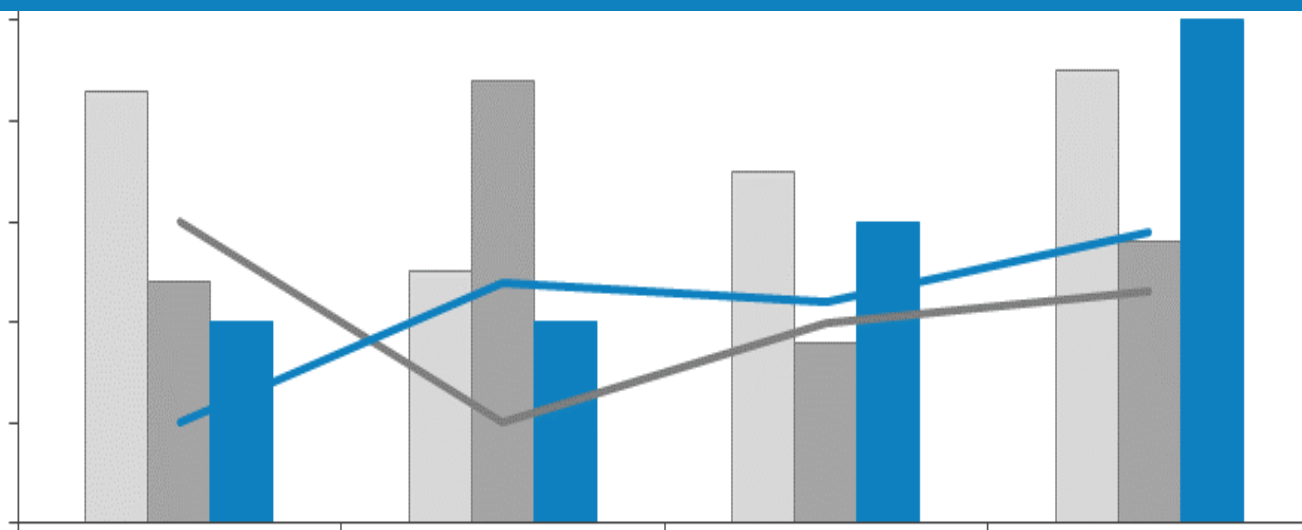




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	11
Таблицы:	11
Диаграммы:	14
Резюме	16
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	17
Цель исследования	17
Задачи исследования.....	17
Объект исследования	17
Метод сбора и анализа данных	17
Источники получения информации	18
Объем и структура выборки.....	18
Глава 2. Мировой рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой	19
Глава 3. Объем и темпы роста рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России	22
Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой.....	22
Сегмент Средства для ванны и душа.....	26
Сегмент Декоративная косметика	26
Сегмент Дезодоранты.....	26
Сегмент Средства для депиляции	26
Сегмент Парфюмерия.....	26
Сегмент Уход за волосами	26
Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин	26
Сегмент Уход за полостью рта	26
Сегмент Солнцезащитные средства	26
Сегмент Средства по уходу за кожей	26
Глава 4. Конкурентный анализ рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России	27
Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой.....	27
<i>Рыночные доли компаний</i>	<i>27</i>
<i>Рыночные доли брендов.....</i>	<i>27</i>
Сегмент Средства для ванны и душа.....	28
<i>Рыночные доли компаний</i>	<i>28</i>
<i>Рыночные доли брендов.....</i>	<i>28</i>
Сегмент Декоративная косметика	28
<i>Рыночные доли компаний</i>	<i>28</i>
<i>Рыночные доли брендов.....</i>	<i>28</i>

Сегмент Дезодоранты.....	28
<i>Рыночные доли компаний</i>	28
<i>Рыночные доли брендов</i>	28
Сегмент Средства для депиляции	28
<i>Рыночные доли компаний</i>	28
<i>Рыночные доли брендов</i>	29
Сегмент Парфюмерия	29
<i>Рыночные доли компаний</i>	29
<i>Рыночные доли брендов</i>	29
Сегмент Уход за волосами	29
<i>Рыночные доли компаний</i>	29
<i>Рыночные доли брендов</i>	29
Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин	29
<i>Рыночные доли компаний</i>	29
<i>Рыночные доли брендов</i>	29
Сегмент Уход за полостью рта	29
<i>Рыночные доли компаний</i>	29
<i>Рыночные доли брендов</i>	30
Сегмент Солнцезащитные средства	30
<i>Рыночные доли компаний</i>	30
<i>Рыночные доли брендов</i>	30
Сегмент Средства по уходу за кожей	30
<i>Рыночные доли брендов</i>	30
Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России	31
Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России	31
Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой	31
Сегмент Средства для ванны и душа	31
Сегмент Декоративная косметика	31
Сегмент Средства для депиляции	31
Сегмент Парфюмерия	31
Сегмент Уход за волосами	31
Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин	31
Сегмент Уход за полостью рта	31

