



# Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка бытовых  
очистителей воздуха  
(климатических комплексов) 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 – брендов, 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 малоприменимой 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 анализируемом 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 РБК, Профиль 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 .....	10
Таблицы: .....	10
Диаграммы: .....	11
Резюме .....	13
Глава 1. Методология исследования .....	14
Объект исследования .....	14
Цель исследования.....	14
Задачи исследования .....	14
Метод сбора и анализа данных .....	14
Источники получения информации .....	15
Объем и структура выборки.....	16
Глава 2. Классификация и основные характеристики бытовых очистителей воздуха .....	17
Глава 3. Объем и темпы роста рынка бытовых очистителей воздуха в России .....	19
Объем и темпы роста рынка .....	19
<i>Объем рынка по брендам.....</i>	24
Глава 4. Производство бытовых очистителей воздуха в России .....	34
Производство.....	34
<i>Производство по брендам.....</i>	36
<i>Сегмент очистителей воздуха.....</i>	39
<i>Сегмент очистителей-увлажнителей.....</i>	41
Глава 5. Импорт бытовых очистителей воздуха в Россию и экспорт бытовых очистителей воздуха из России .....	43
Импорт .....	43
<i>Импорт по брендам.....</i>	45
<i>Импорт сегмента очистителей воздуха .....</i>	51
<i>Импорт сегмента очистителей-увлажнителей.....</i>	57
Экспорт.....	61
<i>Экспорт по брендам.....</i>	61
<i>Экспорт сегмента очистителей воздуха.....</i>	61
<i>Экспорт сегмента очистителей-увлажнителей.....</i>	61
Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка бытовых очистителей воздуха в России .....	62



Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность ключевых игроков рынка бытовых очистителей воздуха в России.....	63
ООО «Эко Дом» .....	63
ООО «Завод Аэролайф».....	64
ООО «ПМБП «Энергия» .....	64
ООО «НМФ «Амбилайф».....	65

## Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 34 таблицы и 32 диаграммы.

### Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка бытовых очистителей воздуха в России, шт.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка бытовых очистителей воздуха в России, тыс. \$.

Таблица 3. Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России по брендам, шт.

Таблица 4. Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России по брендам, \$ тыс.

Таблица 5. Объем производства бытовых очистителей воздуха в России, шт.

Таблица 6. Объем производства бытовых очистителей воздуха в России, \$ тыс.

Таблица 7. Объем производства бытовых очистителей воздуха по брендам и субъектам федерации в России, шт.

Таблица 8. Объем производства бытовых очистителей воздуха по брендам и субъектам федерации в России, тыс.\$.

Таблица 9. Объем производства сегмента очистителей воздуха в России, шт.

Таблица 10. Объем производства сегмента очистителей воздуха в России, \$ тыс.

Таблица 11. Объем производства сегмента очистителей воздуха по брендам в России, шт.

Таблица 12. Объем производства сегмента очистителей воздуха по брендам в России, тыс.\$.

Таблица 13. Объем производства сегмента очистителей-увлажнителей в России, шт.

Таблица 14. Объем производства сегмента очистителей-увлажнителей в России, тыс.\$.

Таблица 15. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по сегментам, шт.

Таблица 16. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по сегментам, тыс. \$.

Таблица 17. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по брендам, шт.

Таблица 18. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 19. Объем импорта сегмента очистителей воздуха в Россию по брендам, шт.

Таблица 20. Объем импорта сегмента очистителей воздуха в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 21. Объем импорта сегмента очистителей-увлажнителей в Россию по брендам, шт.

Таблица 22. Объем импорта сегмента очистителей-увлажнителей в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 23. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по сегментам, шт.

Таблица 24. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по сегментам, тыс. \$.

Таблица 25. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по брендам, шт.

Таблица 26. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 27. Объем экспорта сегмента очистителей воздуха из России по брендам, шт.

Таблица 28. Объем экспорта сегмента очистителей воздуха из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 29. Объем экспорта сегмента очистителей-увлажнителей из России по брендам, шт.

Таблица 30. Объем экспорта сегмента очистителей-увлажнителей из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 31. Финансовые показатели компании ООО «Эко Дом», тыс. руб.

Таблица 32. Финансовые показатели компании ООО «Завод Аэролайф», тыс. руб.

Таблица 33. Финансовые показатели компании ООО «ПМБП «Энергия», тыс. руб.

Таблица 34. Финансовые показатели компании ООО «НМФ «Амбилайф», тыс. руб.

#### Диаграммы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка бытовых очистителей воздуха в России, шт.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка бытовых очистителей воздуха в России, тыс. \$.

Таблица 3. Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России по брендам, шт.

Таблица 4. Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России по брендам, \$ тыс.

Таблица 5. Объем производства бытовых очистителей воздуха в России, шт.

Таблица 6. Объем производства бытовых очистителей воздуха в России, \$ тыс.

Таблица 7. Объем производства бытовых очистителей воздуха по брендам и субъектам федерации в России, шт.

Таблица 8. Объем производства бытовых очистителей воздуха по брендам и субъектам федерации в России, тыс.\$.

Таблица 9. Объем производства сегмента очистителей воздуха в России, шт.

Таблица 10. Объем производства сегмента очистителей воздуха в России, \$ тыс.

Таблица 11. Объем производства сегмента очистителей воздуха по брендам в России, шт.

Таблица 12. Объем производства сегмента очистителей воздуха по брендам в России, тыс.\$.

Таблица 13. Объем производства сегмента очистителей-увлажнителей в России, шт.

Таблица 14. Объем производства сегмента очистителей-увлажнителей в России, тыс.\$.

Таблица 15. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по сегментам, шт.

Таблица 16. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по сегментам, тыс. \$.

Таблица 17. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по брендам, шт.

Таблица 18. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 19. Объем импорта сегмента очистителей воздуха в Россию по брендам, шт.

Таблица 20. Объем импорта сегмента очистителей воздуха в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 21. Объем импорта сегмента очистителей-увлажнителей в Россию по брендам, шт.

Таблица 22. Объем импорта сегмента очистителей-увлажнителей в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 23. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по сегментам, шт.

Таблица 24. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по сегментам, тыс. \$.

Таблица 25. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по брендам, шт.

Таблица 26. Объем экспорта бытовых очистителей воздуха из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 27. Объем экспорта сегмента очистителей воздуха из России по брендам, шт.

Таблица 28. Объем экспорта сегмента очистителей воздуха из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 29. Объем экспорта сегмента очистителей-увлажнителей из России по брендам, шт.

Таблица 30. Объем экспорта сегмента очистителей-увлажнителей из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 31. Финансовые показатели компании ООО «Эко Дом», тыс. руб.

Таблица 32. Финансовые показатели компании ООО «Завод Аэролайф», тыс. руб.

Таблица 33. Финансовые показатели компании ООО «ПМБП «Энергия», тыс. руб.

Таблица 34. Финансовые показатели компании ООО «НМФ «Амбилайф», тыс. руб.

## Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка бытовых очистителей воздуха в России. Отчет основывается на анализе базы данных ФТС РФ, а также анализе торговых операций России со странами ЕАЭС (Евразийского экономического союза).

В рамках настоящего исследования рынок бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) был рассмотрен в разрезе двух сегментов: «очистителей воздуха» и «очистителей-увлажнителей».

Объем рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России в 2023 г. составил 212 876 шт. Крупнейшими игроками рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в 2023 г. стали: 4BLANC, AIC, AIRMATE ELECTRICAL, BALLU, BIG CLIMATIC, BONECO, BORK, SHARP, THOMSON, VENTA, XIAOMI/MI, АМБИЛАЙФ, СУПЕР-ПЛЮС.

Производственные мощности по выпуску бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) сосредоточены в Калужской обл., Липецкой обл., Орловской обл. и Республике Татарстан. Отечественными брендами бытовых очистителей воздуха являются: FANLINE, АМБИЛАЙФ, АЭРОЛАЙФ, СУПЕР-ПЛЮС.

Объем импорта бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в Россию в 2023 г. составил \$ 21 176,3 тыс.

Наибольшую долю импорта бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в 2023 г. заняли производители: XIAOMI/MI, BORK, AIRMATE ELECTRICAL, VENTA, 4BLANC, DYSON, SHARP, BONECO, THOMSON, AIC, PANASONIC, BIG CLIMATIC, BALLU.

## Глава 1. Методология исследования

### Объект исследования

Рынок бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России.

### Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России.

### Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России
2. Определить объем и темпы роста производства бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России
4. Определить рыночные доли брендов рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России
5. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России
7. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России.

### Метод сбора и анализа данных

**ФСГС РФ (Росстат):** часто информация об **объемах производства продукции** не содержится в данных ФСГС РФ (Росстат) и процесс ее получения является очень трудоемким и сложным. В текущем исследовании мы имеем дело именно с таким случаем.

**Анализа финансово-хозяйственной деятельности брендов:** сведения о ряде брендов были получены в результате анализа показателей их финансово-хозяйственной деятельности, информации из открытых источников об их деятельности, мнений экспертов и наших собственных знаний о компаниях.

**Интервью с брендами:** также мы провели **интервью с брендами** и получили сведения как о них самих, так и о деятельности их конкурентов.

**Mystery-Shopping с брендами:** кроме того, информацию об объемах производства и ценах мы получили, вступив в **переговоры с брендами в завуалированной форме (Mystery-Shopping)** от имени потенциального заказчика.

**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 бытовых очистителей воздуха 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.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России** бытовых очистителей воздуха. База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Бренд
3. Год импорта/экспорта
4. Месяц импорта/экспорта
5. Компании получатели и отправители товара
6. Страны получатели, отправители и производители товара
7. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
8. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.



## Глава 2. Классификация и основные характеристики бытовых очистителей воздуха

Каждый очиститель воздуха включает в себя вентилятор, работающий от электросети, а также систему фильтров. За счет вращения крыльев вентилятора воздушный поток втягивается внутрь прибора, проходя через фильтры. Которые могут быть сухими либо снабженными опцией увлажнения.

Выделяют следующие виды бытовых очистителей воздуха:

- Очистители-увлажнители - традиционные очистители с влажными фильтрами. Влага может выделяться при помощи нагрева воды до определённой температуры, холодным испарением влаги под действием воздушного потока от вентилятора или под воздействием вибраций, вызываемых высокочастотными колебаниями.
- Мойки воздуха - увлажнение воздуха естественным путём. Основная функция – контактная очистка воздуха. Представляет собой емкость с водой, в которую опущены частично пластмассовые диски, обдуваемые воздухом. На диски налипают пыль, смываемая благодаря их вращению.
- Сухие очистители - отличаются высокой мощностью и быстрой очисткой воздуха. Воздушная масса пропускается через фильтры под давлением с помощью электрического фильтра. Не увлажняет воздух. Из-за высокой мощности некоторые модели работают шумно.
- Очистители с ионизацией - воздух электризуется и насыщается озоном. В связи с электризацией частички пыли притягиваются сами, при этом они могут быть достаточно мелкие. Воздух не нужно гнать под давлением. Способен обезвредить и очистить воздух от продуктов химии.

