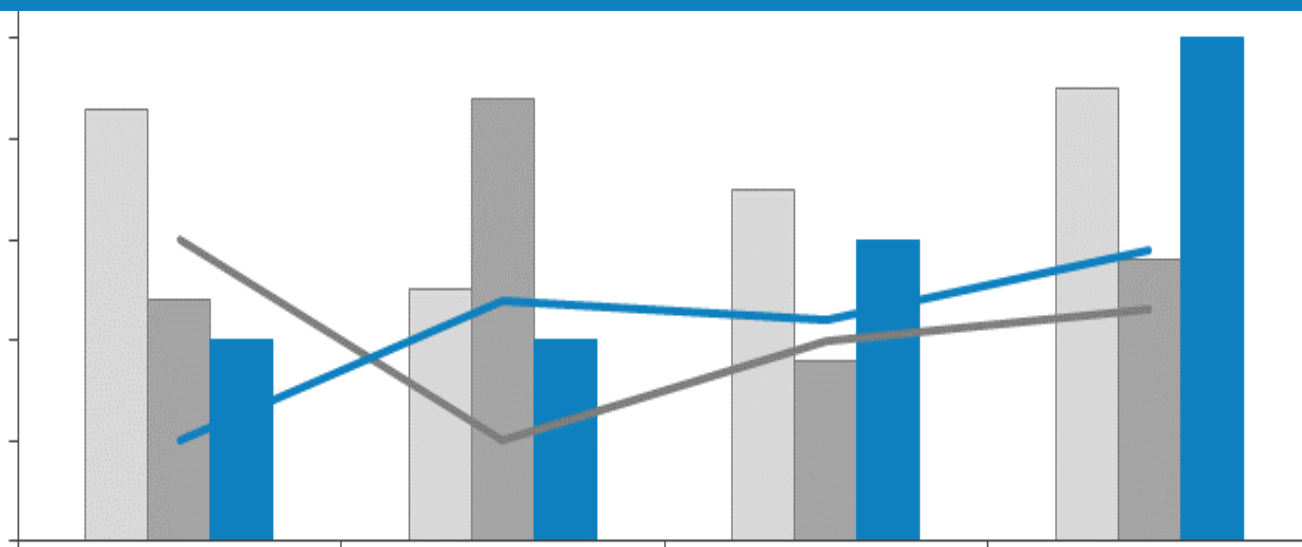




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России



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 мнения 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.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

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 SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, РБК-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

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

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

Автомобили

Audi
Baw Motor Corporation
Bmw
Hino
Hyundai
Isuzu
Iveco
John Deere
Man
Mercedes Benz
Porsche
Scania
Setra
Skoda
Toyota
Volkswagen
Автомобили и Моторы Урала
Автоцентр Пулково
БелАЗ
Белрусавто
Вега
ГАЗ
Камаз
Северсталь-Авто
Сим-Авто-Плутон
Торговый Дом Уралавто
УАЗ

Автомобильные масла

Shell
Роснефть

Грузоперевозки / Логистика

Евротранс
Почтовая Экспедиционная Компания
Трейд Лоджистик Компани
Фм Ложистик Восток

Гостиничный бизнес

Holiday Inn
Гостиница Москва
Интурист Отель Групп
Русские Отели

Недвижимость

Rdi Group
АК Барс Девелопмент
Главстрой
Кonti и К
Ренова-Стройгруп
Русская Инвестиционная Группа
Строительная Компания Люксора»

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм

Автомобильные шины

Exxon Mobil
Shell
Роснефть
Bridgestone
Continental
Cordiant
Goodyear
Hankook
Michelin
Nokian
Pirelli
Sumitomo
Yokohama
Алтайский Шинный Комбинат
Белшина
Востокшинторг
Днепрошина
Мво-Столица
Нижекамскшина

Строительные и отделочные материалы

Caparol
Cersanit
Estima
Henkel
Ideal Standard-Vidima
Kleo
Lasselsberger
Rockwool
Saint Gobain Isover
Swisscolor
Tarkett
Terracco
Tikkurila
Trale
Ursa Евразия
Wienrberger
Ангарский Керамический Завод
Армавирский Керамический Завод
Бентонит
Бийский Завод Стеклопластиков
Гранит Кузнецкое
Евротизол
Керама Центр
Кератон
Лср
Минвата
Оптимист
Промстройматериалы
Ратм Цемент Холдинг
Русплит
Самарский Стройфарфор
Санитек
Сибирь-Цемент-Сервис
Старатели
Топкинский Цемент
Уфимский Фанерно-Плитный
Комбинат
Эмпилс
Юнис
Ярославские краски

Промышленные рынки

ABB
Alcoa
BASF
Dupont
Mitsui
Schneider Electric
Siemens
Sojitz Corporation
Xerox
Агромашхолдинг
Альта Виста
Байкальская Лесная Компания
Батис
Волжский Оргсинтез
Воткинский Завод
Газпром
Газпром Нефть
Евроцемент
Завод Чистящих и моющих средств
Завод Сварочного Оборудования
Искра
Илим Палп
Интерстекло
Керамир
Кубаньгрузсервис
Лебедянский Гок
Моспромстрой
Рао Езс **России**
Роснефть
Русал
Русский Пластик
Салаватстекло
Северсталь
Сибирский Цемент
Содовая Компания
Сургутнефтегаз
Татлестрой
ТНК-ВР
Топкинский цемент
Трансстрой
Уралавтостекло
Уралхим
Уралхимпласт
Элопак