Сегмент Солнцезащитные средства	31
Сегмент Средства по уходу за кожей	32
Глава 7. Каналы сбыта	32
Косметические средства, парфюмерия и товары для ухода за собой.....	33
Сегмент Средства для ванны и душа.....	34
Сегмент Декоративная косметика	34
Сегмент Дезодоранты.....	34
Сегмент Средств для депиляции	34
Сегмент Парфюмерия	34
Сегмент Уход за волосами	34
Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин	34
Сегмент Уход за полостью рта	34
Сегмент Солнцезащитные средства	34
Сегмент Средства по уходу за кожей	34
Глава 8. Прогноз развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой до 2019 г.	35
Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой.....	35
Сегмент Средства для ванны и душа.....	37
Сегмент Декоративная косметика	37
Сегмент Дезодоранты.....	37
Сегмент Средств для депиляции	37
Сегмент Парфюмерия	37
Сегмент Уход за волосами	37
Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин	37
Сегмент Уход за полостью рта	37
Сегмент Солнцезащитные средства	37
Сегмент Средства по уходу за кожей	37

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 105 таблиц и 37 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем мирового рынка косметических средств и товаров для ухода за собой по странам, \$ млн., цены и обменный курс.

Таблица 2. Объем рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России по сегментам, млрд руб.

Таблица 3. Темп прироста объема сегментов рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 4. Объем рынка средств для ванны и душа по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 6. Объем рынка средств для ванны и душа по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 5. Темп прироста объема сегментов рынка средств для ванны и душа в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 7. Объем рынка декоративной косметики по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 8. Темп прироста объема сегментов рынка декоративной косметики в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 9. Объем рынка декоративной косметики по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 10. Объем рынка дезодорантов по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 11. Темп прироста объема сегментов рынка дезодорантов в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 12. Объем рынка дезодорантов по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 13. Объем рынка средств для депиляции по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 14. Темп прироста объема сегментов рынка средств для депиляции в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 15. Объем рынка парфюмерии по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 16. Темп прироста объема сегментов рынка парфюмерии в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 17. Объем рынка средств по уходу за волосами по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 18. Темп прироста объема сегментов рынка средств по уходу за волосами в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 19. Объем рынка средств по уходу за волосами по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 20. Объем рынка средств по уходу за собой для мужчин по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 21. Темп прироста объема сегментов рынка средств по уходу за собой для мужчин в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 22. Объем рынка средств по уходу за полостью рта по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 23. Темп прироста объема сегментов рынка средств по уходу за полостью рта в России, млн. руб.

Таблица 24. Объем рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 25. Объем рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, тыс. литров

Таблица 26. Объем рынка солнцезащитных средств по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 27. Темп прироста объема сегментов рынка солнцезащитных средств в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 28. Объем рынка средств по уходу за кожей по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 29. Объем рынка средств по уходу за кожей по ценовым категориям в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 30. Темп прироста рынка средств по уходу за кожей по сегментам в России, млн. руб.

Таблица 31. Доли производителей в объеме рынка косметических средств в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 32. Доли брендов в объеме рынка косметических средств в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 33. Доли производителей в объеме рынка средств для ванны и душа в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 34. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка средств для ванны и душа в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 35. Доли брендов в объеме рынка средств для ванны и душа в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 36. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка средств для ванны и душа в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 37. Доли производителей в объеме рынка декоративной косметики в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 38. Доли ТОП-3 компаний в общем объеме рынка декоративной косметики в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 39. Доли брендов в объеме рынка декоративной косметики в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 40. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка декоративной косметики в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 41. Доли производителей в объеме рынка дезодорантов в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 42. Доли ТОП-3 компаний в общем объеме рынка дезодорантов в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 43. Доли брендов в объеме рынка дезодорантов в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 44. Доли производителей в объеме рынка средств для депиляции в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 45. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка средств для депиляции в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 46. Доли брендов в объеме рынка средств для депиляции в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 47. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка средств для депиляции в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 48. Доли производителей в объеме рынка парфюмерии в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 49. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка парфюмерии в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 50. Доли брендов в объеме рынка парфюмерии в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 51. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка парфюмерии в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 52. Доли производителей в объеме рынка средств по уходу за волосами в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 53. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка средств по уходу за волосами в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 54. Доли брендов в объеме рынка средств по уходу за волосами в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 55. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка средств по уходу за волосами в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 56. Доли производителей в объеме рынка средств по уходу за собой для мужчин в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 57. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка средств по уходу за собой для мужчин в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 58. Доли брендов в объеме рынка средств по уходу за собой для мужчин в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 59. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка средств по уходу за собой для мужчин в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 60. Доли производителей в объеме рынка средств по уходу за полостью рта в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 61. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка средств по уходу за полостью рта в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 62. Доли брендов в объеме рынка средств по уходу за полостью рта в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 63. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка средств по уходу за полостью рта в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 64. Доли производителей в объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 65. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 66. Доли брендов в объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 67. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка солнцезащитных средств в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 68. Доли производителей в объеме рынка средств по уходу за кожей в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 69. Доли премиальных компаний в общем объеме рынка средств по уходу за кожей в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 70. Доли брендов в объеме рынка средств по уходу за кожей в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 71. Доли премиальных брендов в общем объеме рынка средств по уходу за кожей в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 72. Дистрибуция косметических средств и товаров для ухода за собой по формату торговли в России, %.