По способу фильтрации бытовые очистители воздуха классифицирую следующим образом:

- Фильтры предварительной очистки

Предназначены для удаления крупных пылевых частиц, шерсти животных. Устанавливаются практически на всем климатическом оборудовании и защищают от пыли не только людей, но и внутренности самих приборов. Являются многоразовыми.

- Электростатические фильтры

Принцип действия электростатических фильтров, основан на притяжении электрических зарядов разной полярности. Хорошо очищают воздух от пыли и копоти.

- Водяные фильтры

Воздух забирается вентилятором — частицы пыли получают определенный заряд (методика, используемая в электростатических фильтрах) и подаются на увлажняющие диски, которые имеют противоположный заряд, пыль притягивается к смоченным дискам, оседает на них и смывается в поддон. Не требуют чистки.

- Угольные (адсорбционные) фильтры

Физически поглощают молекулы газа своими порами. Количество фильтрующего материала угольного фильтра является одной из важных определяющих его эффективности.

- Фильтры HEPA (фильтры тонкой механической очистки)

Воздух вентилятором прогоняется через фильтр и тем самым освобождается от частиц пыли. Задерживает более 99% всех частиц размерами от 0,3 мкм и больше.

- Фотокаталитические фильтры

Разложение и окисление токсичных примесей на поверхности фотокатализатора под действием ультрафиолетового излучения. Органические примеси не накапливаются, а разрушаются до безвредных компонентов (вода и углекислый газ), причем фотокаталитическое окисление одинаково эффективно по отношению к токсинам, вирусам или бактериям.

- Обеззараживающие УФ-лампы

Принцип действия приборов основан на бактерицидном эффекте ультрафиолета. Специальные лампы очищают воздух от вредных микроорганизмов с эффективностью до 99%. Так, ультрафиолетовые лучи разрушают связи ДНК внутри молекул вирусов, поэтому последние теряют способность размножаться.

## Глава 3. Объем и темпы роста рынка бытовых очистителей воздуха в России

### Объем и темпы роста рынка

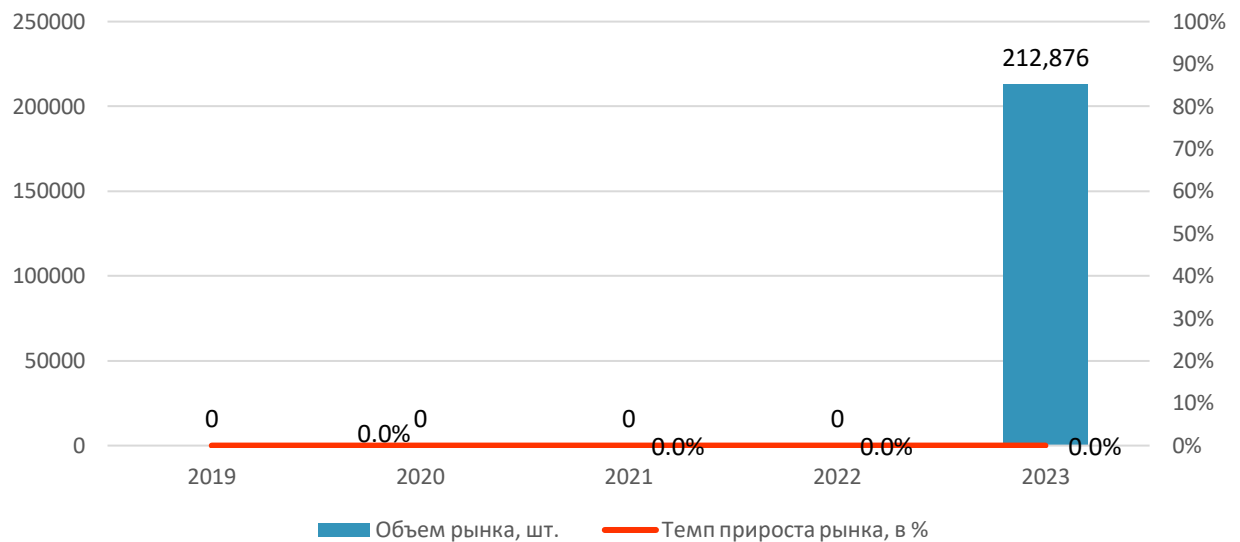
Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-брендов. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, брендов). Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах брендов изучаемых в исследовании периодов времени (год). Все цены выражены в долларах США. Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 г. был равен ..... шт. В 2020 г. объем рынка ..... до ..... шт. (.....%). В 2021 г. объем рынка достиг ..... шт. Темп прироста в 2021 г. составил .....% в натуральном выражении. По итогам 2022 г. объем рынка составил ..... шт. (.....%). В 2023 г. рынок бытовых очистителей воздуха ..... на .....% и составил 212 876 шт.

**Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., шт.**

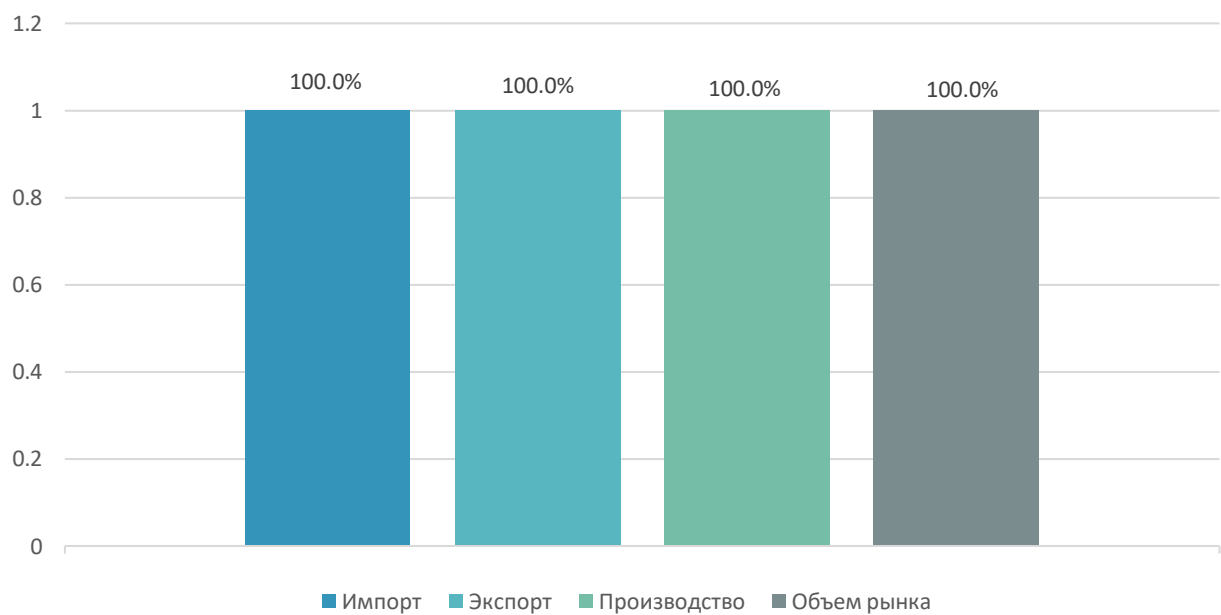
Сегмент	Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Очиститель воздуха	Импорт					
	Экспорт					
	Производство					
	<b>РЫНОК</b>					
Очиститель-увлажнитель	Импорт					
	Экспорт					
	Производство					
	<b>РЫНОК</b>					
<b>Итого:</b>	Импорт					
	Экспорт					
	Производство					
	<b>РЫНОК</b>					<b>212 876</b>

Диаграмма 1. Объем и темп прироста рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

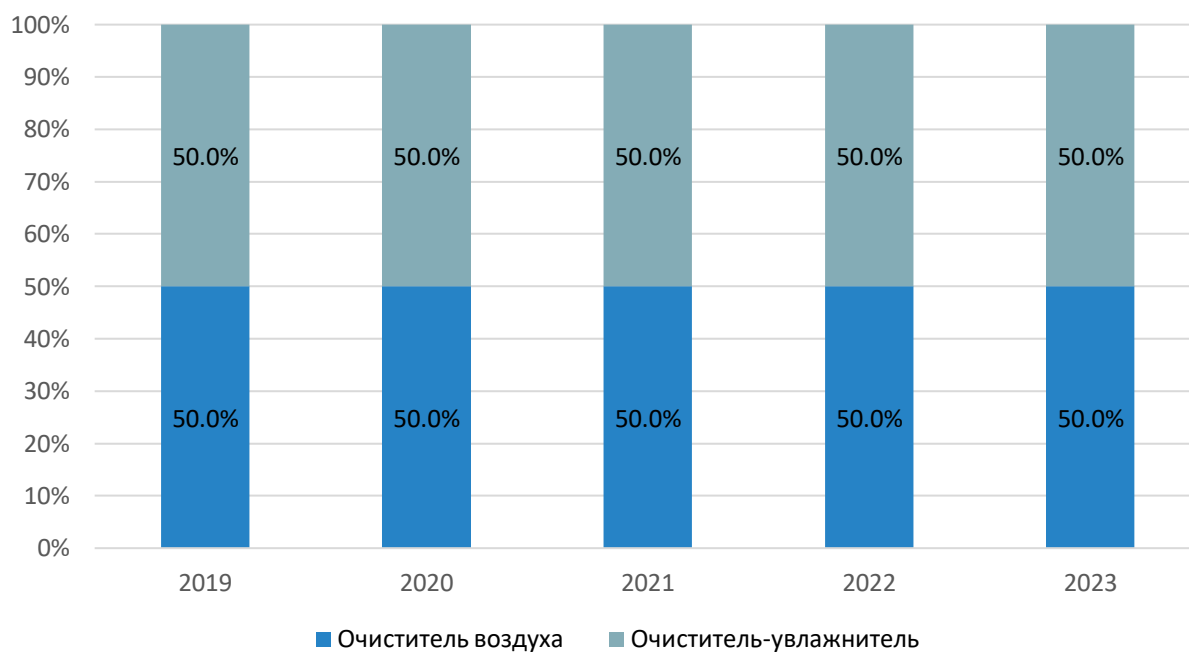
Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2023 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Рынок бытовых очистителей воздуха состоит из двух сегментов: «очистителей воздуха» и «очистителей-увлажнителей». В 2023 г. наибольшую долю рынка заняли ..... Доля сегмента составила .....%.

