

Квартальный обзор по маркируемому рынку "Парфюм", 3 квартал 2024 года

Панель обзор

- Спрос на продукцию
- Средневзвешенные цены и сегменты рынка
- Доля рынка
- Производство
- Ввоз из-за пределов РФ
- Методология сбора данных
- Сроки и этапы введения маркировки
- Контрольная (надзорная) деятельность

Основные Выводы

Внутренний спрос на большинство ключевых продуктов парфюмерной промышленности **застыл в III квартале 2024 г.** в сравнении с аналогичным периодом 2023 г. и **цене и снизился** вслед за ростом цен на духи, парфюмерную и туалетную воду. **Снижение** в совокупности составило 4,0% в стабильных точках продаж. **Наибольшее** снижение в структуре общих продаж наблюдается по духам и туалетной воде. Продажи же парфюмерной воды напротив немного подросли, рост в структуре продаж составил 6 п.п.

ТУАЛЕТНАЯ ВОДА: доля **продаж** туалетной воды в общей структуре снизилась за III квартал 2024 г. в сравнении с аналогичным периодом 2023 г. на 2,5 п.п. одновременно с ростом цен за период (+17%). В III квартале 2024 г. в сравнении с предыдущим кварталом доля продаж туалетной воды оставалась стабильной (-0,2 п.п.), цены при этом немного увеличились - на 4% в сравнении с предыдущим кварталом. Таким образом, исходя из общего снижения продаж за год, спрос на туалетную воду также снизился в III квартале 2024 г. в сравнении с III кварталом 2023 г. **Предложение** продукции при этом снизилось по отношению к III кварталу 2023 года на 15%, преимущественно за счет падений отечественного производства на 20%. В сравнении с предыдущим кварталом производство в III квартале снизилось на 10%.

Цены ⬆️ Спрос ⬇️ Производство ⬇️ Импорт ⬇️

ПАРФЮМЕРНАЯ ВОДА: предложение же парфюмерной воды в III квартале выросло на 14% к аналогичному периоду 2023 г., и превысило предыдущий квартал на 16%. При этом предложение продукции выросло как за счет прироста **импорта** на 12% (60% прироста), так и за счет увеличения производства на 13% (40% прироста) в III квартале 2024 г. в сравнении с 2023 г. При этом, доля **розничных продаж** парфюмерной воды в общей структуре продаж выросла по отношению к аналогичному периоду 2023 г. на 6 п.п., и увеличилась к предыдущему кварталу (+1,8 п.п.). В абсолютном же значении спрос на парфюмерную воду также вырос, несмотря на общее снижение продаж, при росте **средневзвешенных цен** на 13% в сравнении с III кварталом 2023 г.

Цены ⬆️ Спрос ⬆️ Производство ⬆️ Импорт ⬆️

ДУХИ: доли показали наибольший рост цен (50% к аналогичному периоду 2023 г.) одновременно со снижением **спроса** на товар (доля **розничных продаж в общей структуре продаж** снизилась на 1,7 п.п. к III кварталу 2023г., и на 0,6 п.п. ко II кварталу 2023 г.). Тем не менее, предложение на рынке продукции увеличилось на 52%, несмотря на снижение ввоза в страну (-48%), преимущественно за счет прироста **производства** на 116% к III кварталу 2023 год. Предложение к предыдущему кварталу также увеличилось на 29%, за счет прироста производства на 33%.

Цены ⬆️ Спрос ⬇️ Производство ⬆️ Импорт ⬆️

ОДЕКОЛОН: предложение снизилось в сравнении с III кварталом 2023 г. на 62%, что было обусловлено снижением **производства** (-64%), доля которого в совокупном предложении составляет ~90-96%. Производство одеколона в сравнении с предыдущим кварталом упало на 73%. **Цены** на одеколон в III квартале в сравнении с предыдущим годом почти не изменились. В сравнении же с предыдущим кварталом одеколон продавался на 2,6% дороже. При этом доля **продаж одеколона** остается практически неизменной в общей структуре продаж (+0,1 п.п. за III квартал 2024 г. к III кварталу 2023г. и -0,1 п.п. в III квартале 2024 г. в сравнении с предыдущим).

Цены ⬆️ Спрос ➡️ Производство ⬇️ Импорт ⬇️

Спрос на продукцию

В структуре конечных продаж во III квартале 2024 года наибольший объем занимает сегмент «Продажа конечному потребителю» 61,7% от общего объема выводимой из оборота продукции.