Таблица 73. Дистрибуция средств для ванны и душа по формату торговли в России, %.

Таблица 74. Дистрибуция декоративной косметики по формату торговли в России, %.

Таблица 75. Дистрибуция дезодорантов по формату торговли в России, %.

Таблица 76. Дистрибуция средств для депиляции по формату торговли в России, %.

Таблица 77. Дистрибуция парфюмерии по формату торговли в России, %.

Таблица 78. Дистрибуция средств по уходу за волосами по формату торговли в России, %.

Таблица 79. Дистрибуция средств по уходу за собой для мужчин по формату торговли в России, %.

Таблица 80. Дистрибуция средств по уходу за полостью рта по формату торговли в России, %.

Таблица 81. Дистрибуция солнцезащитных средств по формату торговли в России, %.

Таблица 82. Дистрибуция средств по уходу за кожей по формату торговли в России, %.

Таблица 83. Прогноз объема рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России, млрд руб.

Таблица 84. Прогноз темпов прироста объема сегментов рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 85. Прогноз объема рынка средств для ванны и душа по сегментам в России, млн. руб.

- Таблица 86. Прогноз темпов прироста объема рынка средств для ванны и душа по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 87. Прогноз объема рынка декоративной косметики по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 88. Прогноз темпов прироста объема сегментов рынка декоративной косметики в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 89. Прогноз объема рынка дезодорантов по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 90. Прогноз темпов прироста рынка дезодорантов по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 91. Прогноз объема рынка средств для депиляции по сегментам в России, млн руб.
- Таблица 92. Прогноз темпа прироста рынка средств для депиляции по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 93. Прогноз объема рынка парфюмерии по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 94. Прогноз темпа прироста рынка парфюмерии по сегментам в России, в стоимостном выражении, %.
- Таблица 95. Прогноз объема рынка средств по уходу за волосами по сегментам в России, млн руб.
- Таблица 96. Прогноз темпа роста рынка средств по уходу за волосами по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 97. Прогноз объема рынка средств по уходу за собой для мужчин по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 98. Прогноз темпа роста рынка средств по уходу за собой для мужчин по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 99. Прогноз объема рынка средств по уходу за полостью рта по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 100. Прогноз темпа роста рынка средств по уходу за полостью рта по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 101. Прогноз объема рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 102. Прогноз объема рынка солнцезащитных средств по сегментам в России, тыс.литров.
- Таблица 103. Прогноз темпа прироста рынка солнцезащитных средств по сегментам в России в стоимостном выражении, %.
- Таблица 104. Прогноз объема рынка средств по уходу за кожей по сегментам в России, млн. руб.
- Таблица 105. Прогноз темпа роста рынка средств по уходу за кожей по сегментам в России в стоимостном выражении, %.

Диаграммы:

- Диаграмма 1. Объем и темпы роста рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России, млрд руб.
- Диаграмма 2. Структура объема рынка косметических средств и товаров для ухода за собой по сегментам в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
- Диаграмма 3. Объем и темпы прироста рынка средств для ванны и душа в России, млн руб.
- Диаграмма 4. Структура объема рынка средств для ванны и душа по сегментам в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.
- Диаграмма 5. Объем и темпы прироста рынка декоративной косметики в России, млн руб.
- Диаграмма 6. Доли сегментов в общем объеме рынка декоративной косметики в России г., % от объема рынка в стоимостном выражении.
- Диаграмма 7. Объем и темпы прироста рынка дезодорантов в России, млн руб.
- Диаграмма 8. Доли сегментов в общем объеме рынка дезодорантов в России г., % от объема рынка в стоимостном выражении.
- Диаграмма 9. Объем и темпы прироста рынка средств для депиляции в России, млн руб.