**Диаграмма 3. Доли категорий в объеме рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 – 2023 гг., % от натурального объема рынка.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

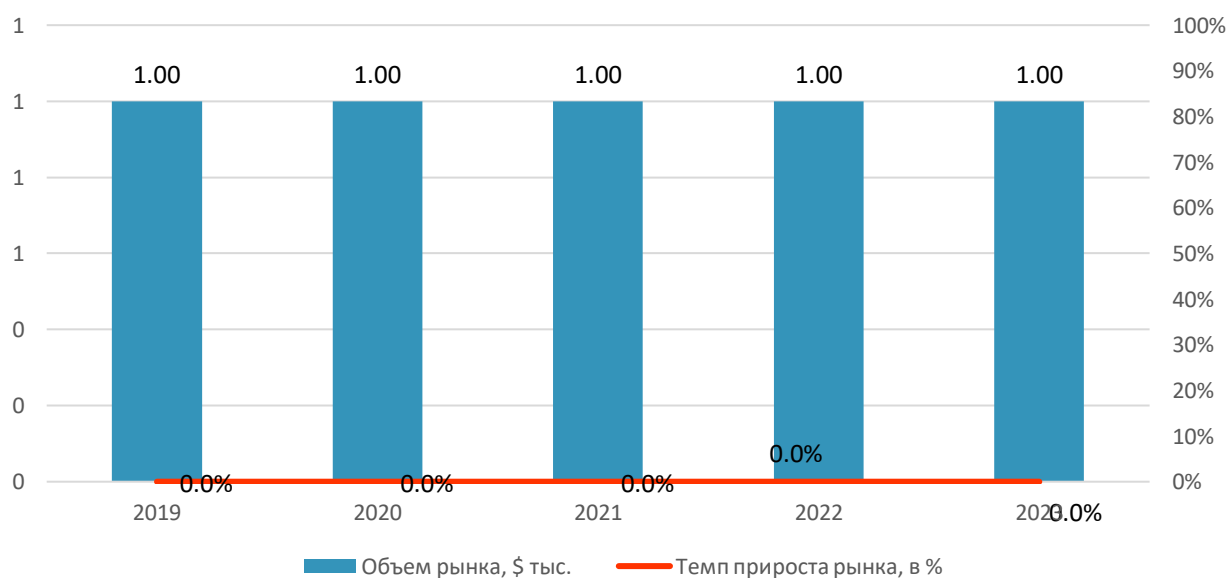
Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 г. был равен \$ ..... тыс. В 2020 г. этот показатель ..... до \$ ..... тыс. Темп прироста в 2020 г. составил .....%. В 2021 г. объем рынка достиг \$ ..... тыс. (.....%). В 2023 г. объем рынка бытовых очистителей воздуха уменьшился \$ ..... тыс. Темп прироста в 2022 г. составил .....% в стоимостном выражении. По итогам 2023 г. объем рынка составил \$ ..... тыс. (.....%).

**Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., тыс. \$.**

Сегмент	Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Очиститель воздуха	Импорт					
	Экспорт					
	Производство					
	<b>Рынок</b>					
Очиститель-увлажнитель	Импорт					
	Экспорт					
	Производство					
	<b>Рынок</b>					
<b>Итого:</b>	Импорт					
	Экспорт					
	Производство					
	<b>Рынок</b>					

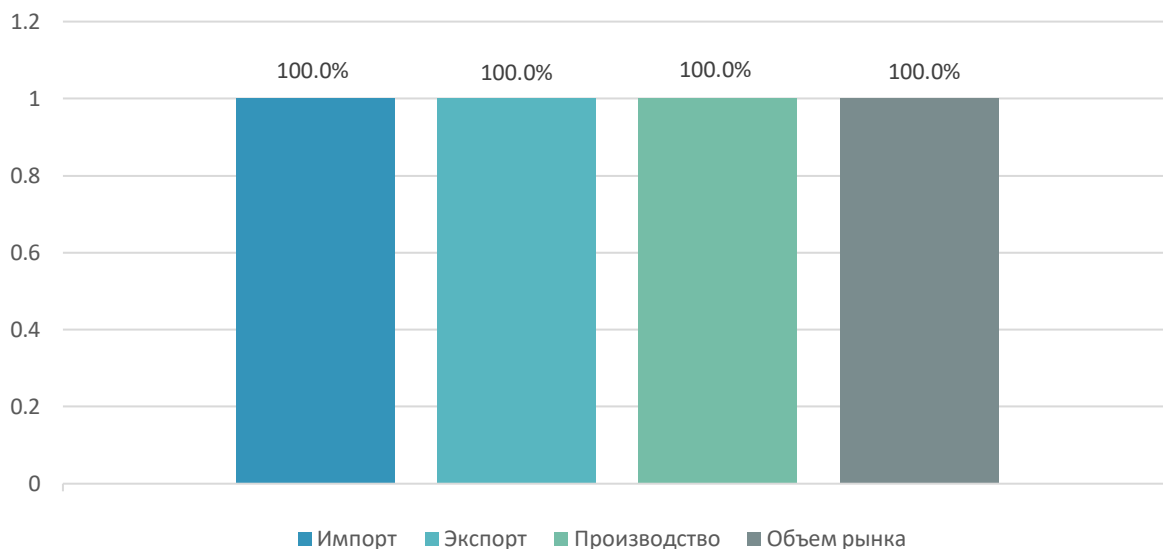
Источник: расчеты Discovery Research Group.

**Диаграмма 4. Объем и темп прироста рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., тыс. \$.**



Источник: расчеты Discovery Research Group.

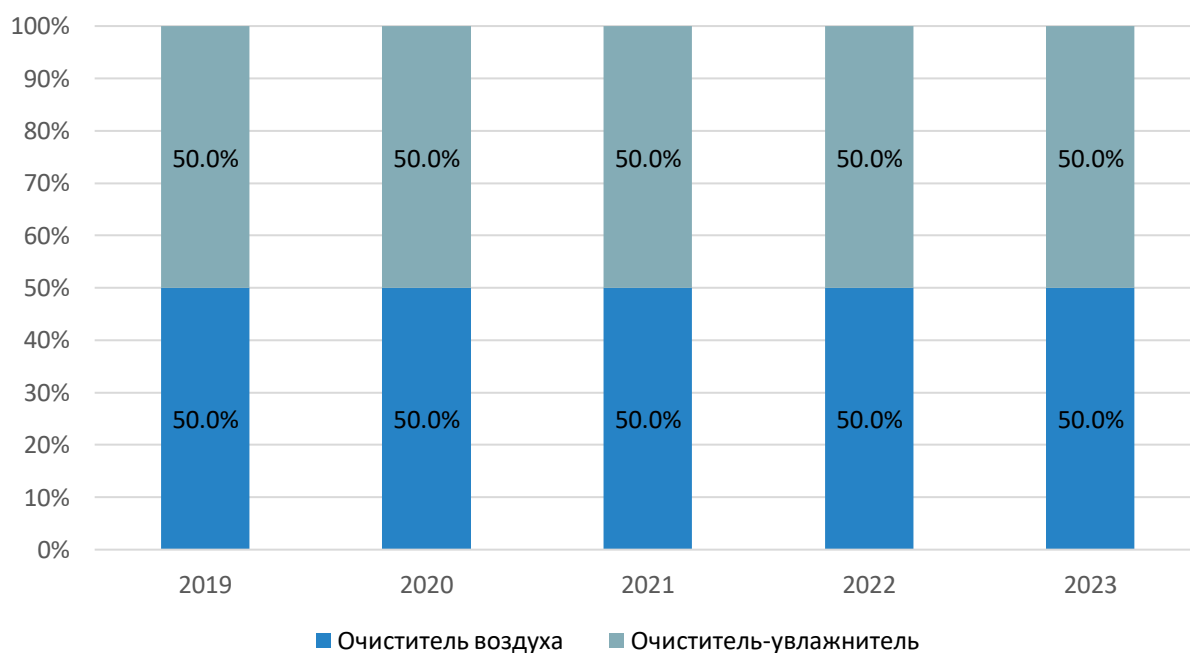
**Диаграмма 5. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2023 г. в стоимостном выражении, %.**



Источник: расчеты Discovery Research Group.

В 2023 г. сегменты .....

**Диаграмма 6. Доли категорий в объеме рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2019 – 2023 гг., % от натурального объема рынка.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

**Объем рынка по брендам**

Наибольшую долю рынка бытовых очистителей воздуха в 2023 г. занял бренд XIAOMI/MI. Его доля составила 22,6% в натуральном выражении. На втором месте бренд 4BLANC с 12,7%. Также в тройку лидеров входит бренд AIRMATE ELECTRICAL. Доля этого бренда в 2023 г. составила 10,4% в натуральном выражении.

Наибольшую долю рынка бытовых очистителей воздуха в 2023 г. занял бренд XIAOMI/MI. Его доля составила 15,2% в стоимостном выражении. На втором месте бренд AIRMATE ELECTRICAL с 13,5%. Также в тройку лидеров входит бренд BORK. Доля этого производителя в 2023 г. составила 12,6% в стоимостном выражении.