Наибольшее изменение доли продаж во III квартале 2024 года показали следующие типы продукции:

Парфюмерная вода — увеличение доли от общих продаж на 5,9 п.п. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;

Туалетная вода — уменьшение доли от общих продаж на 2,4 п.п. в сравнении с аналогичным периодом прошлого года;

Духи — уменьшение доли от общих продаж на 1,6 п.п. в сравнении с аналогичным периодом 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, а также в таблице 2 представлена динамика потребления.

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

Информация о розничных продажах в разбивке 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 (продаж), %

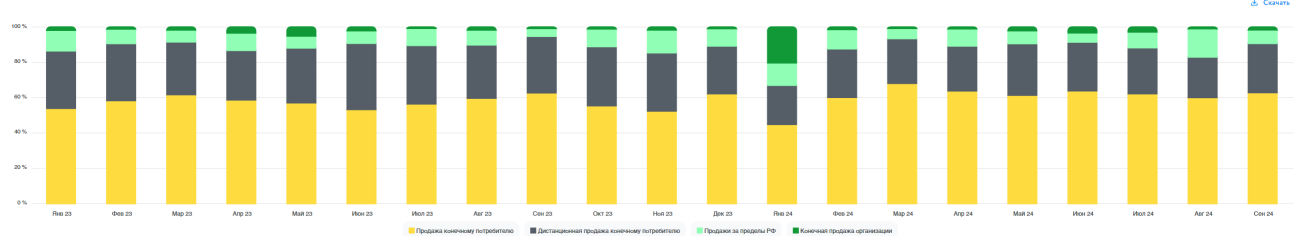


Таблица 1. Структура вывода из оборота (продаж), %

	2024 год		Справочно			
	I квартал - III квартал	III квартал	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год	
Продажа конечному потребителю		60,63%	61,68%	58,14%	63,07%	59,61%
Дисконтная продажа конечному потребителю		25,90%	25,50%	31,96%	27,43%	31,80%
Продажи за пределы РФ		9,55%	11,11%	8,00%	7,39%	7,55%
Конечная продажа организации		3,92%	1,71%	1,90%	2,10%	1,03%
Итого		100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Рисунок 2. Динамика продаж месяц к месяцу, %

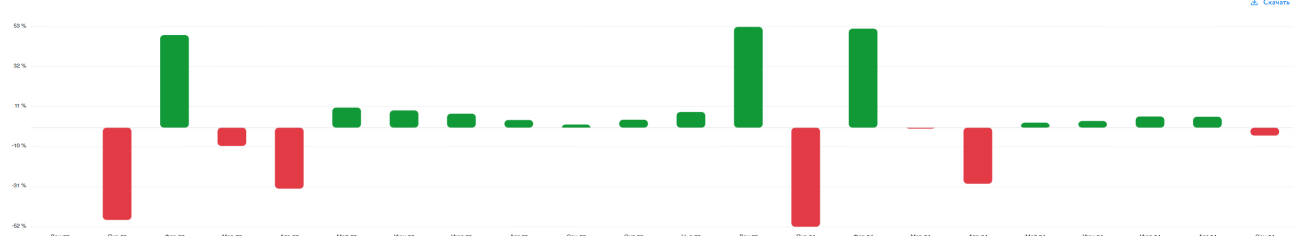


Таблица 2. Динамика потребления, %

	3 квартал 2024 к 2 квартал 2024	3 квартал 2024 к 3 квартал 2023	I квартал - III квартал 2024 к I квартал - III квартал 2023
Конечная продажи по стабильным точкам		12%	4%
			8%

Рисунок 3. Номенклатура конечных продаж, %

Скачать

Скачать

Скачать

Скачать

Скачать

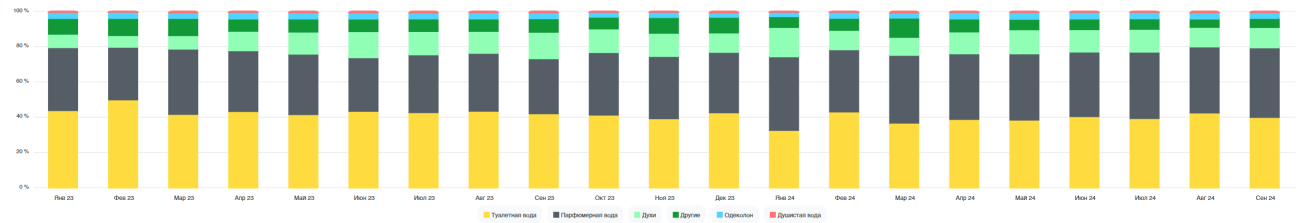


Таблица 3. Конечные продажи по укрупненной номенклатуре, %

[Скачать](#)