Диаграмма 10. Доли сегментов в общем объеме рынка средств для депиляции в России г., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 11. Объем и темпы прироста рынка парфюмерии в России, млн руб.

Диаграмма 12. Доли сегментов в общем объеме рынка парфюмерии в категории Premium в России г., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 13. Доли сегментов в общем объеме рынка парфюмерии в категории Mass в России г., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 14. Объем и темпы прироста рынка средств по уходу за волосами в России, млн руб.

Диаграмма 15. Доли сегментов в общем объеме рынка средств по уходу за волосами в России г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 16. Объем и темпы прироста рынка средств по уходу за собой для мужчин в России, млн руб.

Диаграмма 17. Доли сегментов в общем объеме рынка средств по уходу за собой для мужчин в России г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 18. Объем и темпы прироста рынка средств по уходу за полостью рта в России, млн руб.

Диаграмма 19. Доли сегментов в общем объеме рынка средств по уходу за полостью рта в России, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 20. Объем и темпы прироста рынка солнцезащитных средств в России, млн руб.

Диаграмма 21. Объем и темпы прироста рынка солнцезащитных средств в России, тыс. литров.

Диаграмма 22. Доли сегментов в общем объеме рынка солнцезащитных средств для взрослых в России г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 23. Объем и темпы прироста рынка средств по уходу за кожей в России, млн руб.

Диаграмма 24. Доли основных сегментов в общем объеме рынка средств по уходу за кожей в России г., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 25. Прогноз объема и темпов роста рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России, млрд руб.

Диаграмма 26. Прогноз объема и темпов роста рынка средств для ванны и душа в России, млн руб.

Диаграмма 27. Прогноз объема сегментов рынка средств для ванны и душа в России, млн. руб.

Диаграмма 28. Прогноз объема и темпов прироста рынка декоративной косметики в России, млн руб.

Диаграмма 29. Прогноз объема и темпов роста рынка дезодорантов в России, млн руб.

Диаграмма 30. Прогноз объема и темпов роста рынка средств для депиляции в России, млн руб.

Диаграмма 31. Прогноз объема и темпов роста рынка парфюмерии в России, млн руб.

Диаграмма 32. Прогноз объема и темпов роста рынка средств по уходу за волосами в России, млн руб.

Диаграмма 33. Прогноз объема и темпов роста рынка средств по уходу за собой для мужчин в России, млн руб.

Диаграмма 34. Прогноз объема и темпов роста рынка средств по уходу за полостью рта в России, млн руб.

Диаграмма 35. Прогноз объема и темпов роста рынка солнцезащитных средств в России, млн руб.

Диаграмма 36. Прогноз объема и темпов роста рынка солнцезащитных средств в России, тыс. литров и %.

Диаграмма 37. Прогноз объема и темпов роста рынка средств по уходу за кожей в России, млн руб.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой.

Объем рынка косметических средств и товаров для ухода за собой составил 715,7 млрд. рублей в 2019 году.

Самыми крупными сегментами рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой являются сегменты средств по уходу за кожей, средств для ухода за волосами, парфюмерия и средства по уходу за собой для мужчин.

Наименьшая доля приходится на сегменты солнцезащитных средств и средства для депиляции.

Реализация косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2019 г. в основном осуществляется через канал «Внутримагазинная розница». Среди специализированных магазинов основным каналом сбыта являются ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены.

Главным критерием при покупке становится качество продукции, даже в условиях экономического кризиса. Перед покупкой потребители узнают всю информацию о продукте через интернет-ресурсы, блоги и журналы. В результате, потребители в России стали больше знать о продуктах и начали понимать значение ингредиентов и их положительное и отрицательное влияние.

Наибольшую долю рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в рассматриваемый период занимала компания L'Oréal Russia. Также одними из крупных производителей являются компании Gillette Group ООО и Avon Products ЗАО.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России
2. Выделить и описать основные сегменты рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.
3. Охарактеризовать структуру потребления косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.
4. Определить рыночные доли основных участников рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой.
5. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.
6. Составить прогноз развития ключевых показателей рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.
7. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России в ближайшие несколько лет.
8. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.
9. Определить факторы, препятствующие росту рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России.
10. Охарактеризовать потребительские свойства на рынке косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой.

Объект исследования

Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров по уходу за собой в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке косметических средств, парфюмерии и товаров по уходу за собой и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Мировой рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой

Основными игроками рынка косметических средств и товаров для ухода за собой являются США, Китай, и В 2015 году объем продаж косметических средств и товаров для ухода за собой в этих странах составил \$..... млн, \$..... млн, \$..... млн и \$.... млн соответственно.

Объем мирового рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в 2015 году достиг \$..... млн.