**Таблица 3. Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России по брендам в 2020 - 2023 гг., шт.**

Бренд	2020				2021				2022				2023			
	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок
BONECO																
DAIKIN																



ENDEVER																	
HITACHI																	
LG																	

Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

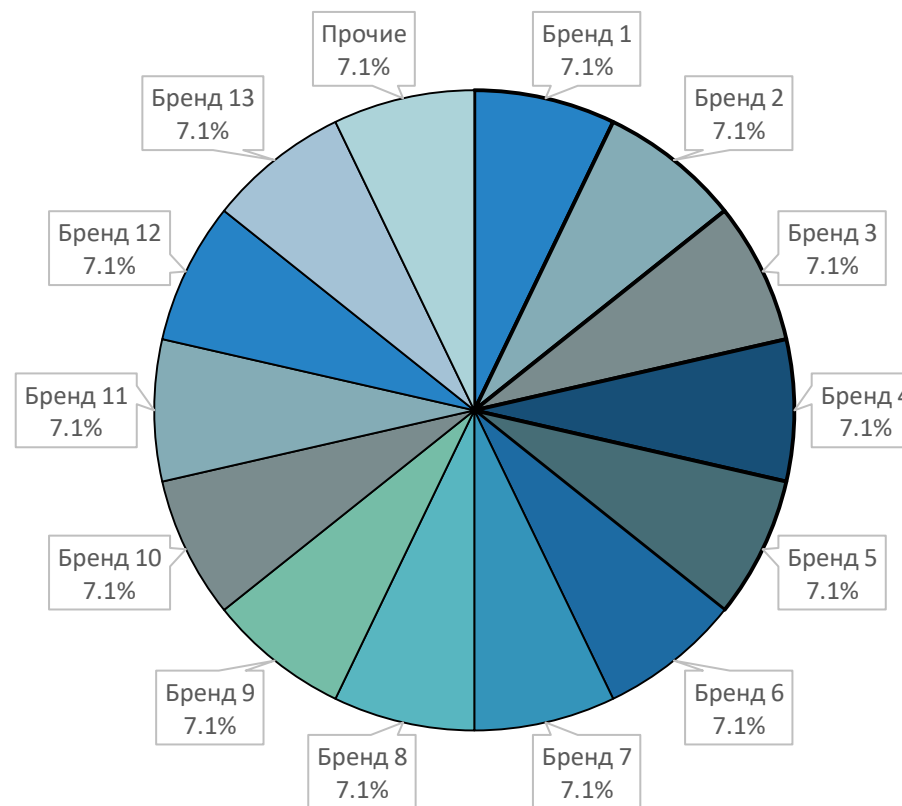
MIDEA																					
ROMBICA																					
SHARP																					
THERMEX																					

Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

THOMSON																				
VITEK																				
АМБИЛАЙФ																				
СУПЕР-ПЛЮС																				
Прочие																				
<b>Итого:</b>																				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 7. Доли брендов в общем объеме рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2023 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 4. Объем рынка бытовых очистителей воздуха в России по брендам в 2020 - 2023 гг., \$ тыс.

Бренд	2020				2021				2022				2023			
	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок	ИМ	ЭК	Пр-во	Рынок
BONECO																
DAIKIN																
ENDEVER																

Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

HITACHI																
LG																
MIDEA																

## Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

ROMBICA																			
SHARP																			
THERMEX																			
THOMSON																			
VITEK																			

## Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

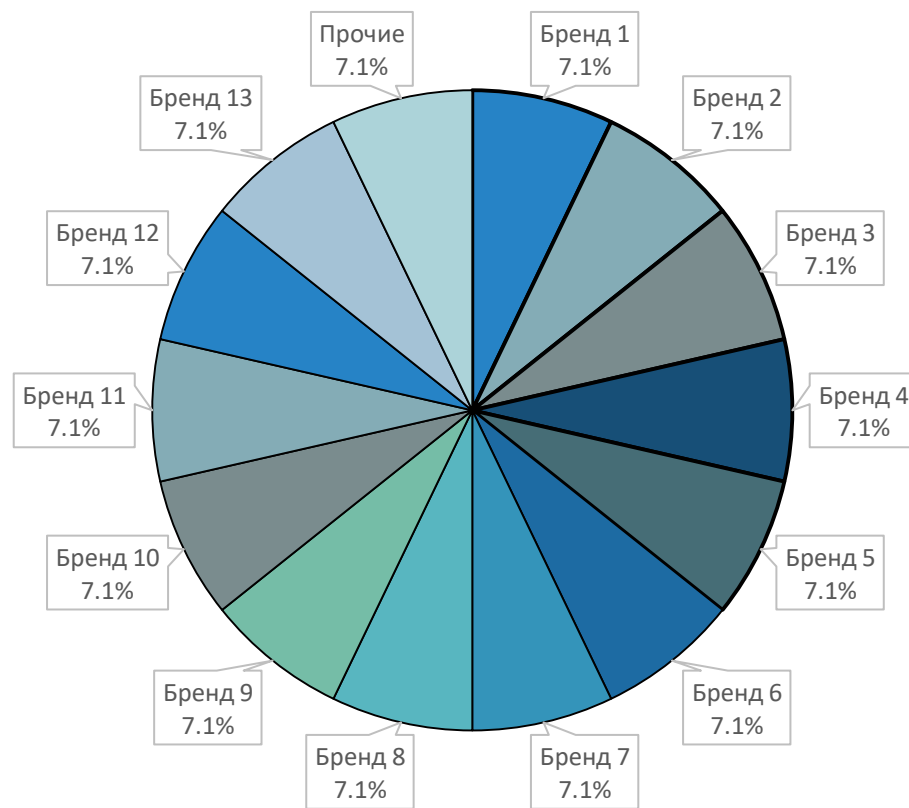
---

АМБИЛАЙФ																			
СУПЕР-ПЛЮС																			
Прочие																			
<b>Итого:</b>																			

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.



Диаграмма 8. Доли брендов в общем объеме рынка бытовых очистителей воздуха в России в 2023 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

## Глава 4. Производство бытовых очистителей воздуха в России

### Производство

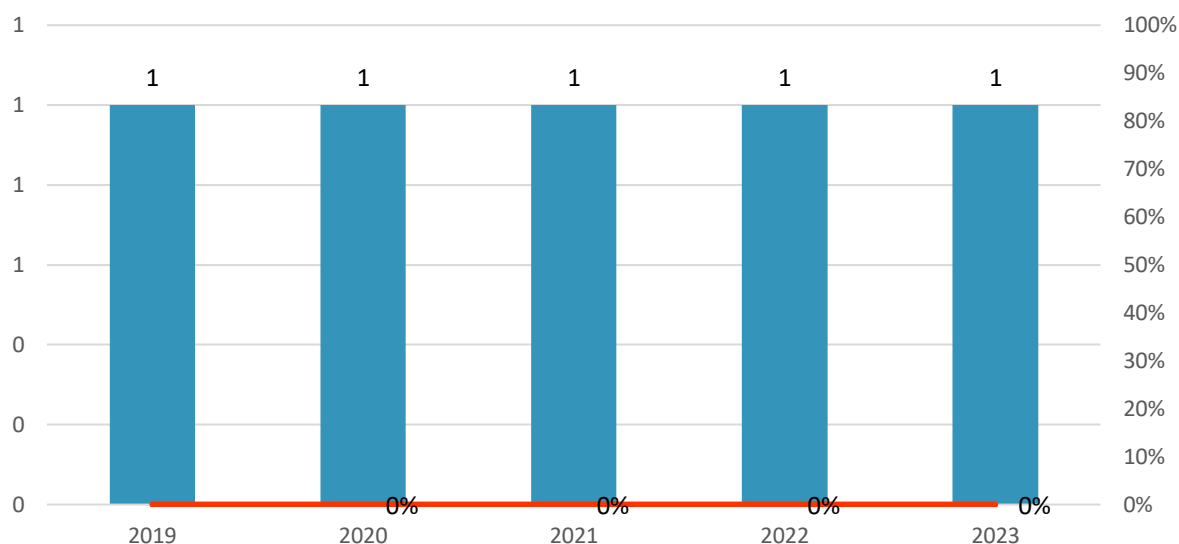
Объем производства бытовых очистителей воздуха в России в 2022 г. составил ..... шт. В 2023 г. объем производства ..... до ..... шт. Темп прироста в 2023 г. составил .....%.

Таблица 5. Объем производства бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., шт.

2019	2020	2021	2022	2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 9. Объем и темпы прироста производства п бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., шт. и %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

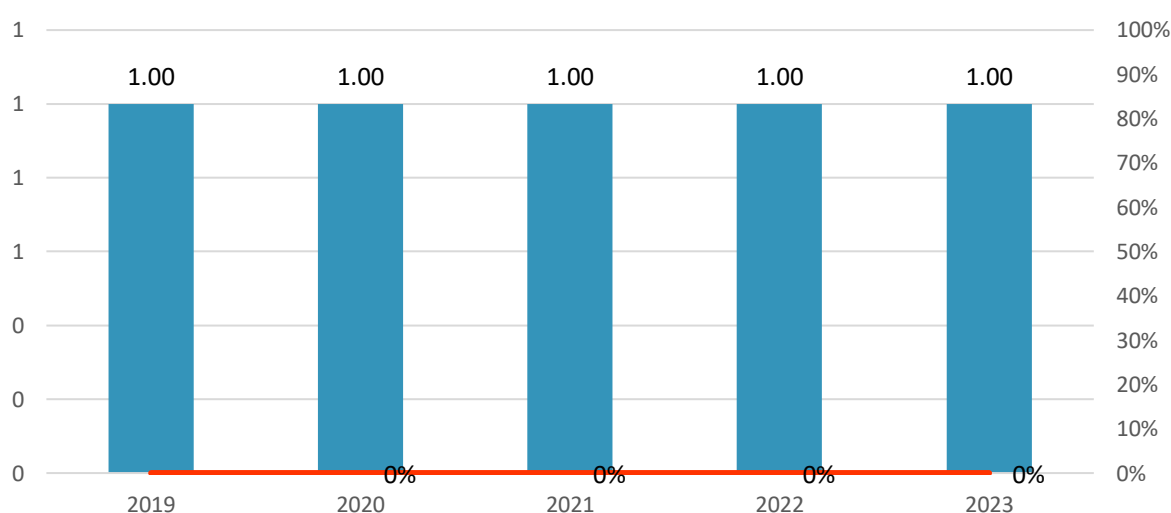
В стоимостном выражении объем производства бытовых очистителей воздуха в России в 2022 г. составил \$ ..... тыс. В 2023 г. объем был равен \$ ..... тыс. Темп прироста в 2023 г. составил .....%.

Таблица 6. Объем производства бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., \$ тыс.

2019	2020	2021	2022	2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 10. Объем и темпы прироста производства бытовых очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., \$ тыс. и %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем выпуска продукции был рассчитан на основе финансовых показателей компаний, а также специалистами DISCOVERY Research Group были проведены телефонные интервью с представителями заводов-изготовителей.

*Производство по брендам*

Таблица 7. Объем производства бытовых очистителей воздуха по брендам и субъектам федерации в России в 2019 - 2023 гг., шт.

Бренд	Субъект РФ	Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
ООО «Эко Дом»	Орловская область	СУПЕР-ПЛЮС					
ООО «НМФ «Амбилайф»	Липецкая область	АМБИЛАЙФ					
<b>Итого:</b>							

Источник: расчеты Discovery Research Group.