Мебель

Ромул
Соло
Фабрика 8 марта»
Феликс

СМИ

Ведомости
Итоги
Коммерсантъ
Компания
Профиль
РБК
Секрет фирмы
Эксперт

Аудит и консалтинг

Bain&Company
Boston Consulting Group
Deloitte&Touche
Ernst&Young
Interbrand
J'Son & Partners Consulting
KPMG
Marshall Capital Partners
Price Waterhouse Coopers
Roland Berger Strategy Consultants
Wolk&Partner
Бдо Юникон
Косалтингстройинвест
Северо-Западный Юридический
Центр
Стратегика
Фонд Центр Стратегических
Разработок Северо-Запад
Экопси Консалтинг

Страхование

Гута-Страхование
Ингосстрах
Наста
Ренессанс Страхование

IT / Телевидение

Hewlett Packard
Intel
Microsoft
Sitronics
Арктел
Ассоциация Кабельного Телевидения
РФ
Группа Компаний Вид
Дальневосточная Компания
Электросвязи
Зебра Телеком
Новосибирский Городской Сайт
Опытный Завод Микрон
Ренова-Медиа
Ростелеком
Сибирьтелеком
Спутниковое Мультимедийное
Вещание
Центральный Телеграф

Бытовая техника

Bosch
Electrolux
Whirlpool
Атлант

Банки и финансовые компании

Deutsche Bank
Raiffeisen
Russia Partners Management Llc.
Абсолютбанк
Ак Барс Банк
Альфа Банк
Банк Москвы
Банк Тураналем
ВТБ
Газпромбанк
Дельтакредит
Евразийский Банк Развития
Еврофинанс Моснарбанк
Запсибкомбанк
ИФД Капиталь
Ифк Алемар
Камчатпрофитбанк
Кмб-Банк
Левобережный
Металлинвестбанк
Москоммерцбанк
Пробизнесбанк
Промсвязьбанк
Ренессанс Капитал
Ренова-Финанс
Российский Банк Развития
Русский Стандарт
Русфинанс Банк
Сбербанк
Славпромбанк
Солид Инвест
Тройка Диалог
Финансбанк
Центральный Банк Российской
Федерации

Реклама

News Outdoor
Video International
Агентство Массовых Коммуникаций
АК.М
Арс Комьюникейшнс
Северная Медиа Группа

Ресторанный бизнес

Картофельный Папа
Ресторатор
Росинтер Ресторантс
Солнце Мехико

Розничная торговля

Domo
Ашан
М Видео
Мир
Перекресток
Эльдорадо

Продукты питания

Mars
Pepsi-Cola
Tchibo
Unilever
Айс-Фили
Волгоградские Водки
Вто Эконпродукт
Лебедянский
Минводопищепродукт
Минеральные Воды Кавказа
Нижегородский Масло-Жировой
Комбинат
Русский Винный Трест
Русский Продукт
Фабрика Мороженого Престиж

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм
СТС-Медиа

Одежда и Обувь

Ессо
Savage
Белвест
Глория Джинс
Диском
Обувь России
Три Толстяка

Парфюмерия и косметика

Beiersdorf Ag
Procter&Gamble
Splat
Yves Rocher
Л' Этуаль
Невская Косметика

Образование

Государственная Публичная Научно-
Техническая Библиотека Со Ран
ГУ Высшая Школа Экономики
Новосибирский Государственный
Университет

Содержание

Содержание	6
Список таблиц и диаграмм	7
Таблицы:	7
Диаграммы:	7
Резюме	9
Глава 1. Методология исследования	10
Цель исследования	10
Задачи исследования	10
Источники получения информации	11
Объем и структура выборки	11
Глава 2. Объем и темпы роста рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) в России	12
В стоимостном выражении	12
Сегмент «Биологически активные добавки (БАДы)»	15
Сегмент «Детские витамины и биологически активные добавки»	18
Сегмент «Тоники»	18
Сегмент «Витамины»	18
Глава 3. Каналы сбыта	19
Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) в России	20
«Биологически активные добавки»	20
«Детские витамины и биологически активные добавки»	20
«Тоники»	20
«Витамины»	20
Основные события	21
Глава 5. Конкурентный анализ рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) в России	22
Рыночные доли компаний	22
Рыночные доли брендов	25
Глава 6. Прогноз развития рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) до 2021 г.	29
Рынок витаминов и биологически активных добавок (БАДов)	29
В стоимостном выражении	29

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 14 таблиц и 11 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка витаминов и БАДов в России по сегментам, млн. руб.

Таблица 2. Темп прироста рынка витаминов и БАДов в России по сегментам в стоимостном выражении, %.

Таблица 3. Объем сегмента рынка биологически активные добавки в России по категориям, млн. руб.

Таблица 4. Темп прироста сегмента рынка биологически активные добавки в России по категориям в стоимостном выражении, %.

Таблица 5. Доли категорий в объеме сегмента рынка биологически активные добавки в России по позиционированию, % от стоимостного объема сегмента.

Таблица 6. Доли категорий в объеме сегмента рынка детские витамины и БАДы в России, % от стоимостного объема сегмента.

Таблица 7. Доли категорий в объеме сегмента рынка тоники в России, % от стоимостного объема сегмента.

Таблица 8. Объем сегмента рынка витамины в России по категориям, млн. руб.

Таблица 9. Темп прироста сегмента рынка витамины в России по категориям в стоимостном выражении, %.

Таблица 10. Дистрибуция витаминов и биологически активных добавок по формату торговли в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 11. Доли производителей в объеме рынка витаминов и БАДов в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 12. Доли брендов в объеме рынка витаминов и БАДов в России, % от стоимостного объема рынка.

Таблица 13. Прогноз объема рынка витаминов и БАДов в России по сегментам и категориям, млн. руб.

