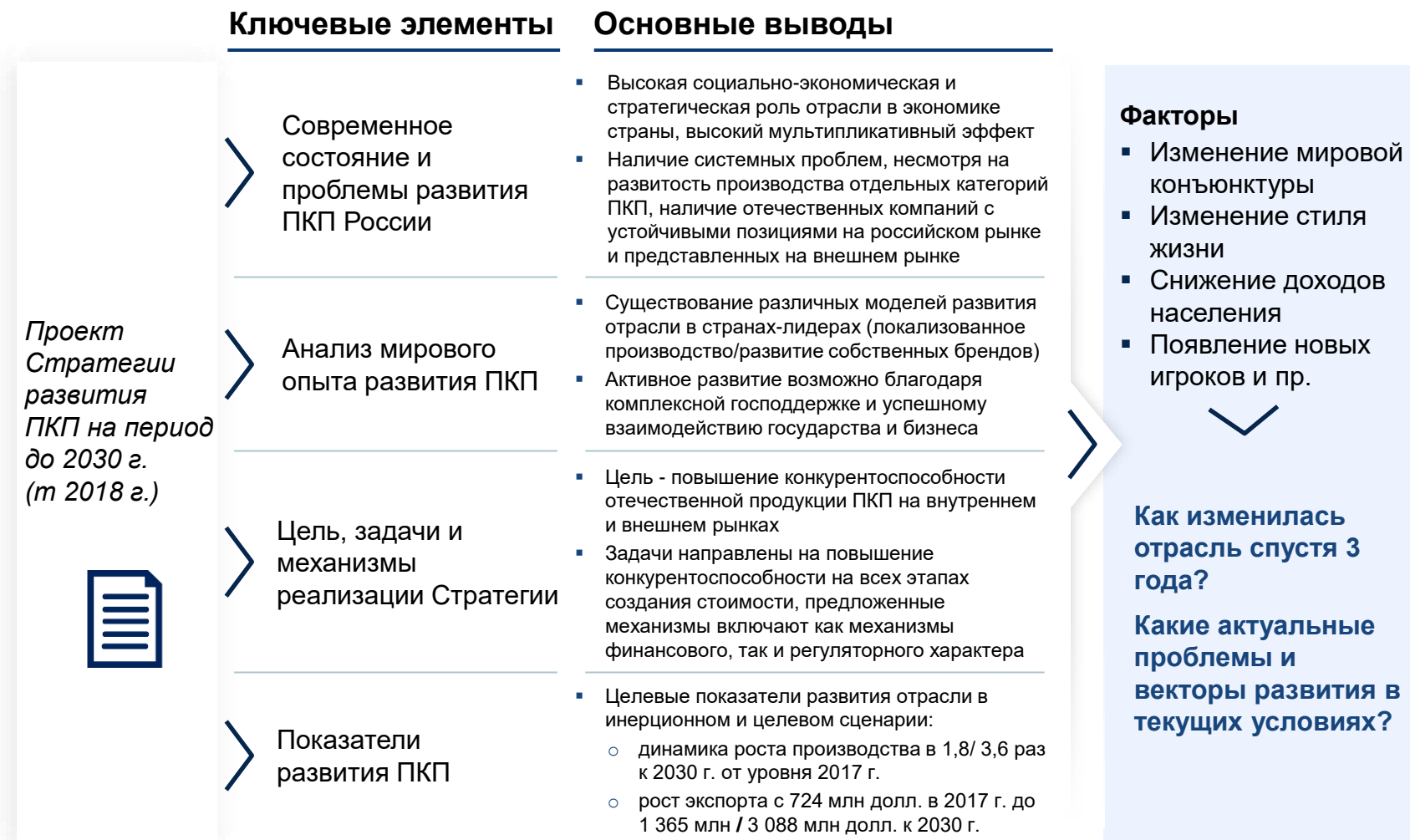


О КОНЦЕПЦИИ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, О ТЕКУЩЕМ СОСТОЯНИИ ОТРАСЛИ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМНЫХ ВОПРОСАХ

24.03.2021

Разработка Стратегии развития отрасли включает несколько последовательных этапов – от оценки состояния отрасли до определения целевых показателей развития