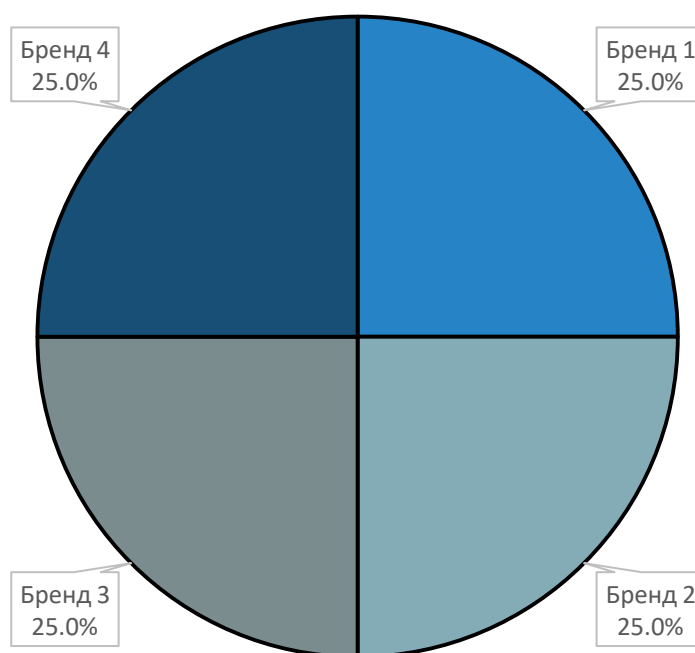
Таблица 8. Объем производства бытовых очистителей воздуха по брендам и субъектам федерации в России в 2019 - 2023 гг., тыс.\$.

Бренд	Субъект РФ	Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
ООО «Эко Дом»	Орловская область	СУПЕР-ПЛЮС					
ООО «НМФ «Амбилайф»	Липецкая область	АМБИЛАЙФ					
<b>Итого:</b>							

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю производства бытовых очистителей воздуха в натуральном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....%. На втором месте ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% в натуральном выражении.

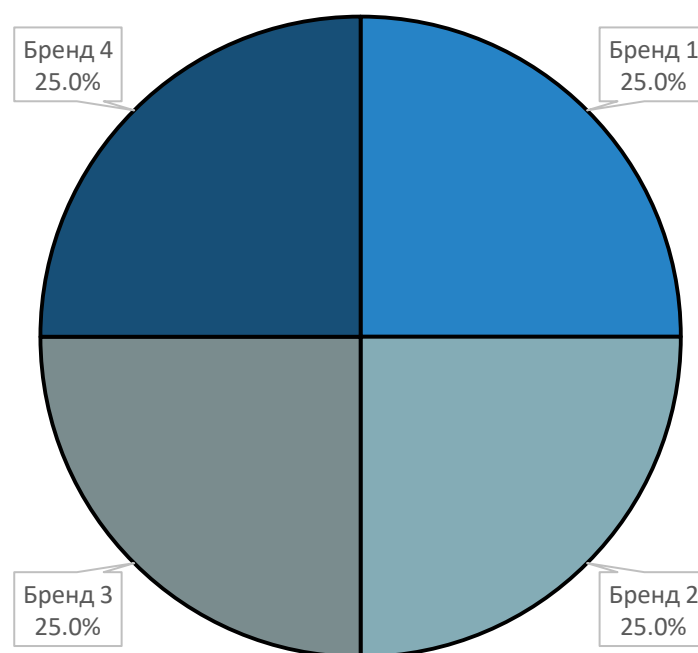
**Диаграмма 11. Доли брендов бытовых очистителей воздуха в объеме производства в 2023 г., % от натурального объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства бытовых очистителей воздуха в стоимостном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....%. На втором месте ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% в стоимостном выражении.

**Диаграмма 12. Доли брендов бытовых очистителей воздуха в объеме производства в 2023 г., % от стоимостного объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

### Сегмент очистителей воздуха

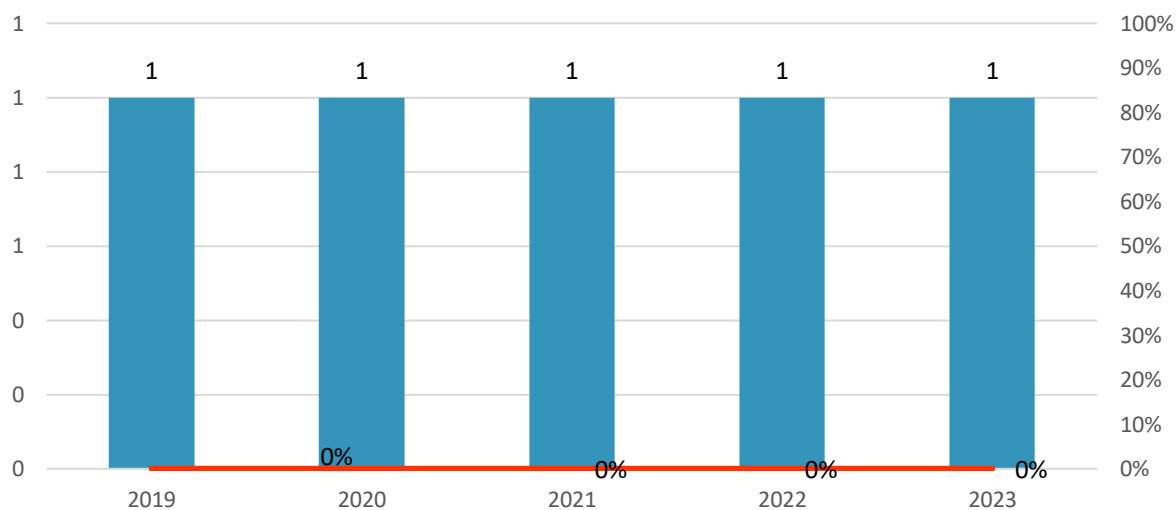
Согласно расчетам, объем производства очистителей воздуха в России по итогам 2023 г. составил ..... шт., что эквивалентно \$ ..... тыс.

Таблица 9. Объем производства сегмента очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., шт.

2019	2020	2021	2022	2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 13. Объем и темпы прироста производства сегмента очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., шт. и %.



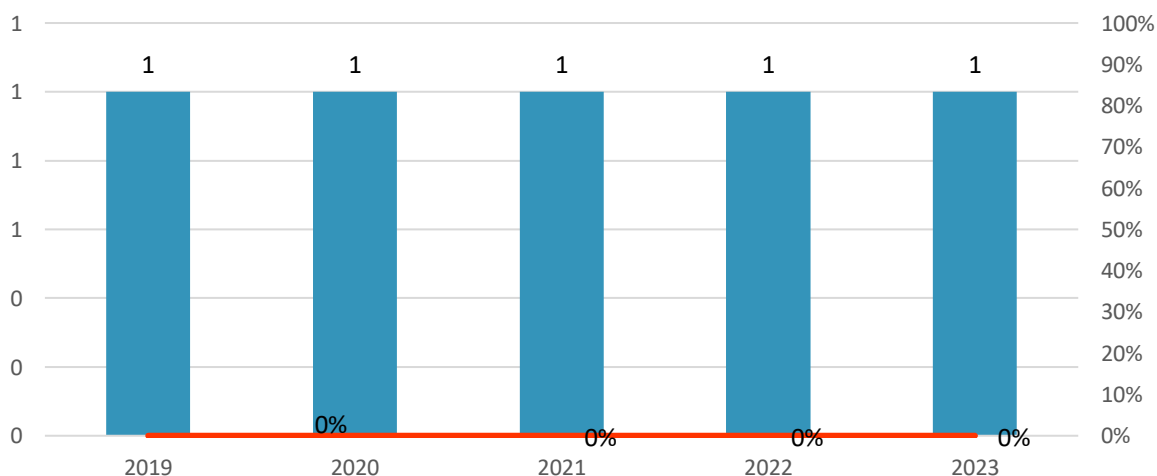
Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 10. Объем производства сегмента очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., \$ тыс.

2019	2020	2021	2022	2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 14. Объем и темпы прироста производства сегмента очистителей воздуха в России в 2019 - 2023 гг., \$ тыс. и %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 11. Объем производства сегмента очистителей воздуха по брендам в России в 2019 – 2023 гг., шт.

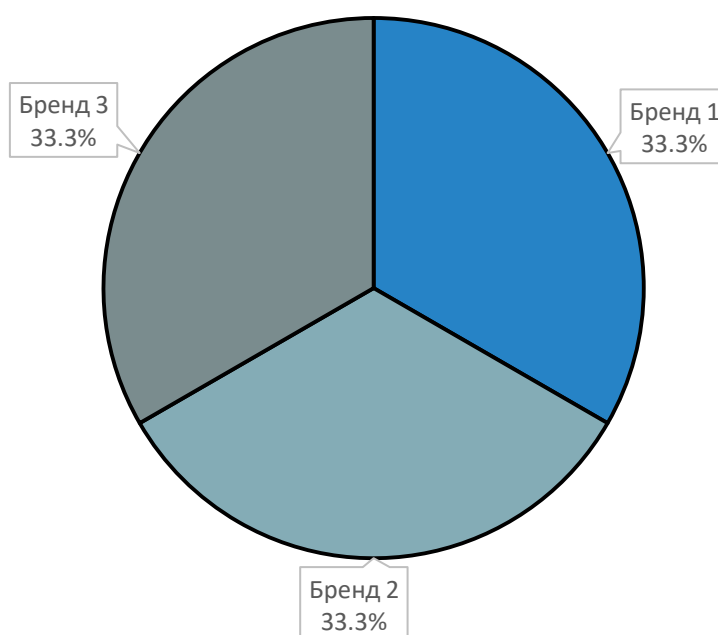
Бренд	Субъект РФ	Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Итого:</b>							

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Крупнейшим в России производителем в сегменте очистителей воздуха является ..... В 2023 г. доля бренда в натуральном выражении составила .....%. На втором месте по объему производства ..... с долей .....%. Третье место занимает бренд ..... (.....%).

Стоит отметить, что главным направлением деятельности ООО «Завода Аэролайф» и ООО «НМФ «Амбилайф» является медицинская сфера, однако в их ассортименте имеются очистители, предназначенные для использования в жилых и общественных помещениях. В отличие от специализированного оборудования, бытовые очистители АЭРОЛАЙФ и АМБИЛАЙФ не прошли регистрацию в государственном реестре медицинских изделий.

Диаграмма 15. Доли производства бытовых очистителей воздуха по типу ионизации в 2023 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.