Таблица 14. Прогноз темпов прироста объема рынка витаминов и БАДов в России по сегментам в стоимостном выражении, %.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка витаминов и БАДов в России, млн. руб., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка витаминов и БАДов в России, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 3. Объем сегментов рынка витаминов и БАДов в России, млрд. руб.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента рынка биологически активные добавки в России, млн. руб., %.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента рынка детские витамины и биологически активные добавки в России, млн. руб., %.

Диаграмма 6. Объем и темпы прироста сегмента рынка тоники в России, млн. руб., %.

Диаграмма 7. Объем и темпы прироста сегмента рынка витамины в России, млн. руб., %.

Диаграмма 8. Доли производителей в объеме рынка витаминов и БАДов в России, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 9. Доли брендов в объеме рынка витаминов и БАДов в России, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 10. Прогноз объема и темпов прироста рынка витаминов и БАДов в России, млн. руб., %.

Диаграмма 11. Прогноз объема сегментов рынка витаминов и БАДов в России, млрд. руб.

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка витаминов и биологически активных добавок в России.

По расчетам Discovery Research Group, в 2017 г. объем рынка витаминов и биологически активных добавок в России достиг 98 238,2 млн. руб. В 2016 г. рынок составил 92 884,5 млн. руб.

Рынок витаминов и биологически активных добавок (БАДов) состоит из четырех сегментов: «Биологически активные добавки (БАДы)», «Детские витамины», «Тоники» и «Витамины». К наиболее крупному сегменту рынка относятся биологически активные добавки. Объем этого сегмента в 2017 г. составил 67 418,6 млн. руб.

Рынок витаминов и биологически активных добавок достаточно фрагментирован благодаря присутствию на рынке большого количества компаний.

ЗАО «Эвалар» лидировал на рынке витаминов и пищевых добавок с долей в 6% до 2016 г. Своим успехом компания была обязана широкому ассортименту БАДов с различной специализацией, от здоровья печени и диабета до здоровья костей и детоксикации организма. В 2017 г. на первое месте заняла компания ОТСPharm ОАО с долей рынка 6,7%. Компания вывела на рынок новинки и обновила упаковку уже существующих продуктов. Также руководители предприятия тратят достаточные большие суммы на рекламную компанию.

Из-за заметного падения покупательской способности потребителей и роста цен в 2015-2017 гг. ключевой тенденцией данного периода стал переход потребителей на менее дорогие витамины и БАДы.

По прогнозам, среднегодовой темп прироста продаж витаминов и биологически активных добавок составит 2%, продажи достигнут 106,4 млрд. руб. в 2021 г. Одной из потенциальных угроз для роста может стать дальнейшее ухудшение экономической ситуации в стране, что приведет к продолжению снижения покупательной способности потребителей.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.
2. Сегменты рынка витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.
3. Рыночные доли производителей и брендов на рынке витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.
4. Конкурентная ситуация на рынке витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.
5. Основные каналы сбыта продукции на рынке витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.
6. Прогноз объема рынка витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России до 2021 г.
7. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) витаминов и биологически активных добавок (БАД) в России.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке витаминов и биологически активных добавок (БАДов) 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. Объем и темпы роста рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) в России

В стоимостном выражении

Объем рынка витаминов и БАДов в России в 2017 г. составил 98 238,2 млн. руб.

Рынок витаминов и БАДов состоит из четырех сегментов: «Биологически активные добавки (БАДы)», «Детские витамины», «Тоники» и «Витамины». К наиболее крупному сегменту рынка относятся Его доля составила% стоимостного объема рынка. Объем этого сегмента в 2017 г. составил млн. руб. По сравнению с 2016 г. объем этого сегмента на млн. руб. Объем продаж витаминов в 2017 г. составил млн. руб. По сравнению с 2016 г. объем сегмента вырос на млн. руб.

Темп прироста рынка в 2017 г. составил%.

Таблица 1. Объём рынка витаминов и БАДов в России в 2011-2017 гг. по сегментам, млн. руб.

Сегменты	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка витаминов и БАДов в России в 2011 – 2017 гг., млн. руб., %.