	2024 год		Справочно			
	I квартал - III квартал	III квартал	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год	
Туалетная вода		39,8%	39,5%	43,3%	39,7%	42,0%
Парфюмерная вода		36,2%	37,6%	32,1%	35,8%	31,7%
Духи		12,5%	12,7%	11,6%	13,3%	14,4%
Одеколон		3,5%	3,6%	3,6%	3,7%	3,5%
Домашняя вода		0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
Другие		7,5%	5,9%	8,7%	6,9%	7,8%
Итого		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Структура продаж на 1000 человек

Во III квартале 2024 года **Центральный федеральный округ** был лидером по числу проданных единиц парфюмерной продукции на 1 000 человек населения — 55 единиц товара. Высокий объем продаж на 1 000 человек был в регионах **Москва** (100 единиц товара) и **Санкт-Петербург** (52 единицы товара). Подробная региональная структура продаж с разбивкой по основным видам парфюма приведена в таблице 4.

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

[Скачать](#)

	Парфюмерная вода	Туалетная вода	Духи	Другие	Одеколон	Домашняя вода	Итого	
Центральный ФО		19,82	18,02	9,49	4,91	2,63	0,38	55,25
Северо-Западный ФО		14,23	17,23	4,25	2,78	2,66	0,34	41,50
Южный ФО		11,66	15,06	2,54	2,60	1,58	0,30	33,74
Приволжский ФО		9,71	14,34	2,52	2,09	1,60	0,33	30,60
Дальневосточный ФО		10,99	12,99	2,25	1,72	0,51	0,26	28,72
Сибирский ФО		10,42	13,10	2,26	1,95	0,75	0,17	28,65
Уральский ФО		9,33	12,06	2,89	2,49	1,16	0,25	28,18
Северо-Кавказский ФО		3,06	4,37	1,06	0,83	0,34	0,11	9,77
Справочно								
Москва		38,86	24,51	23,81	9,53	3,15	0,51	100,37
Санкт-Петербург		20,18	18,14	6,89	3,11	3,02	0,31	51,65
Краснодарский край		16,06	22,02	4,02	3,58	2,49	0,49	48,66
Севастополь		24,73	17,77	0,68	2,32	0,48	0,03	46,02
Смоленская область		10,01	22,22	4,22	2,71	2,86	0,34	42,35
Дистанционные продажи*								
Вся РФ		7,02	6,03	2,28	0,21	0,23	0,06	15,83

Средневзвешенные цены

Во III квартале 2024 года наибольшее изменение цен было у категории товаров **Духи** — рост на 51% в сравнении со средневзвешенным значением цены в аналогичном периоде прошлого года. Далее идут **Туалетная вода** (рост на 17%) и **Парфюмерная вода** (рост на 14%). 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 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 4. Средневзвешенные цены на популярные виды продукции, руб.

[Скачать](#)

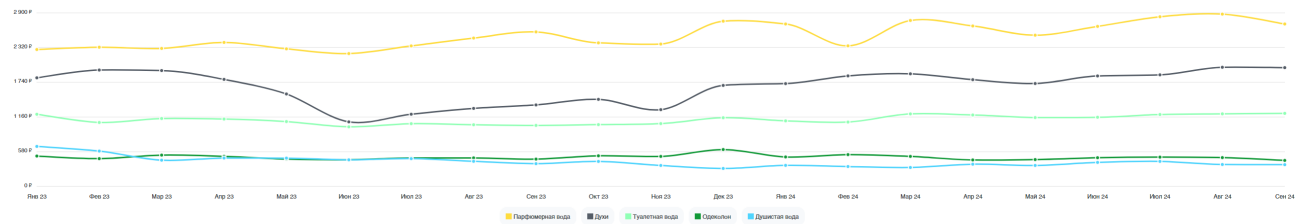


Таблица 5. Средневзвешенные цены на отдельные виды продукции.