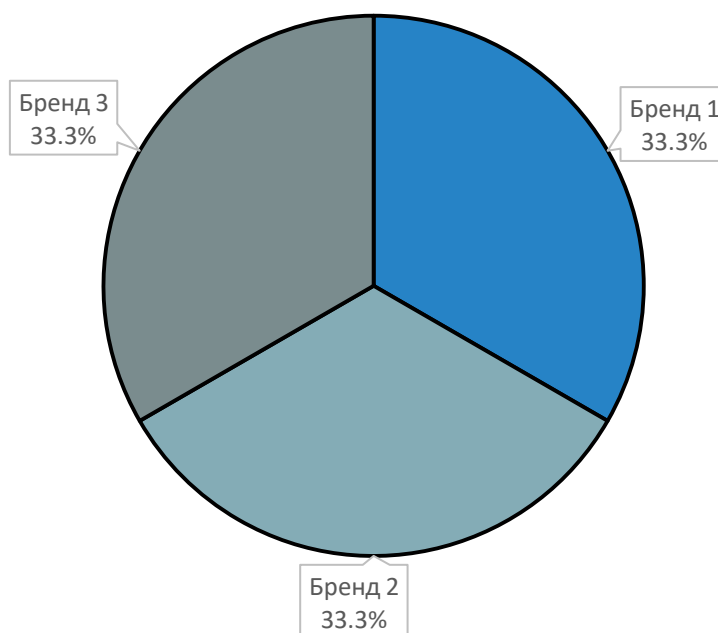
Таблица 12. Объем производства сегмента очистителей воздуха по брендам в России в 2019 - 2023 гг., тыс.\$.

Бренд	Субъект РФ	Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Итого:</b>							

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Крупнейшим в России производителем в сегменте очистителей воздуха является ..... В 2023 г. доля бренда в натуральном выражении составила .....%. На втором месте по объему производства ..... с долей .....%. Третье место занимает бренд ..... (.....%).

Диаграмма 16. Доли производства сегмента очистителей воздуха в 2023 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

### Сегмент очистителей-увлажнителей

В России .....

Таблица 13. Объем производства сегмента очистителей-увлажнителей в России в 2019 - 2023 гг., шт.

Бренд	Субъект РФ	Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Итого:</b>							

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 14. Объем производства сегмента очистителей-увлажнителей в России в 2019 - 2023 гг., тыс.\$.  
Итого:

Бренд	Субъект РФ	Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Итого:</b>							

Источник: расчеты Discovery Research Group.

## Глава 5. Импорт бытовых очистителей воздуха в Россию и экспорт бытовых очистителей воздуха из России

### Импорт

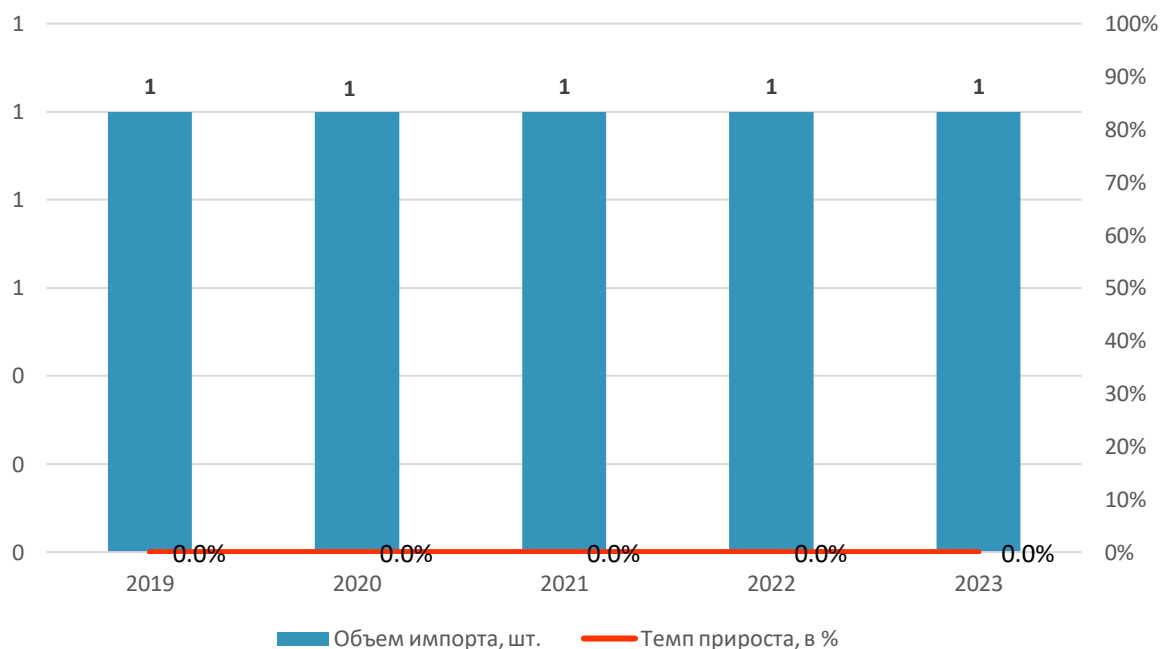
Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 г. составил ..... шт. В 2020 г. объем импорта увеличился до ..... шт. Темп прироста в 2020 г. был равен .....%. В 2021 г. объем импорта бытовых очистителей воздуха достиг ..... шт. Темп прироста в 2021 г. составил .....% в натуральном выражении. По итогам 2022 г. объем импорта бытовых очистителей воздуха составил ..... шт. (.....%). В 2023 г. объем импорта снизился до ..... шт. (.....%).

Таблица 15. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. по сегментам, шт.

Сегмент	2019	2020	2021	2022	2023
Очиститель воздуха					
Очиститель-увлажнитель воздуха					
<b>Итого</b>					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 17. Объем и темп прироста импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

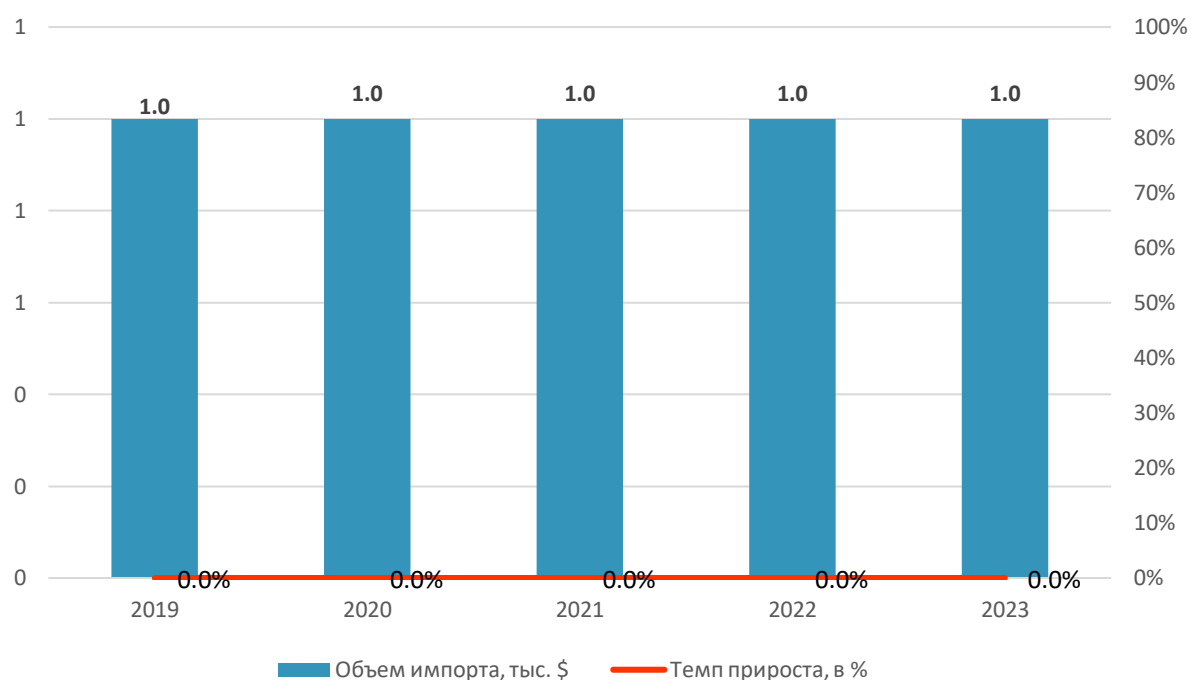
Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 г. составил \$ ..... тыс. В 2020 г. объем импорта вырос до \$ ..... тыс. Темп прироста в 2020 г. был равен .....%. В 2021 г. объем импорта бытовых очистителей воздуха достиг \$ ..... тыс. (.....%). В 2022 г. объем импорта составил \$ ..... тыс. Темп прироста в 2023 г. составил .....% в стоимостном выражении. По итогам 2023 г. объем импорта составил \$ ..... тыс. (.....%).

**Таблица 16. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. по сегментам, тыс. \$.**

Сегмент	2019	2020	2021	2022	2023
Очиститель воздуха					
Очиститель-увлажнитель воздуха					
<b>Итого</b>					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

**Диаграмма 18. Объем и темп прироста импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. , тыс. \$.**



Источник: расчеты Discovery Research Group.

**Импорт по брендам**

Таблица 17. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. по брендам, шт.

Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
BONECO					
ENDEVER					
INTECH					
MESKO					

Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

POLARIS					
SCARLETT					
TIMBERK					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 18. Объем импорта бытовых очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. по брендам, тыс. \$.

Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
BONECO					
ENDEVER					
INTECH					
MESKO					

Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

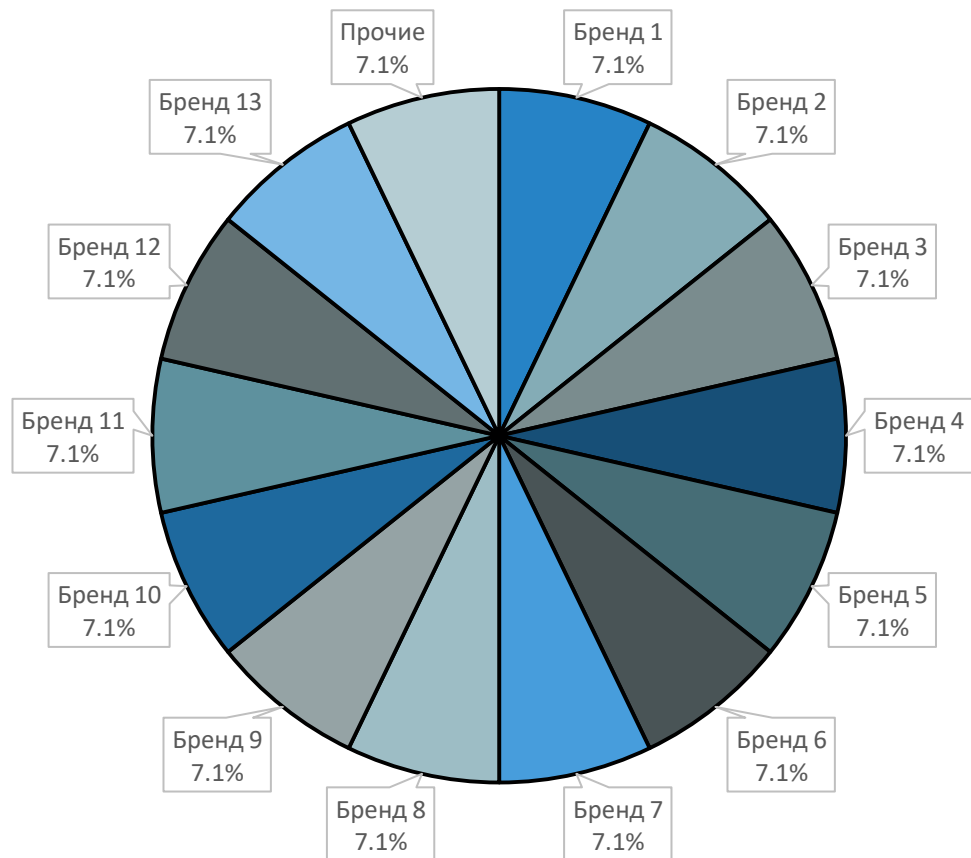
POLARIS					
SCARLETT					
TIMBERK					
Прочие					
<b>Итого:</b>					

Источник: расчеты Discovery Research Group.



Наибольшую долю импорта бытовых очистителей воздуха в натуральном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....% от натурального объема. На втором месте бренд ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% от натурального объема.

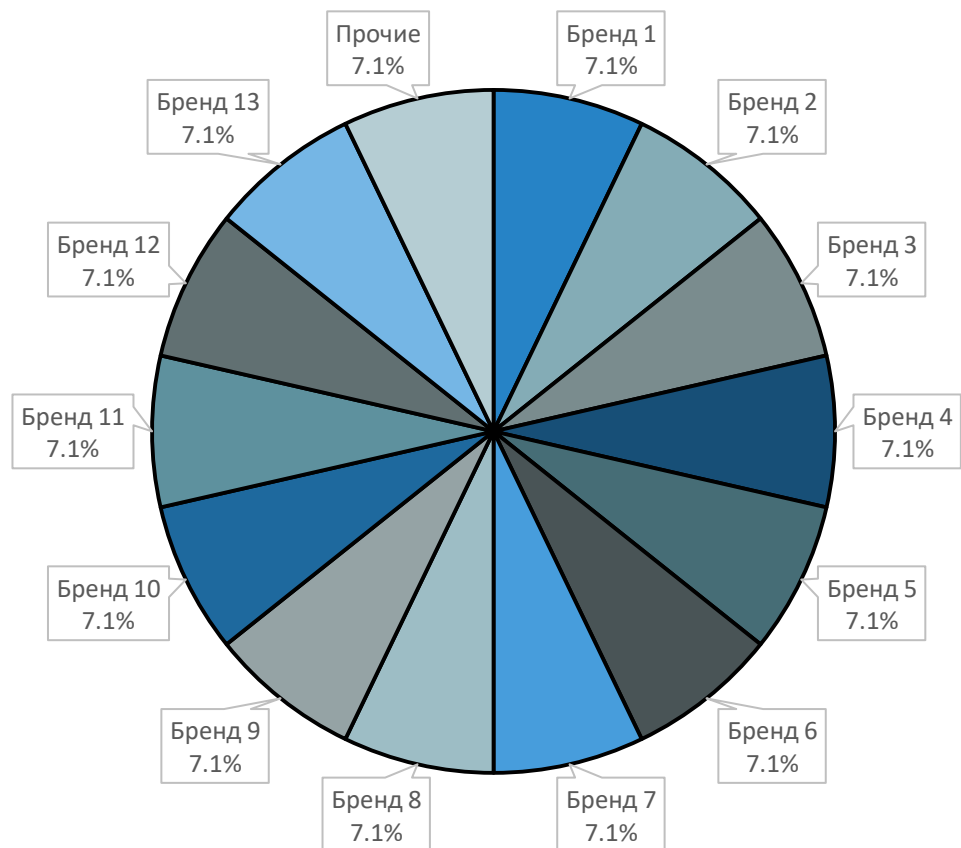
**Диаграмма 19. Доли брендов бытовых очистителей воздуха в объеме импорта в Россию в 2023 г., % от натурального объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта бытовых очистителей воздуха в стоимостном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....% от стоимостного объема. На втором месте ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% в стоимостном выражении.

**Диаграмма 20. Доли брендов бытовых очистителей воздуха в объеме импорта в Россию в 2023 г., % от стоимостного объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Импорт сегмента очистителей воздуха**

Таблица 19. Объем импорта сегмента очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. по брендам, шт.

Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
BALLU					
FELLOWES					
INTECH					
MIDEA					

Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

REDMOND					
THERAPY AIR					
VITEK					
Прочие					
<b>Итого:</b>					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Таблица 20. Объем импорта сегмента очистителей воздуха в Россию в 2019 - 2023 гг. по брендам, тыс. \$.

Бренд	2019	2020	2021	2022	2023
BALLU					
FELLOWES					
INTECH					
MIDEA					
REDMOND					

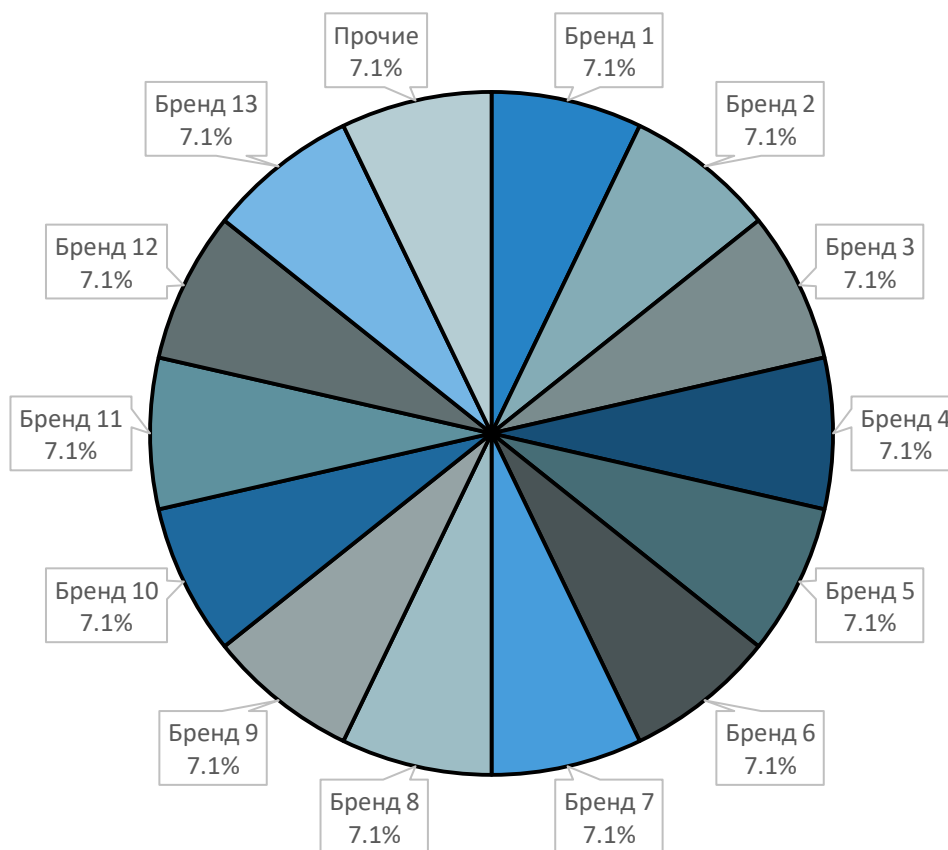
Анализ рынка бытовых очистителей воздуха (климатических комплексов) в России

THERAPY AIR					
VITEK					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта сегмента очистителей воздуха в натуральном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....% от натурального объема. На втором месте бренд ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% от натурального объема.

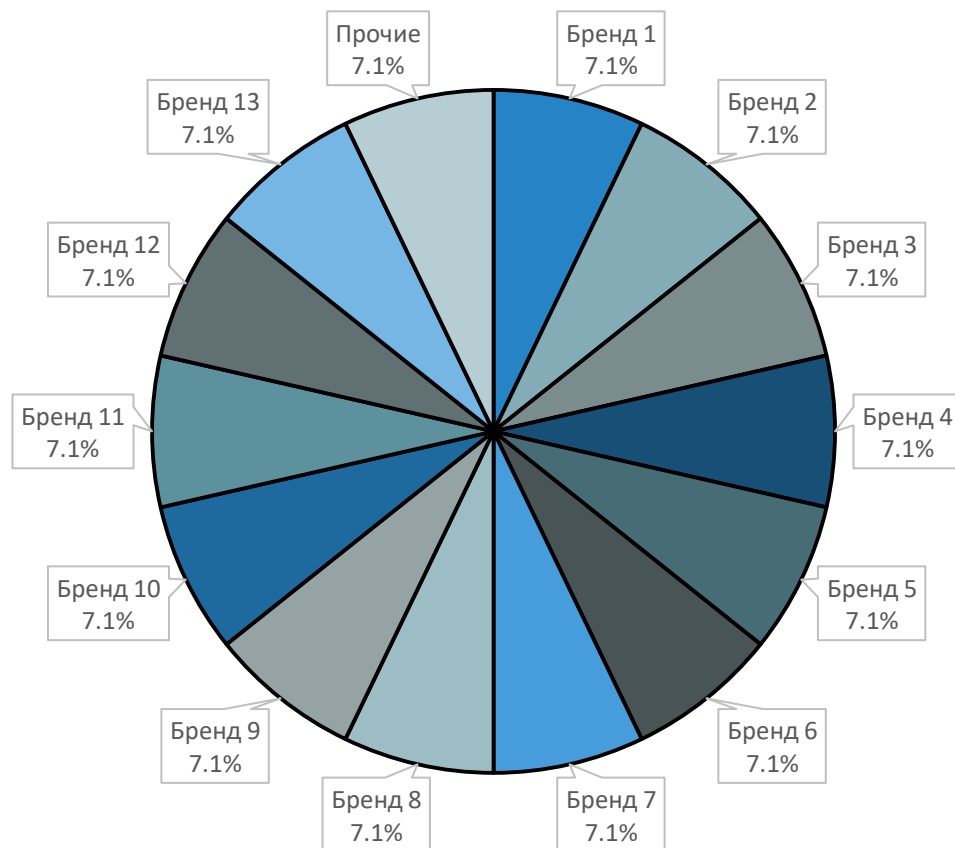
**Диаграмма 21. Доли брендов сегмента очистителей воздуха в объеме импорта в Россию в 2023 г., % от натурального объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта сегмента очистителей воздуха в стоимостном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....% от стоимостного объема. На втором месте ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% в стоимостном выражении.