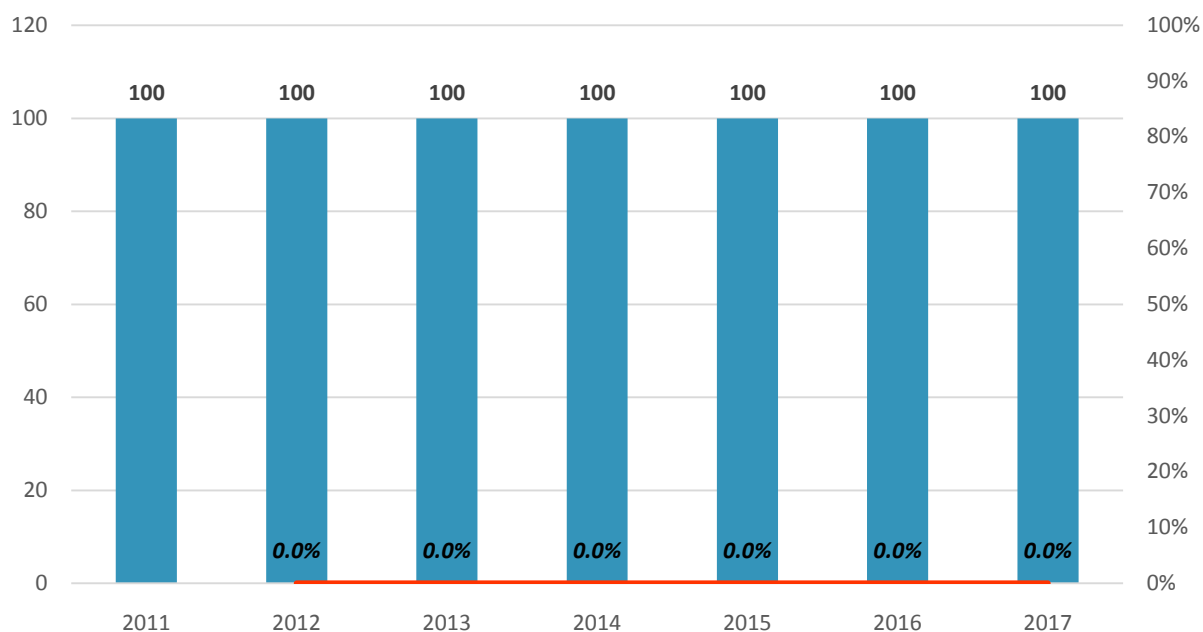


Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка витаминов и БАДов в России в 2017 г., % от стоимостного объема рынка.

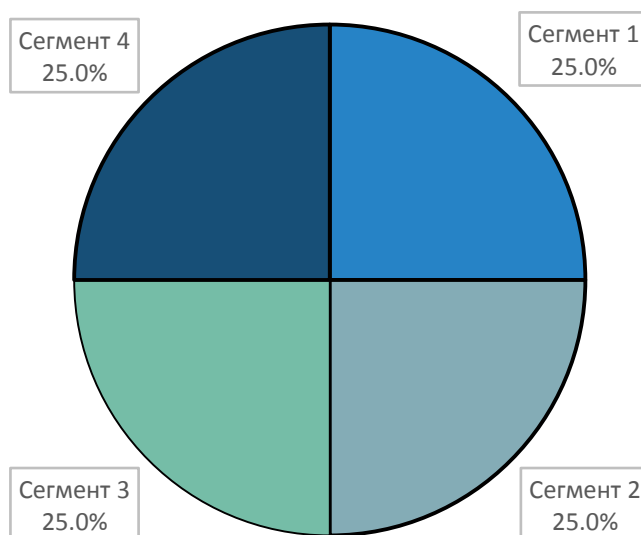
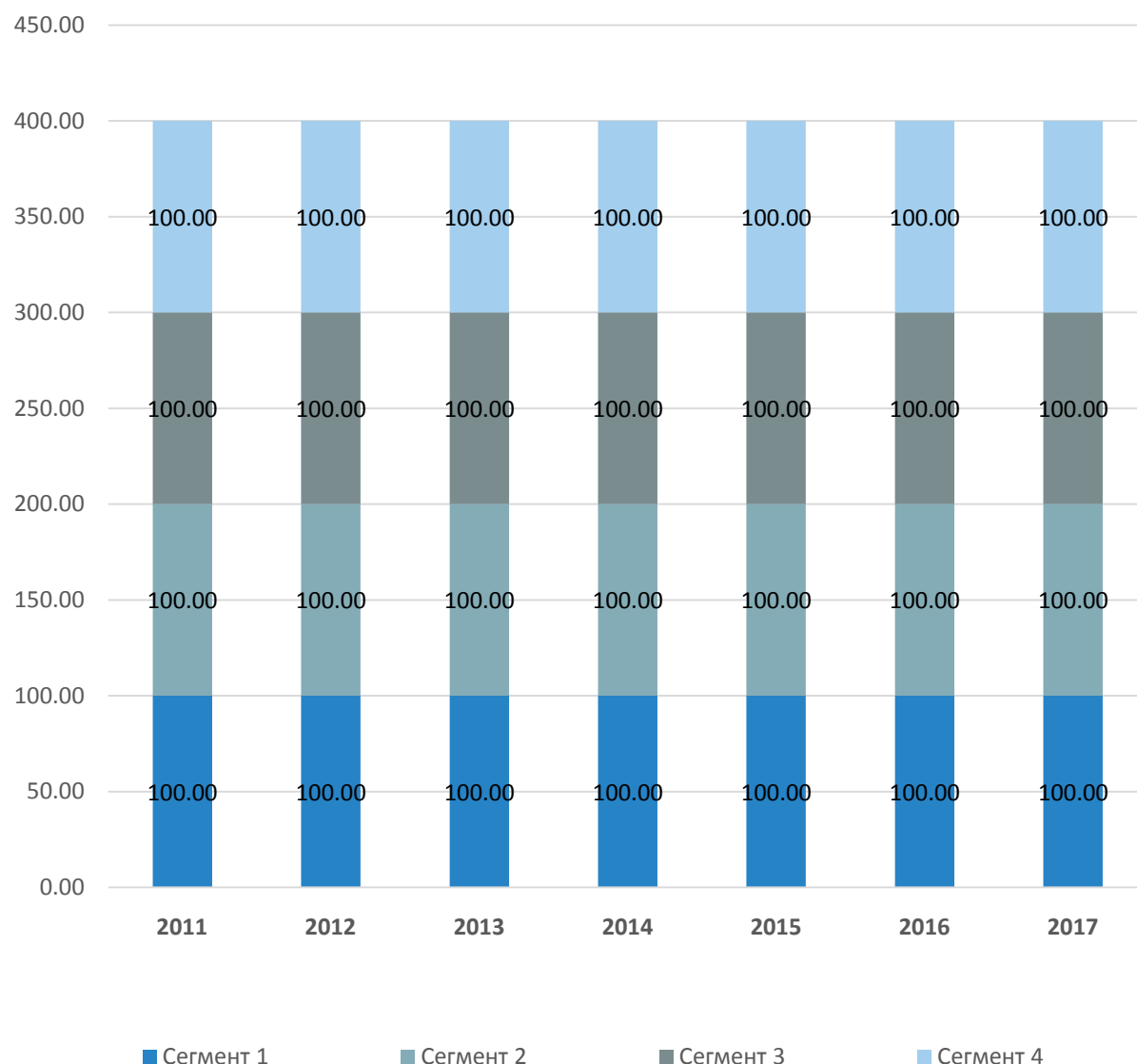


Диаграмма 3. Объем сегментов рынка витаминов и БАДов в России в 2011 – 2017 гг., млрд. руб.