[Скачать](#)

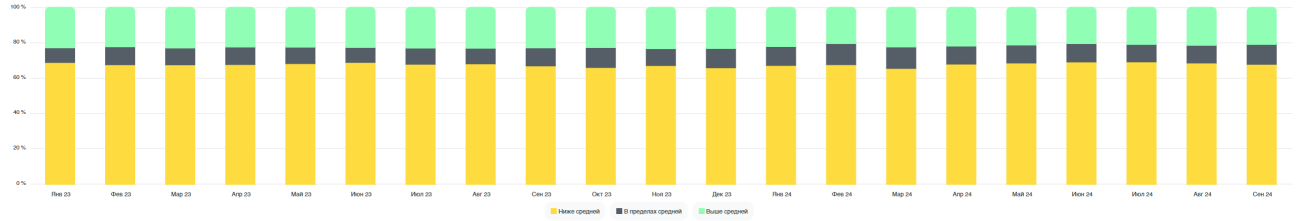
	2024 год		Изменение цен		Справочно			
	I квартал - III квартал	III квартал	III квартал 2024 год к I квартлу 2024 год	III квартал 2024 год к III квартлу 2023 год	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год	
Парфюмерная вода		2 684	2 809	6,9%	13,8%	2 363	2 627	2 469

Душ	1 852	1 947	9,4%	50,6%	1 460	1 780	1 293
Туалетная вода	1 167	1 212	3,9%	17,3%	1 075	1 167	1 033
Одеколон	480	470	2,6%	-0,1%	478	458	470
Душная вода	358	380	1,6%	-9,5%	472	374	420

Сегменты рынка по средневзвешенной цене

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 парфюма в России — на уровне 69% 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 интересный ценовой сегмент подробнее в рамках ["Индивидуального отчета"](#) в какии 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 67,6%. В категории **Туалетная вода** в ценовой сегмент «Ниже средней» попадает 73,2% продукции.

Примеры распределения конечных продаж по ценовым сегментам некоторых отдельных видов парфюма приведены на рисунке 6.

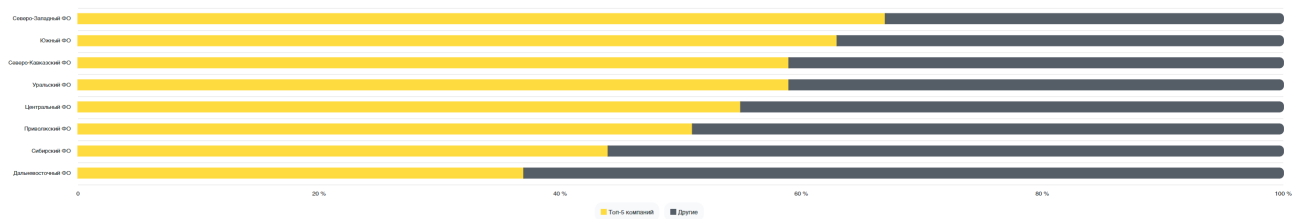
Рисунок 6. Ценовое распределение продаж отдельных видов парфюма, %.



Доли рынка.

Северо-Западный федеральный округ во III квартале 2024 года занимает первую строчку по доли рынка top-5 компаний среди всех федеральных округов со значением 67%. В свою очередь **Дальневосточный федеральный округ** с долей в 37% находится на нижней строчке рейтинга федеральных округов по концентрации продаж. Подробнее распределение федеральных округов, и доли 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 во III квартале 2024 года приходится на **«Производство РФ»** и составляет 63% от всего предложения. При этом по сравнению с аналогичным периодом прошлого года наблюдается рост на 3%. **«Поставки из-за пределов РФ»** — вторая по объему часть предложения (37%), во III квартале 2024 года демонстрирует падение на 7% 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.

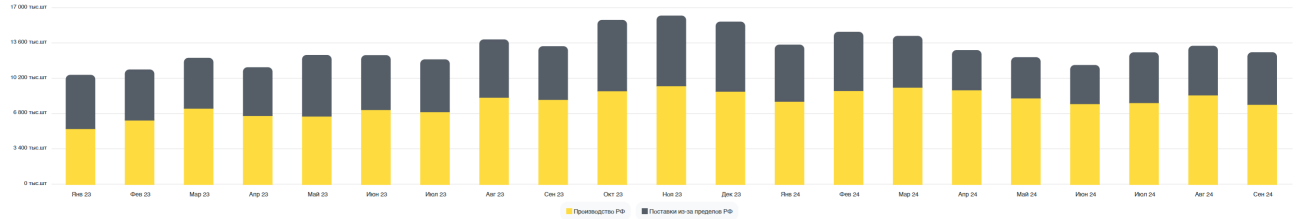


Таблица 6. Структура предложения на рынке парфюма, тыс. шт.