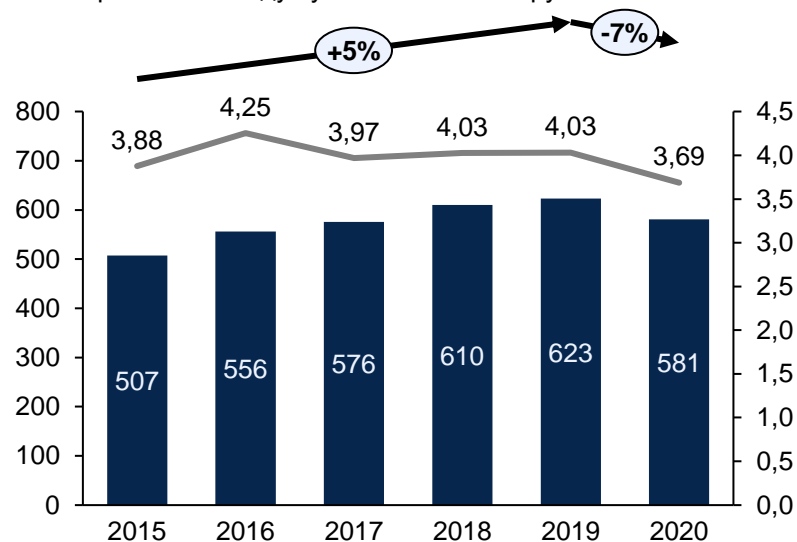


С 2015 г. российский рынок парфюмерии и косметики в среднем рос на 5% в год, достигнув к 2019 г. 623 млрд руб.

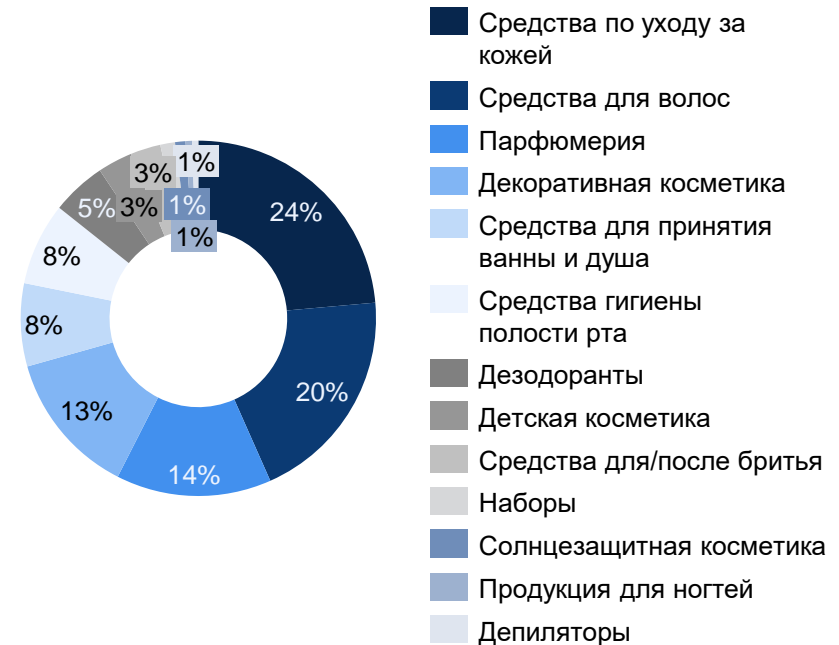
Динамика рынка косметики и парфюмерии России, 2015-2020 гг., млрд руб.

В текущих розничных ценах

— Потребление на душу населения тыс. руб./чел



Структура рынка косметики и парфюмерии России в 2020 г., %



- Российский рынок ПКП занимает около 3% в объеме мирового рынка и входит в ТОП 5 рынков Европы
- В структуре потребления преобладают средства по уходу за кожей, волосами и парфюмерия
- В 2020 году снижение объёма рынка обусловлено сокращением покупок косметики и парфюмерии в связи с мерами самоизоляции и обязательным ношением гигиенических масок. В большей степени пострадали сегменты парфюмерии, средств по уходу для мужчин и декоративная косметика

В отрасли около 450 компаний¹, в основном МСП, доля российских производителей на рынке составляет до 30%

Основные характеристики отрасли

≥ 450 предприятий, 97% - субъекты МСП
 ~ 67% выручки формируют крупные предприятия

Оценка по состоянию на 2017 г.