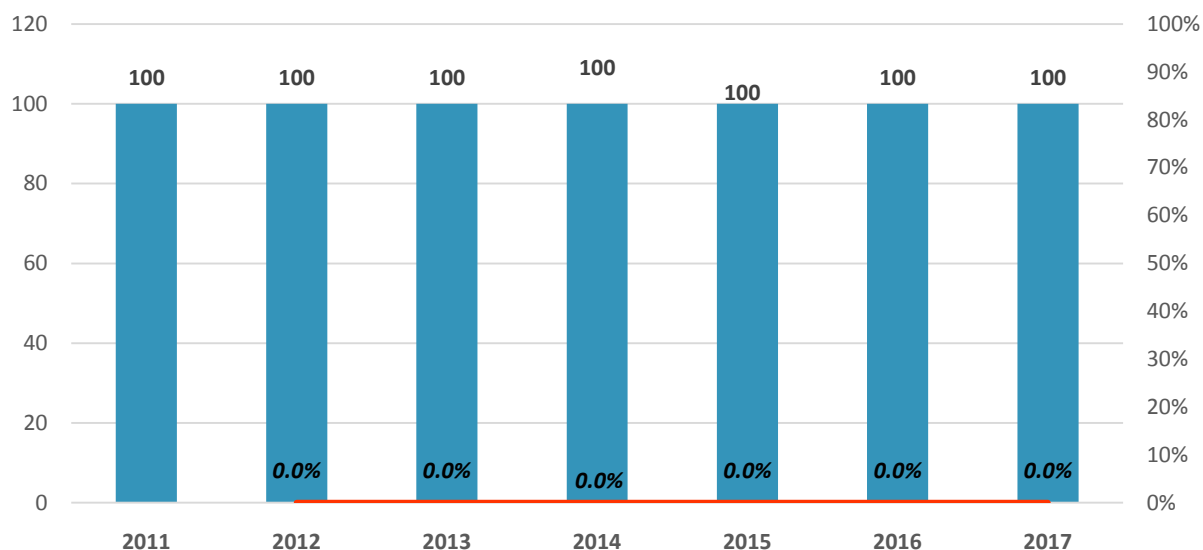
Самые высокие темпы прироста наблюдались в 2017 г. в сегменте «.....».

Таблица 2. Темп прироста рынка витаминов и БАДов в России в 2012-2017 гг. по сегментам в стоимостном выражении, %.

Сегменты	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017

Темпы прироста сегмента биологически активные добавки на% по сравнению с 2016 г.

Диаграмма 4. Объем и темпы прироста сегмента рынка биологически активные добавки в России в 2011 - 2017 гг., млн. руб., %.



Наиболее популярными биологически активными добавками остаются БАДы для и, составляя в России в 2017 г.% и% сегмента соответственно.

Таблица 5. Доли категорий в объеме сегмента рынка биологически активные добавки в России в 2011-2017 гг. по позиционированию, % от стоимостного объема сегмента.

Категория	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017

Сегмент «Детские витамины и биологически активные добавки»

.....

Сегмент «Тоники»

.....

Сегмент «Витамины»

.....

Глава 3. Каналы сбыта

Дистрибуция витаминов и биологически активных добавок в России в основном осуществляется через канал «.....», которая представлена «.....» и «.....». При этом долю оборота% занимает торговля через точки продаж.

.....

Таблица 6. Дистрибуция витаминов и биологически активных добавок по формату торговли в России в 2012-2017 гг. в стоимостном выражении, %.

[illegible]

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) в России

Витамины и биологически активные добавки показали рост продаж в 2017 г., несмотря на снижение располагаемых доходов населения. Главным фактором, стимулирующим продажи, продолжаются вспышки вирусных инфекций и гриппа. В целях повышения устойчивости к вирусам и инфекциям и укрепления иммунной системы потребители уделяли большое внимания питанию, дополняя его витаминами. Поскольку в России зимой наблюдается нехватка свежих фруктов и овощей, многие потребители полагаются на витамины и биологически активные добавки.

.....

Сегмент «Биологически активные добавки»

Биологически активные добавки составили 69% от общего объема продаж витаминов и БАДов в 2017 г. Как и витамины, некоторые биологически активные добавки нацелены на конкретные проблемы и недомогания, такие как повреждение суставов, высокий уровень холестерина, здоровье и красоту женщин. Таким образом, потребители уделяют больше внимания специализированной продукции, чтобы решить конкретные проблемы.

.....

Сегмент «Детские витамины и биологически активные добавки»

.....

Сегмент «Тоники»

.....

Сегмент «Витамины»

.....

Основные события

Новосибирский производитель вакцин «Вектор-Биальгам» планирует создать к 2020 году совместное предприятие с компаниями Румынии и Молдавии для производства фармацевтических лакто- и би- фидопрепаратов. В компании планируют перейти с производства лакто- и бифидосодержащих БАД на фармпрепараты. Такие фармпрепараты производились в России, но, к сожалению, эта промышленность на сегодняшний день провалилась.

.....

Рынок витаминов и БАДов достаточно фрагментирован благодаря присутствию на нем большого количества компаний.