Россия занимает место в мире по объему рынка косметических средств и товаров для ухода за собой. В 2015 году объем рынка в России составил \$..... млн.

Таблица 1. Объем мирового рынка косметических средств и товаров для ухода за собой по странам в 2010-2015 гг., \$ млн., цены и обменный курс 2015 года.

[illegible]

[illegible]

Глава 3. Объем и темпы роста рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России

.....

Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой

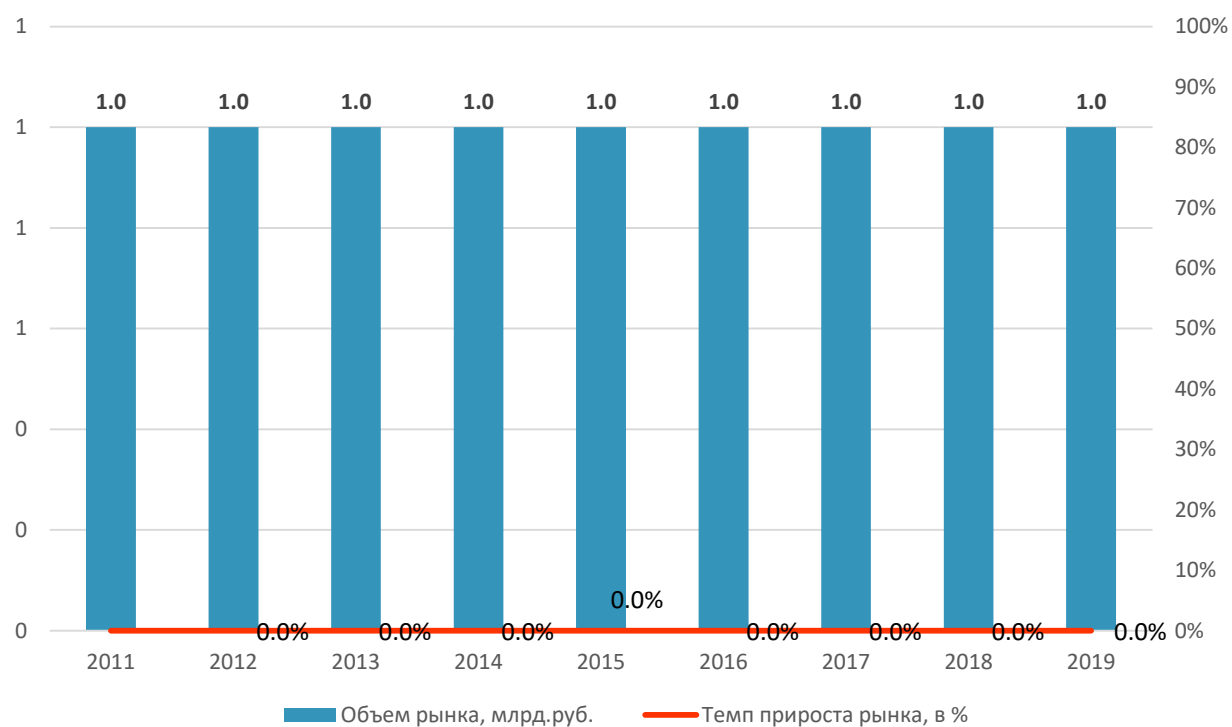
Объем рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2019 г. г. составил млрд рублей, что выше показателя предыдущего года - млрд руб.

Темп прироста в 2019 г. составил % в стоимостном выражении.

Таблица 2. Объем рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России по сегментам в 2011-2019 гг., млрд руб.

