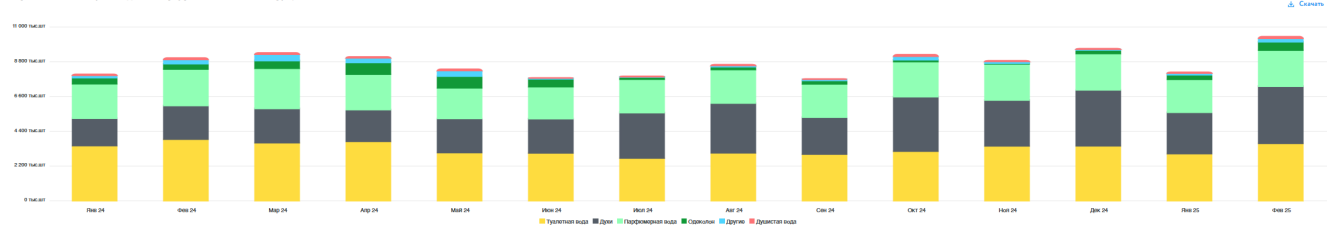


Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт

	2025 год		Справочно		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Туалетная вода		3 632	6 613	3 897	2 981
Духи		3 614	6 231	2 128	2 617
Парфюмерная вода		2 286	4 374	2 311	2 088
Одеколон		528	814	339	286
Душная вода		113	172	99	59
Другие		219	326	269	107
Итого		10 393	18 531	9 042	8 138

Доля рынка (производство)

Доля производства топ-5 компаний занимает от 35 до 100% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

Душная вода — доля топ-5 компаний составляет 100% от всего рынка;

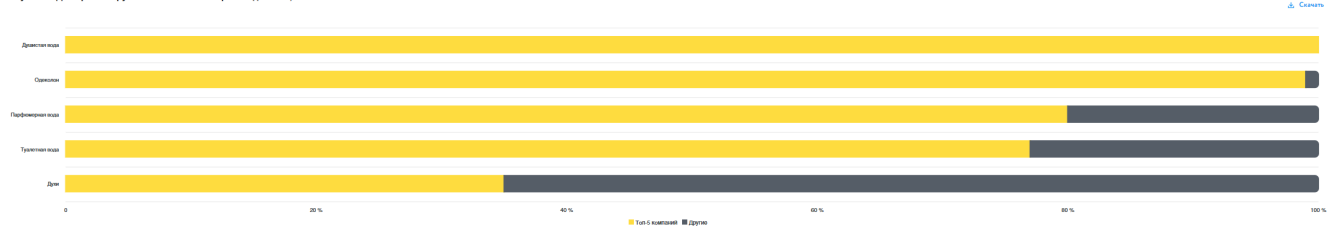
Одеколон — доля топ-5 компаний составляет 99%;

Парфюмерная вода — доля топ-5 компаний составляет 80%;

Туалетная вода — доля топ-5 компаний составляет 77%;

Духи — доля топ-5 компаний составляет 35%.

Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %



Структура ввоза из-за пределов РФ.

Большую часть ввозимого парфюма составляет Парфюмерная вода. В феврале 2025 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 3 000 тыс. штук — 55,5% от общего объема поставок парфюма в страну. Это на 19% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет Туалетная вода — 1 278 тыс. штук, это 23,6% всей ввозимой продукции, что на 24% меньше, чем за аналогичный период в прошлом году.

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

Импортный товар, важно понимать, какие аналоги присутствуют на рынке, где и за какую стоимость они продаются. Информацию по рынку можно получить, заказав "Анализированный 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, тыс. шт.

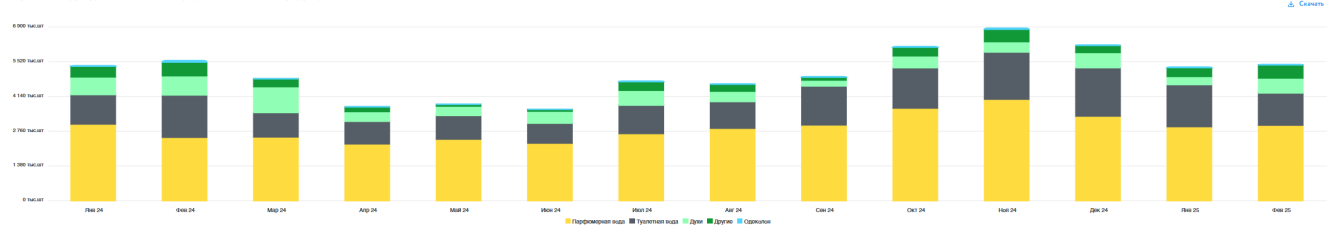


Таблица 9. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

	2025 год		Справочно		
	Февраль	Январь - Февраль	Февраль 2024 год	Январь 2025 год	Январь - Февраль 2024
Парфюмерная вода		3 000	5 940	2 318	2 941
Туалетная вода		1 278	2 946	1 680	1 668
Духи		594	919	764	325
Одеколон		15	38	62	23
Другие		522	872	541	350
Итого		5 408	10 715	5 564	5 307