ЗАО «Эвалар» лидировал на рынке витаминов и пищевых добавок с долей в 6% до 2016 г. Своим успехом компания была обязана широкому ассортименту БАДов с различной специализацией, от здоровья печени и диабета до здоровья костей и детоксикации организма. В 2017 г. на первое месте заняла компания ОТСPharm ОАО с долей рынка 6,7%. Компания вывела на рынок новинки и обновила упаковку уже существующих продуктов. Также руководители предприятия тратят достаточные большие суммы на рекламную компанию.

.....

[illegible]

[illegible]

.....

Диаграмма 5. Доли производителей в объеме рынка витаминов и БАДов в России в 2017 г., % от стоимостного объема рынка.

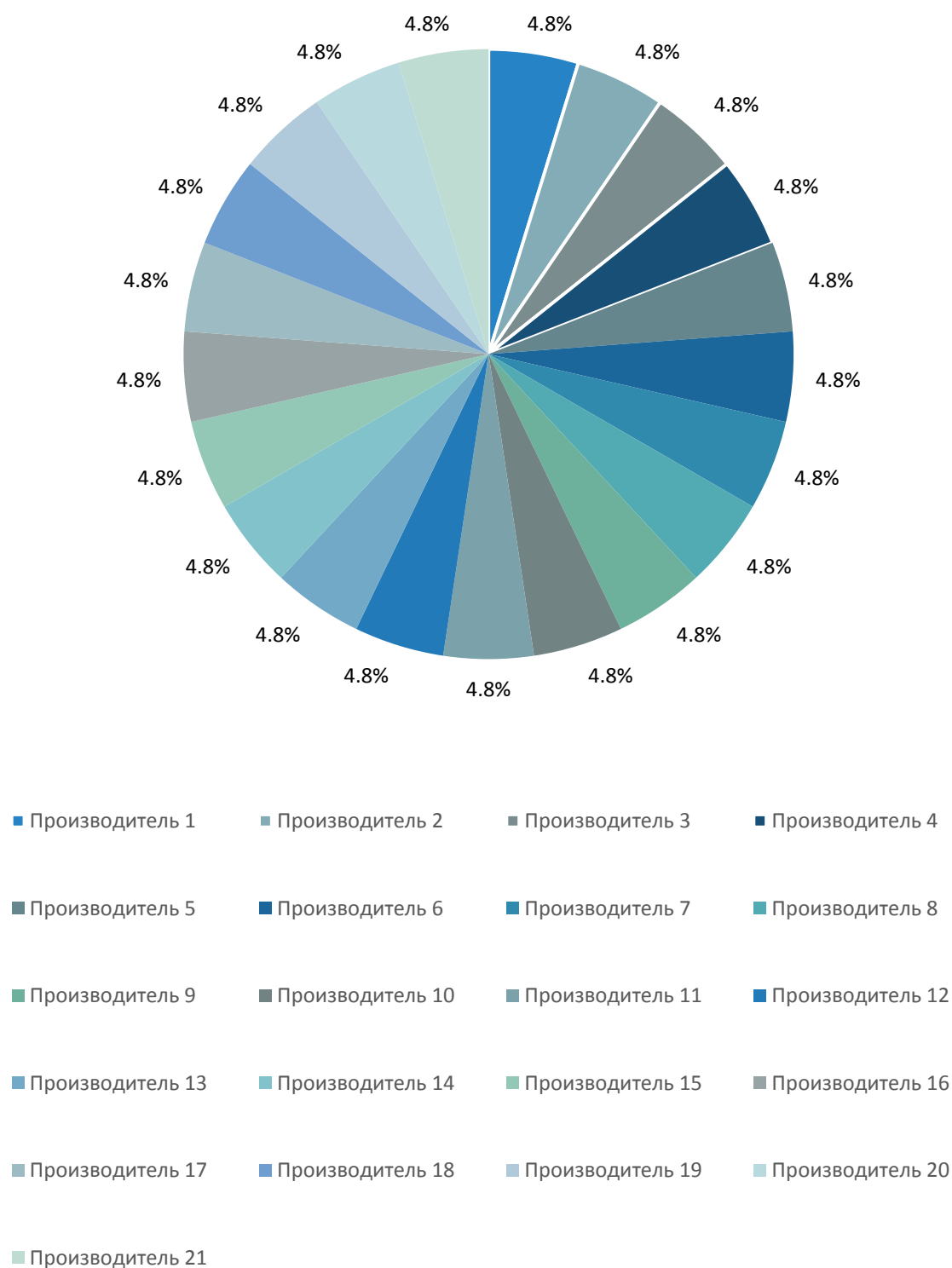


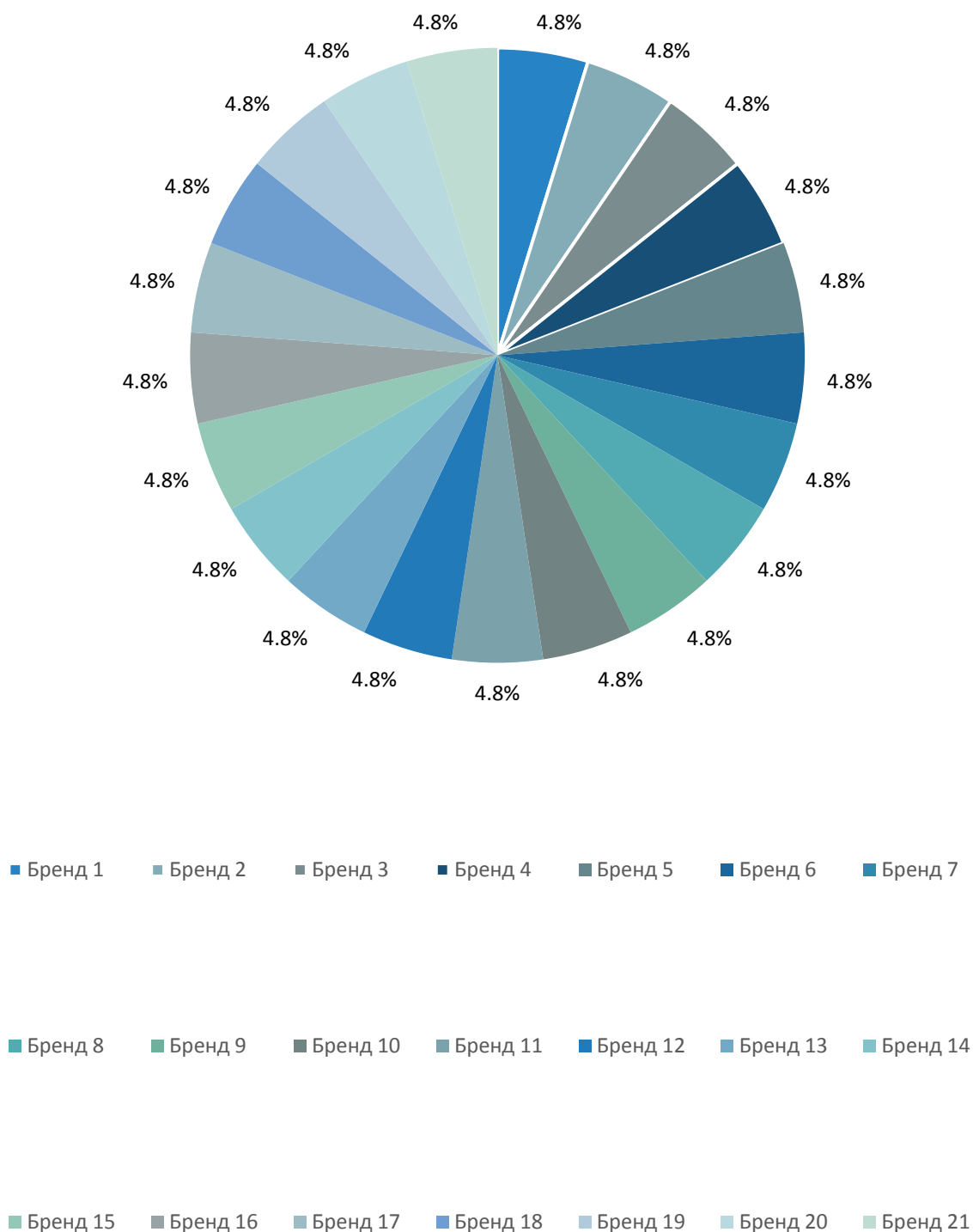
Таблица 8. Доли брендов в объеме рынка витаминов и БАДов в России в 2012-2017 гг., % от стоимостного объема рынка.

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Диаграмма 6. Доли брендов в объеме рынка витаминов и БАДов в России в 2017 г., % от стоимостного объема рынка.



Глава 6. Прогноз развития рынка витаминов и биологически активных добавок (БАДов) до 2021 г.

Рынок витаминов и биологически активных добавок (БАДов)

.....

По прогнозам, среднегодовой темп прироста продаж витаминов и БАДов составит 2%, продажи достигнут 106,4 млрд. руб. в 2021 г. Одной из потенциальных угроз для роста может стать дальнейшее ухудшение экономической ситуации в стране, что приведет к продолжению снижения покупательной способности потребителей.

.....

В стоимостном выражении

По прогнозам, сегмент в 2018 г. вырастет незначительно и достигнет млн. руб. в стоимостном выражении. Рынок уменьшится на млн. руб., а продажи уменьшатся на млн. руб. Объем сегмента увеличится до млн. руб.

Таблица 9. Прогноз объема рынка витаминов и БАДов в России в 2017-2021 гг. по сегментам и категориям, млн. руб.

Сегменты	2017	2018	2019	2020	2021

Диаграмма 7. Прогноз объема и темпов прироста рынка витаминов и БАДов в России в 2017-2021 гг., млн. руб., %.