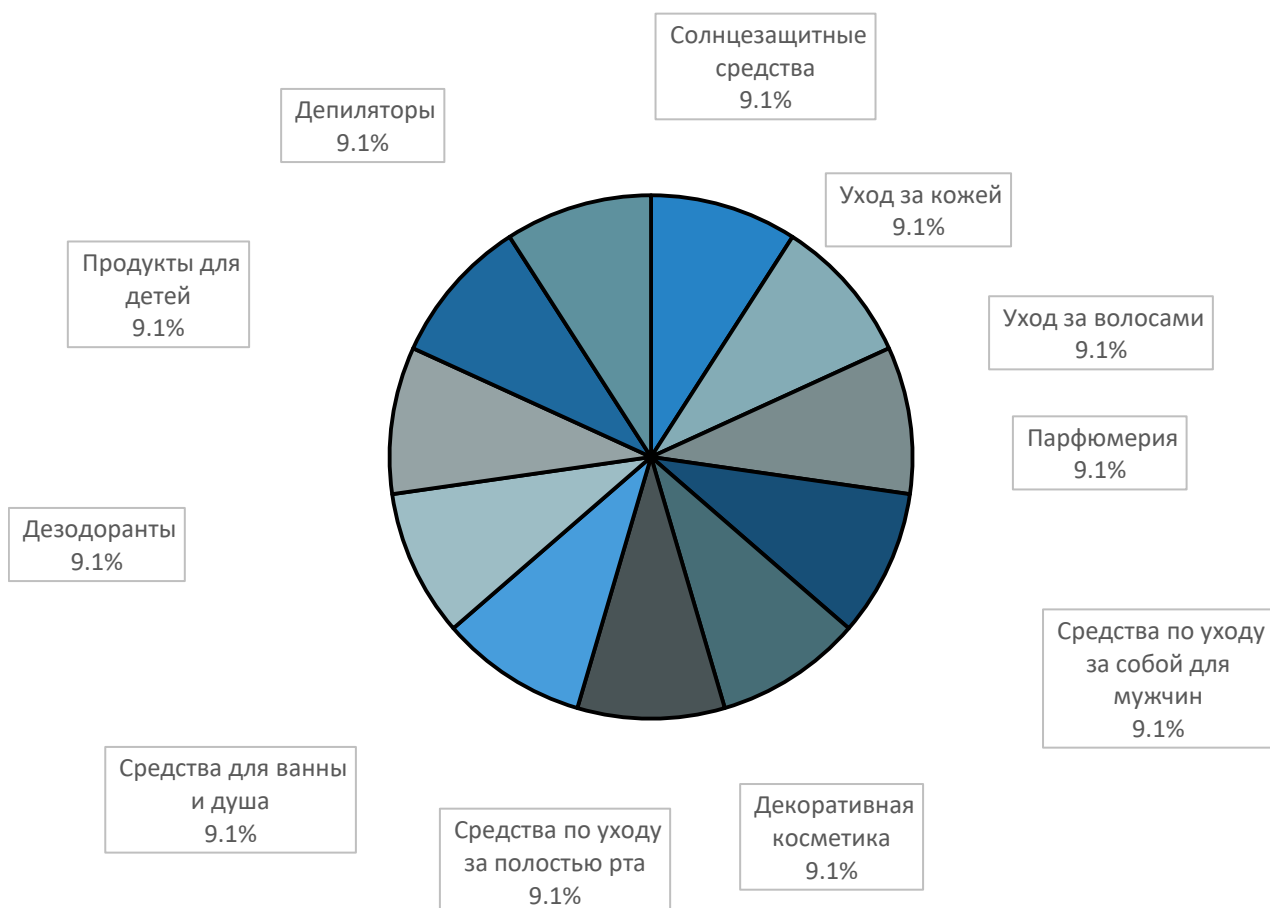
Сегмент	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Продукты для детей									
Средства для ванны и душа									
Декоративная косметика									
Дезодоранты									
Средств для депиляции									
Парфюмерия									
Уход за волосами									
Средства по уходу за собой для мужчин									
Средства по уходу за полостью рта									
Уход за кожей									
Солнцезащитные средства									
Итого									

Диаграмма 1. Объем и темпы роста рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2011-2019 гг., млрд руб.



Существенную долю в структуре объема рынка косметических средств и товаров для ухода за собой занимают сегменты (..... %), (..... %), (..... %) и (..... %).

Диаграмма 2. Структура объема рынка косметических средств и товаров для ухода за собой по сегментам в России в 2019 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



Среднегодовой темп прироста составил %. Наименьший темп прироста наблюдался в сегменте и составлял %.

Таблица 3. Темп прироста объема сегментов рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2011-2019 гг. в стоимостном выражении, %.

Сегмент	2012/2 011	2013/2 012	2014/2 013	2015/2 014	2016/2 015	2017/2 016	2018/2 017	2019/2 018
Продукты для детей								
Средства для ванны и душа								
Декоративная косметика								
Дезодоранты								
Средств для депиляции								
Парфюмерия								
Уход за волосами								
Средства по уходу за собой для мужчин								
Средства по уходу за полостью рта								
Уход за кожей								
Солнцезащитные средства								
Итого								

Сегмент Средства для ванны и душа

.....

Сегмент Декоративная косметика

.....

Сегмент Дезодоранты

.....

Сегмент Средств для депиляции

.....

Сегмент Парфюмерия

.....

Сегмент Уход за волосами

.....

Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин

.....

Сегмент Уход за полостью рта

.....

Сегмент Солнцезащитные средства

.....

Сегмент Средства по уходу за кожей

.....

Глава 4. Конкурентный анализ рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России

Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой

.....

Рыночные доли компаний

За период 2011-2019 гг. наибольшую долю рынка косметических средств и товаров для ухода за собой занимала компания В 2019 г. ее рыночная доля в России составила %. Также одними из крупных производителей являются компании и Рыночная доля этих компаний в стоимостном выражении в 2019 г. составила % и % соответственно.