	2024 год		Сравненио		
	I квартал - III квартал	III квартал	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год
Производство РФ		75 851	24 214	62 937	25 223
					23 589

Поставки из-за пределов РФ	41 277	14 311	45 561	11 193	15 453
Итого	117 128	38 525	108 499	36 416	39 042

Структура внутреннего производства.

Во III квартале 2024 года больше всего продукции производит **Центральный федеральный округ**, в этом округе было произведено 14 031 тыс. штук продукции, что составляет 57,9% от общего объема производства в стране за этот период. Динамика по сравнению с аналогичным периодом прошлого года — падение на 16%.

Приволжский федеральный округ занимает второе место по объему производства парфюма в России. Во III квартале 2024 года там было произведено 6 006 тыс. штук продукции, что составляет 24,8% от общего объема производства в стране. Динамика к аналогичному периоду прошлого года — рост на 54%.

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.

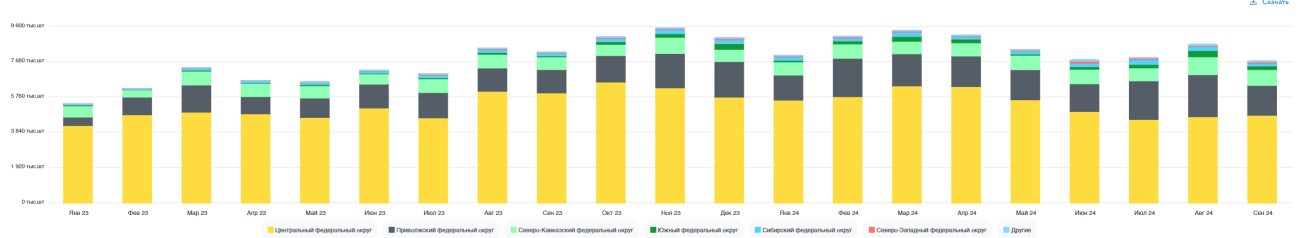


Таблица 7. Географическая структура производства парфюма, тыс. шт.

	2024 год		Справочно			
	I квартал - III квартал	III квартал	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год	
Центральный федеральный округ		48 745	14 031	45 379	16 946	16 716
Приволжский федеральный округ		16 003	6 006	10 091	4 802	3 909
Северо-Кавказский федеральный округ		7 016	2 542	5 889	2 295	2 186
Сибирский федеральный округ		1 655	618	859	462	412
Южный федеральный округ		1 625	717	425	409	207
Северо-Западный федеральный округ		581	200	243	214	143
Другие		224	99	50	94	15
Итого		75 851	24 214	62 937	25 223	23 589

Структура предложения по укрупненной номенклатуре

Большую часть рынка производимой продукции в рассматриваемом периоде занимает **Туалетная вода**. Во III квартале 2024 года производство этого типа продукции составило 8 683 тыс. штук (падение в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 20%) — это 35,9% от общего объема производства парфюма в стране.

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

Духи — 8 361 тыс. штук и 34,5% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 113%;

Парфюмерная вода — 6 349 тыс. штук и 26,2% от всего рынка, рост в сравнении с аналогичным периодом прошлого года на 10%.