**Диаграмма 22. Доли брендов сегмента очистителей воздуха в объеме импорта в Россию в 2023 г., % от стоимостного объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.



*Импорт сегмента очистителей-увлажнителей*

Таблица 21. Объем импорта сегмента очистителей-увлажнителей в Россию в 2019 - 2023 гг. по брендам, шт.

Бренд	2019	2020	2021	2023	2023
DEXP					
LG					
REDMOND					
VENTA					
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

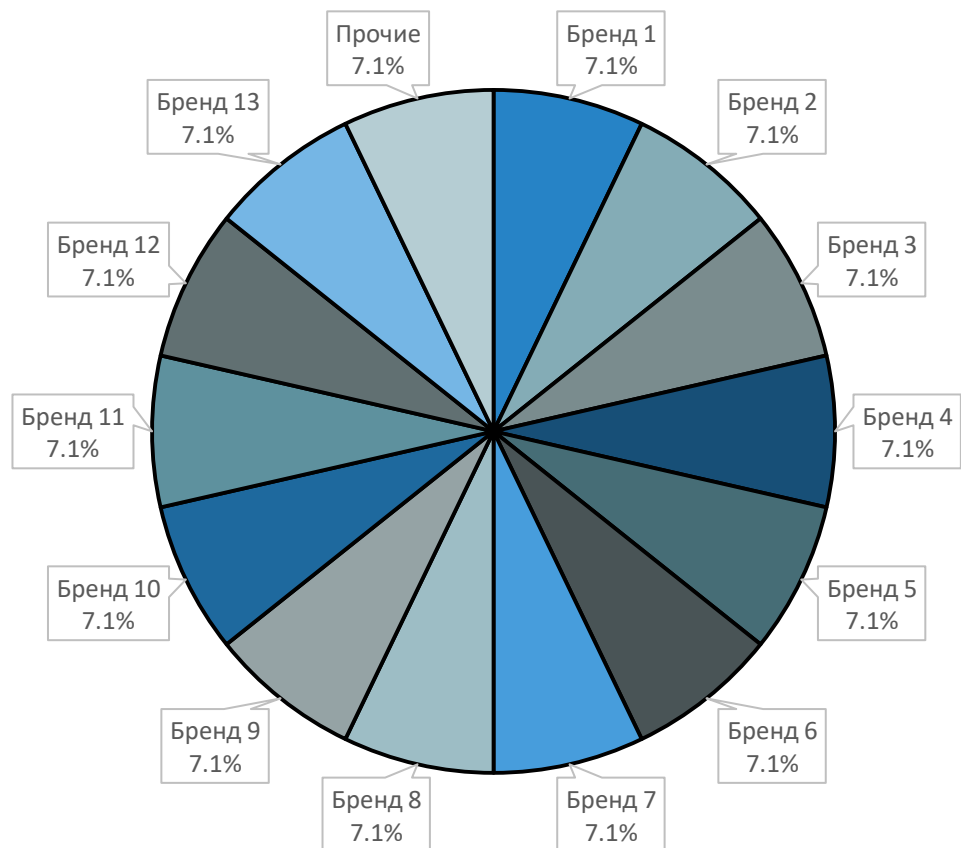
Таблица 22. Объем импорта сегмента очистителей-увлажнителей в Россию в 2019 - 2023 гг. по брендам, тыс. \$.

Бренд	2019	2020	2021	2023	2023
DEXP					
LG					
REDMOND					
VENTA					
Прочие					
<b>Итого:</b>					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта сегмента очистителей-увлажнителей в натуральном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....% от натурального объема. На втором месте бренд ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% от натурального объема.

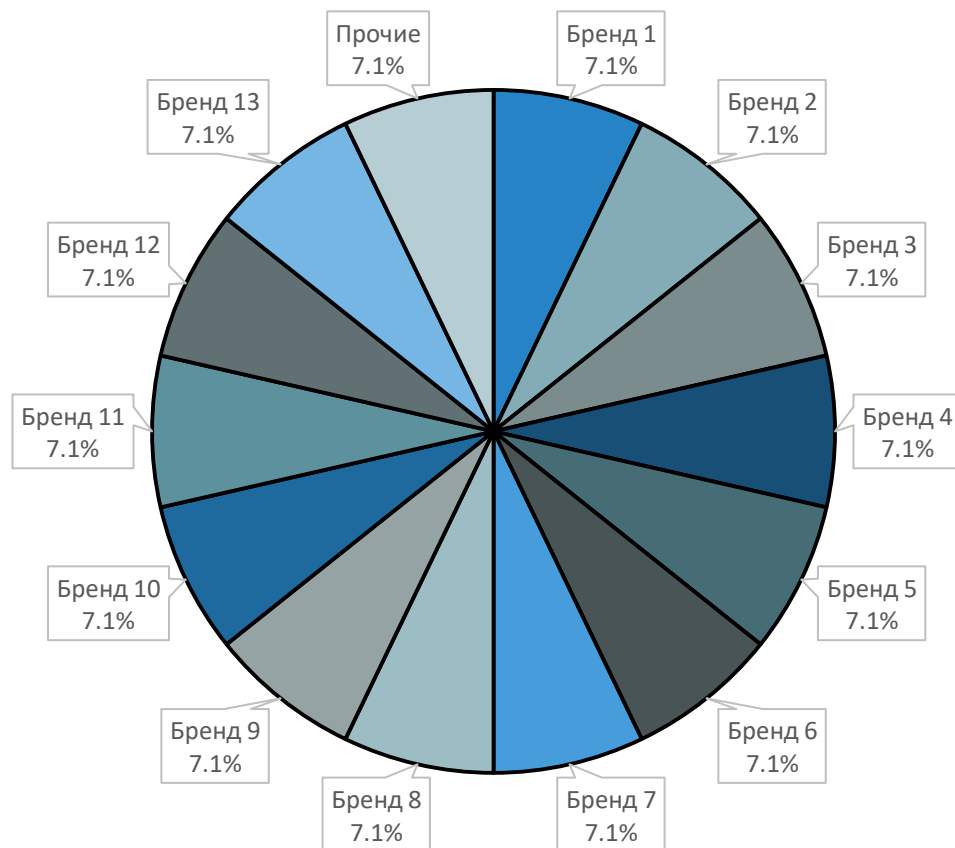
**Диаграмма 23. Доли брендов сегмента очистителей-увлажнителей в объеме импорта в Россию в 2023 г., % от натурального объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю импорта сегмента очистителей-увлажнителей в стоимостном выражении в 2023 г. занял бренд ..... Его доля составила .....% от стоимостного объема. На втором месте ..... с .....%. Также в тройку лидеров входит бренд ..... Доля этого производителя в 2023 г. составила .....% в стоимостном выражении.

**Диаграмма 24. Доли брендов сегмента очистителей-увлажнителей в объеме импорта в Россию в 2023 г., % от стоимостного объема.**



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

**Экспорт**

.....

***Экспорт по брендам***

.....

***Экспорт сегмента очистителей воздуха***

.....

***Экспорт сегмента очистителей-увлажнителей***

.....

## **Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка бытовых очистителей воздуха в России**

Рост распространенности заболеваний, передающихся воздушно-капельным путем, в сочетании с ростом уровня загрязнения в городских районах являются основными факторами роста рынка очистителей воздуха. Последние два года на рынке бытовых очистителей воздуха наблюдается отрицательная динамика. После резкого роста спроса на средства для очистки воздуха во время пандемии COVID-19, рынок вернулся к уровню, который был до пандемии.

.....

## Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность ключевых игроков рынка бытовых очистителей воздуха в России

### ООО «Эко Дом»

Представляет модельный ряд воздухоочистителей серии Супер-Плюс, популярных в России с 1993 года.

.....

Таблица 23. Финансовые показатели компании ООО «Эко Дом» в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Расходы по обычной деятельности			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налоги на прибыль (доходы)			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			

Источник: по данным ФСГС РФ

### ООО «Завод Аэролайф»

Завод «Аэролайф» — это производитель уникальных систем очистки .....

.....

Таблица 24. Финансовые показатели компании ООО «Завод Аэролайф» в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Себестоимость продаж			
Расходы по обычной деятельности (СМП)			
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Коммерческие расходы			
Управленческие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях			
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению (СМП)			
Проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налог на прибыль			
Налоги на прибыль (доходы) (СМП)			
в т.ч. текущий налог на прибыль			
отложенный налог на прибыль			
Прочее			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода			
Совокупный финансовый результат периода			
СПРАВОЧНО			

Источник: по данным ФСГС РФ

### ООО «ПМБП «Энергия»

Компания существует с мая 1993 года.

В настоящее время ПМБП «Энергия» производит современную климатическую технику для дома и промышленности, оказывает услуги полного цикла по контрактному производству комплектующих и готовых изделий для других производителей и компаний-



держателей торговых брендов. Отдельное направление деятельности предприятия — светодиодные светильники.

Торговые марки, принадлежащие предприятию: Энергия, Гиппократ, Fanline.

**Таблица 25. Финансовые показатели компании ООО «ПМБП «Энергия» в 2020-2022 гг., тыс. руб.**

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Расходы по обычной деятельности			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налоги на прибыль (доходы)			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			

Источник: по данным ФСГС РФ

### ООО «НМФ «Амбилайф»

Амбилайф - один из наиболее узнаваемых брендов на рынке техники по обеззараживанию и очистке воздуха в помещениях.

.....

**Таблица 26. Финансовые показатели компании ООО «НМФ «Амбилайф» в 2020-2022 гг., тыс. руб.**

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Расходы по обычной деятельности			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налоги на прибыль (доходы)			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			

Источник: по данным ФСГС РФ

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, 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](mailto:research@drgroup.ru)

[www.drgroup.ru](http://www.drgroup.ru)

### Схема проезда