Таблица 4. Доли производителей в объеме рынка косметических средств в России в 2011-2019 гг., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Компания	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
L'Oréal Russia									
Gillette Group ООО									
Avon Products ZAO									
Kalina Concern OAO									
Henkel Rus ООО									
Beiersdorf ООО									
Procter & Gamble ООО									
Colgate-Palmolive (Russia) ZAO									
Private Label									
Прочие									

Рыночные доли брендов

Наиболее популярными брендами в 2019 г. по объему продаж в России на рынке косметических средств и товаров для ухода за собой стали и Доли рынка этих брендов в 2019 г. составили %, % соответственно. Третье место занимают бренды и Доля каждой в 2019 г. составила % в стоимостном выражении.

Таблица 5. Доли брендов в объеме рынка косметических средств в России в 2011-2019 гг., % от стоимостного объема рынка.

Бренд	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gillette									
Oriflame									
Faberlic									
Chistaya Liniya									

Chanel									
Yves Rocher									
Nivea for Men									
L'Oréal Paris									
Private Label									
Прочие									

Сегмент Средства для ванны и душа

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Декоративная косметика

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Дезодоранты

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Средства для депиляции

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Парфюмерия

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Уход за волосами

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Уход за полостью рта

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Солнцезащитные средства

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Сегмент Средства по уходу за кожей

.....

Рыночные доли компаний

.....

Рыночные доли брендов

.....

Глава 5. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России

.....

Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой в России

Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой

.....

Сегмент Средства для ванны и душа

.....

Сегмент Декоративная косметика

.....

Сегмент Средства для депиляции

.....

Сегмент Парфюмерия

.....

Сегмент Уход за волосами

.....

Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин

.....

Сегмент Уход за полостью рта

.....

Сегмент Солнцезащитные средства

.....

Сегмент Средства по уходу за кожей

.....

Глава 7. Каналы сбыта

Косметические средства, парфюмерия и товары для ухода за собой

.....

Реализация косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2019 г. в основном осуществляется через канал «Внутримагазинная розница». Через данный канал было продано в стоимостном выражении% товаров.

Среди специализированных магазинов основным каналом сбыта являются ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены, через которые было реализовано% товаров.

Через канал «Внемагазинная розница» в 2019 г. было продано% косметических средств и товаров для ухода за собой.

Через канал «Нерозничные каналы обслуживания» в 2019 г. было реализовано% косметических средств и товаров для ухода за собой.

Таблица 6. Дистрибуция косметических средств и товаров для ухода за собой по формату торговли в России в 2019 г., %.

Канал	2019
Внутримагазинная розница	
- Розничные магазины	
-- Современная розница	
--- Мини-маркет	
--- Гипермаркеты	
--- Супермаркеты	
-- Традиционная розница	
- Специализированные магазины	
-- Ритейлеры, специализирующиеся на продаже электроники и бытовой техники	
-- Ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики и средств личной гигиены	
--- Ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики	
--- Аптечные пункты	
--- Аптеки	
--- Другие ритейлеры, специализирующиеся на продаже косметики	
-- Прочие специализированные магазины	
--- Открытые рынки	
--- Прочие специализированные магазины	
-- Магазины с комплексным ассортиментом	
--- Универмаги	
ВНЕмагазинная розница	
- Прямые продажи	
- Магазин-на-диване	

- Электронная коммерция	
Нерозничные каналы обслуживания	
--Парикмахерский салон	

Сегмент Средства для ванны и душа

.....

Сегмент Декоративная косметика

.....

Сегмент Дезодоранты

.....

Сегмент Средств для депиляции

.....

Сегмент Парфюмерия

.....

Сегмент Уход за волосами

.....

Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин

.....

Сегмент Уход за полостью рта

.....

Сегмент Солнцезащитные средства

.....

Сегмент Средства по уходу за кожей

.....

Глава 8. Прогноз развития рынка косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой

В течение прогнозируемого периода в России не ожидается существенных изменений в области красоты и личной гигиены. Принимая во внимание, что не ожидается существенного улучшения основных экономических показателей, а также нет признаков быстрого роста располагаемых доходов населения. Все это свидетельствует о том, что рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой должен умеренно расти в стоимостных показателях.

.....

Рынок косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой

Ожидается, что с 2019 г. по 2023 г. рынок косметических средств и товаров для ухода за собой в России будетв стоимостном выражении.