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

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

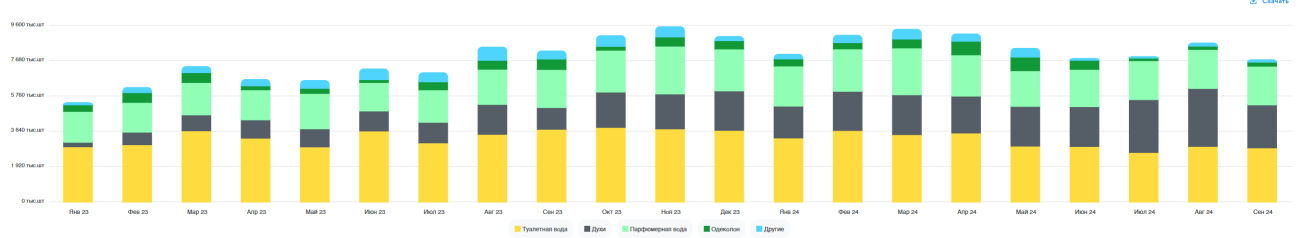


Таблица 8. Объем производства по укрупненной номенклатуре, тыс. шт

	2024 год		Справочно			
	I квартал - III квартал	III квартал	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год	
Туалетная вода		29 571	8 683	31 232	9 830	10 872
Духи		20 723	8 361	8 782	6 336	3 923
Парфюмерная вода		19 602	6 349	15 931	6 211	5 756
Одеколон		3 710	530	3 544	1 975	1 487
Другие		2 245	291	3 447	872	1 551
Итого		75 851	24 214	62 937	25 223	23 589

Доля рынка (производство)

Доля производства топ-5 компаний занимает от 37 до 100% в зависимости от типа продукции. Полное распределение выглядит следующим образом:

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

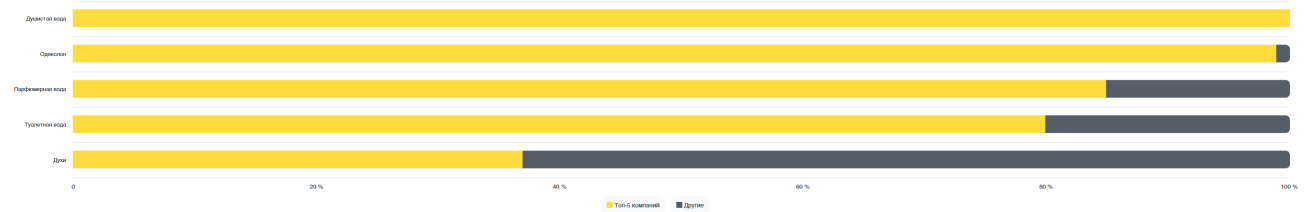
Одеколон — доля топ-5 компаний составляет 99%;

Парфюмерная вода — доля топ-5 компаний составляет 85%;

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

Духи — доля топ-5 компаний составляет 37%.

Рисунок 11. Доли рынка крупнейших компаний-производителей, %



Структура ввоза из-за пределов РФ.

Большую часть ввозимого парфюма составляет **Парфюмерная вода**. Во III квартале 2024 года поставки из-за пределов РФ этого типа продукции составили 8 553 тыс. штук — 59,8% от общего объема поставок парфюма в страну. Это на 12% больше, чем за аналогичный период в прошлом году.

Следом идет **Туалетная вода** — 3 731 тыс. штук, это 26,1% всей ввозимой продукции, что на 6% 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 парфюма.

Импортируя товар, важно понимать, какие аналоги присутствуют на рынке, где и за какую стоимость они продаются. Информацию по рынку можно получить, заказав **"Уникальный 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.

[Скачать](#)

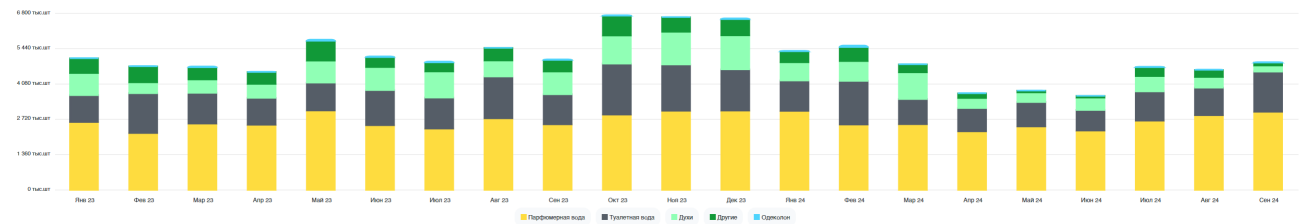


Таблица 9. Структура поставок из-за пределов РФ по видам продукции, тыс. шт.

[Скачать](#)

	2024 год		Сравнение			
	I квартал - III квартал	III квартал	I квартал - III квартал 2023	II квартал 2024 год	III квартал 2023 год	
Парфюмерная вода		23 630	8 553	23 063	6 985	7 644
Туалетная вода		10 178	3 731	11 176	2 629	3 961
Духи		4 969	1 238	6 552	1 237	2 498
Одеколон		169	55	218	22	65
Другие		2 331	734	4 551	321	1 284
Итого		42 077	14 331	45 520	11 155	15 452