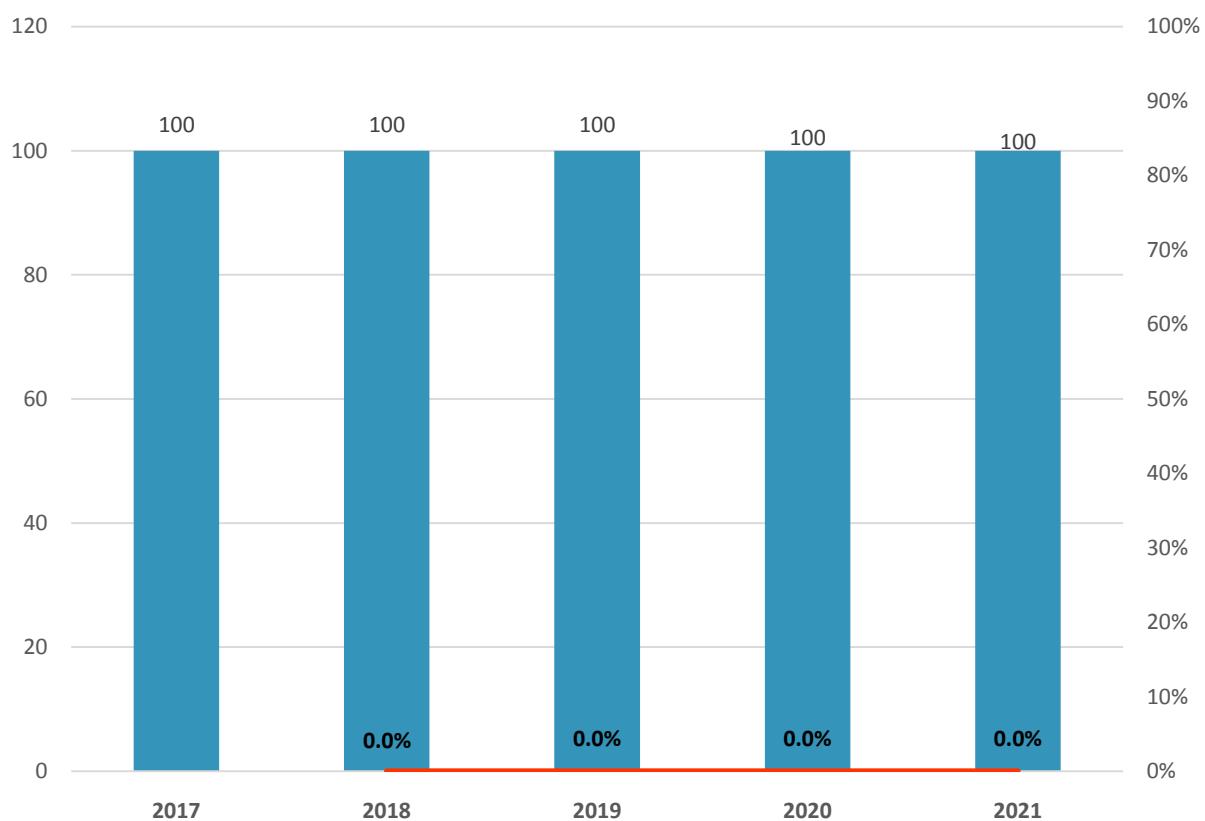


Диаграмма 8. Прогноз объема сегментов рынка витаминов и БАДов в России в 2017-2021 гг., млрд. руб.

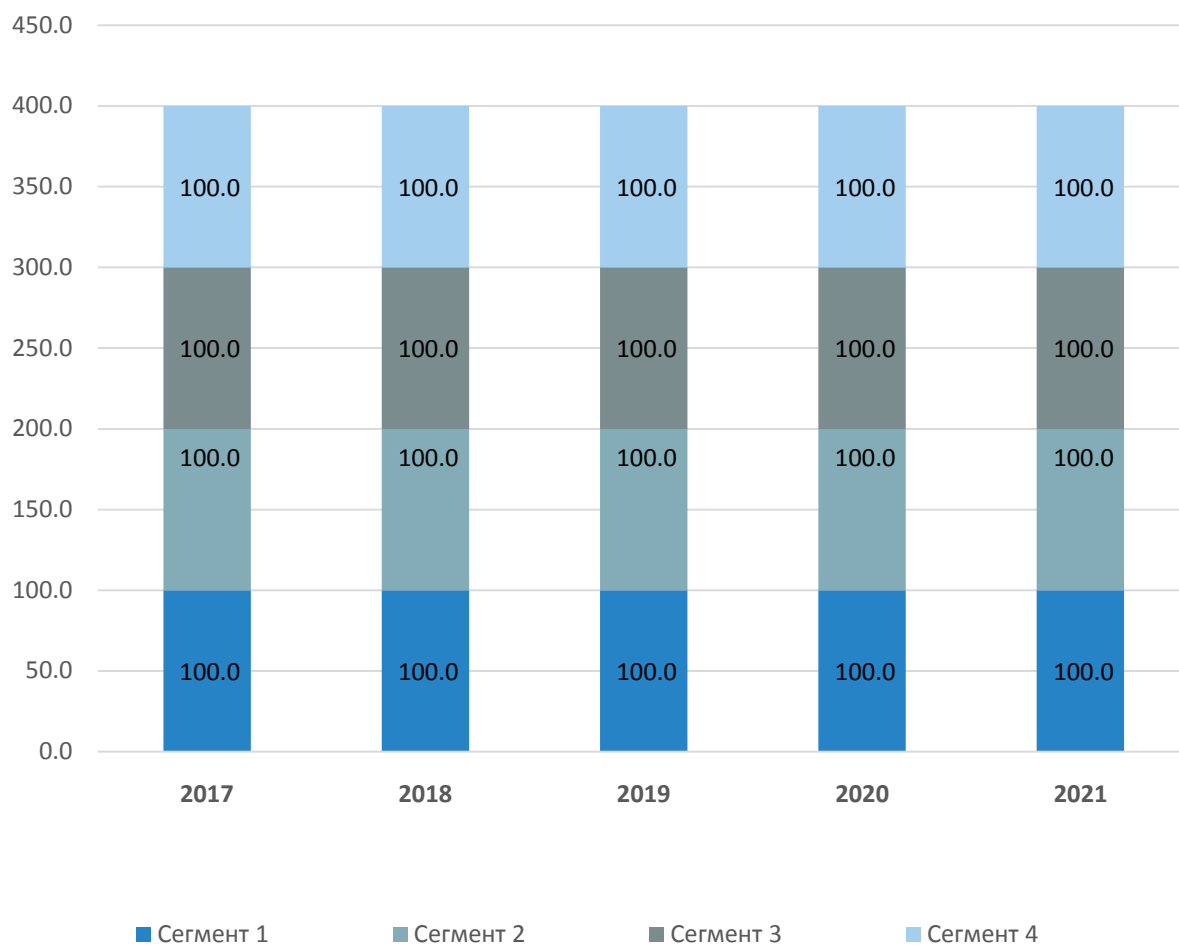


Таблица 10. Прогноз темпов прироста объема рынка витаминов и БАДов в России в 2017-2021 гг. по сегментам в стоимостном выражении, %.

Сегменты	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021

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