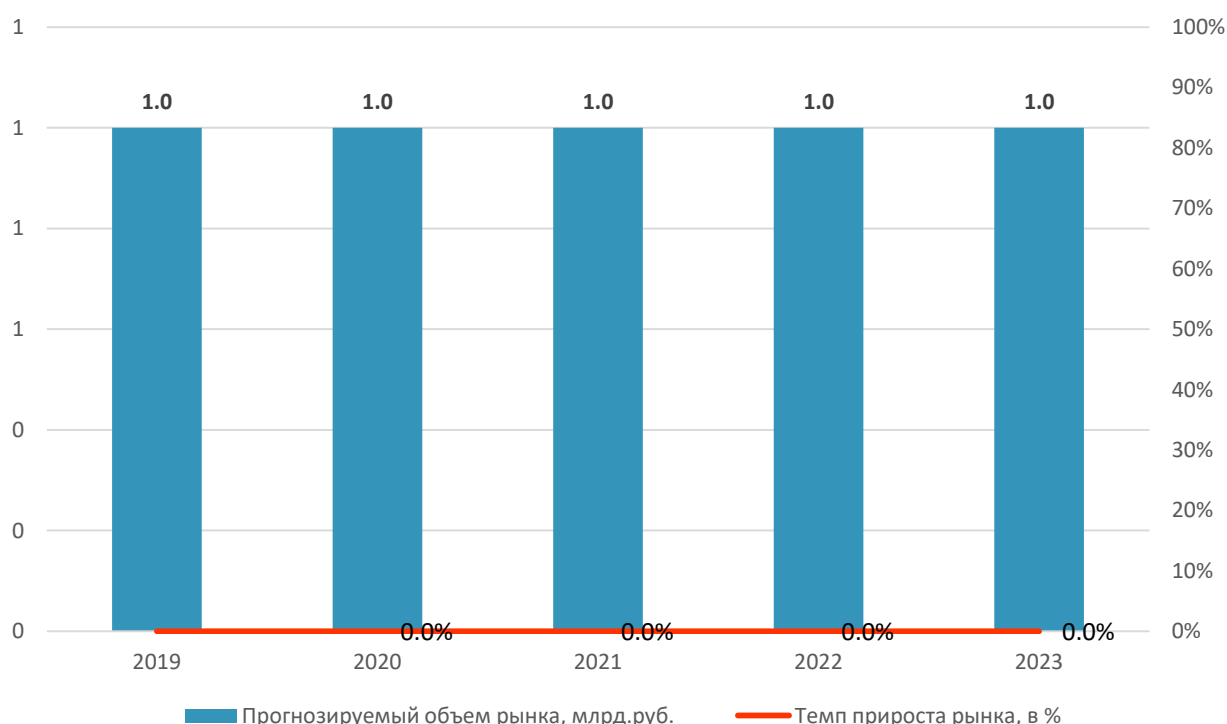
Объем рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2023 г. предположительно составит млрд. руб.

..... сохранит свое доминирующее положение на рынке - объем данного сегмента в 2023 г. вырастет до млрд. руб.

Таблица 7. Прогноз объема рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2019-2023 гг., млрд руб.

Сегмент	2019	2020	2021	2022	2023
Продукты для детей					
Средства для ванны и душа					
Декоративная косметика					
Дезодоранты					
Средств для депиляции					
Парфюмерия					
Уход за волосами					
Средства по уходу за собой для мужчин					
Средства по уходу за полостью рта					
Уход за кожей					
Солнцезащитные средства					
Итого					

Диаграмма 3. Прогноз объема и темпов роста рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2019-2023 гг., млрд руб.



По прогнозам, темпы прироста рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России до 2023 г. будут и составят% в стоимостном выражении. Среднегодовой темп прироста будет равен%.

В 2023 г. наибольший темп прироста будет наблюдаться в сегменте и составит%.

Таблица 8. Прогноз темпов прироста объема сегментов рынка косметических средств и товаров для ухода за собой в России в 2019-2023 гг. в стоимостном выражении, %.

Сегмент	2020/2019	2022/2020	2022/2021	2023/2022
Продукты для детей				
Средства для ванны и душа				
Декоративная косметика				
Дезодоранты				
Средств для депиляции				
Парфюмерия				
Уход за волосами				
Средства по уходу за собой для мужчин				
Средства по уходу за полостью рта				
Уход за кожей				
Солнцезащитные средства				

Итого				
-------	--	--	--	--

Сегмент Средства для ванны и душа

.....

Сегмент Декоративная косметика

.....

Сегмент Дезодоранты

.....

Сегмент Средств для депиляции

.....

Сегмент Парфюмерия

.....

Сегмент Уход за волосами

.....

Сегмент Средства по уходу за собой для мужчин

.....

Сегмент Уход за полостью рта

.....

Сегмент Солнцезащитные средства

.....

Сегмент Средства по уходу за кожей

.....

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