Российское производство (с отечественными брендами)



8-10%

< 20 %

Производство локализованных игроков



По сегментам доля российских игроков различается

Доля рос. производства	Продуктовые группы	Количество производителей
≥20%	Средства для принятия ванны и душа, в т.ч. твердое туалетное мыло	≥400
	Средства гигиены полости рта	10
5-20%	Средства для волос	≥400
	Средства по уходу за кожей	420
≤5%	Дезодоранты и антиперспиранты	≤ 10 ²
	Декоративная косметика	14
	Парфюмерия	<5 ³

- В российской отрасли представлены различные модели функционирования – производство под собственными брендами (российскими и локализованными игроками) и производство по контракту
- Российские производители выпускают все продуктовые категории низкого и среднего ценового уровня, для них характерен широкий ассортимент
- Позиции российской ПКП по продуктовым категориям различаются: наиболее развиты сегменты средств для ванн и душа, средств гигиены полости рта, средств для волос, средств по уходу за кожей

1. Компании, заявляющие себя российскими производителями, не все обладают производственными площадками

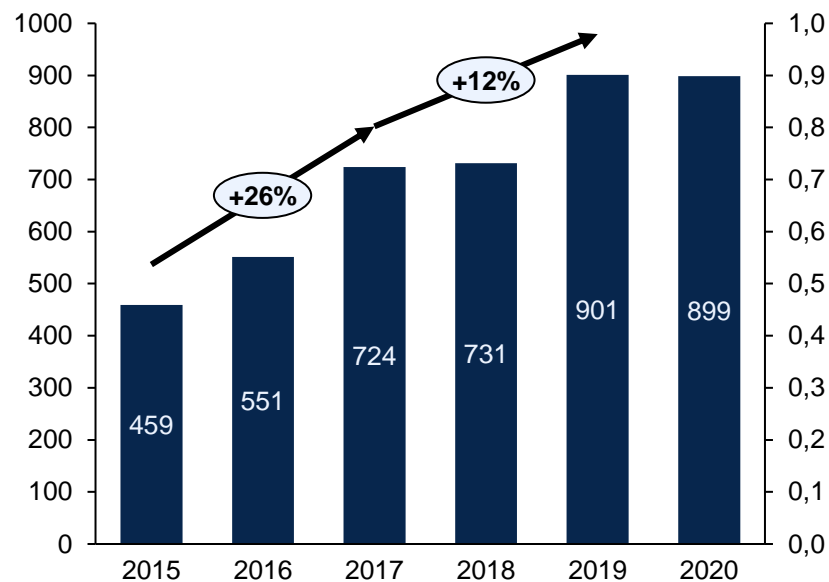
2. Для дезодорантов в виде спреев (в т.ч. в аэрозольной упаковке), занимающих более 50% рынка

3. Компании, имеющие собственные бренды, с учетом контрактных производителей - около 11

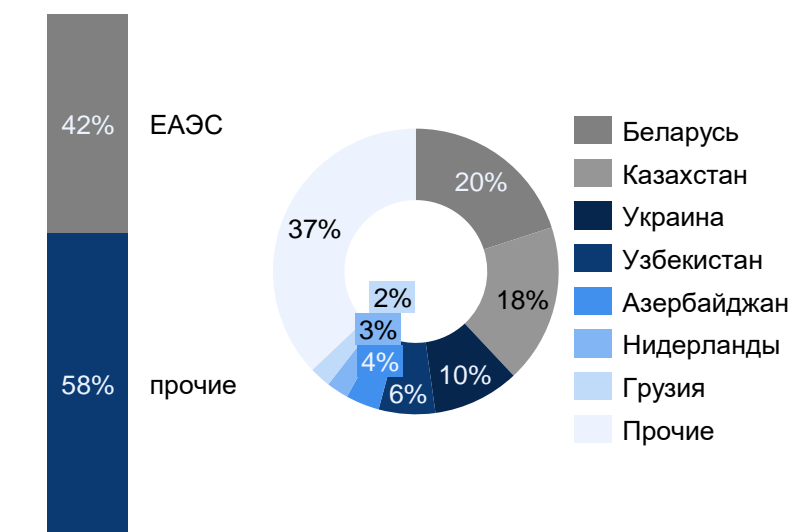
Источник: аналитика SBS Consulting

Рост экспорта российской косметики и парфюмерии в период после 2017 г. замедлился, 42% продукции экспортируется в страны ЕАЭС

Динамика экспорта косметики и парфюмерии, 2015-2020 гг., млн долл.



Основные направления экспортных поставок из России в 2020 г., %



- Доля экспорта из России составляет около 0,6% в мировом объеме экспортных поставок продукции ПКП
- 42% экспортных поставок из России приходится на страны ЕАЭС (20% - Беларусь, 18% - Казахстан), 58% - на прочие страны мира

В настоящее время несмотря на наличие высокого потенциала развития на внутреннем и внешнем рынках сохраняются ограничения развития отрасли ПКП

Оценка текущего состояния отрасли по этапам создания стоимости

Характеристики

- | | | | | |
|--|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Научные центры/ лаборатории крупных производственных предприятий | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Более 100 локальных производителей ▪ Высокий потенциал производства сырья растительного происхождения | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Несколько российских игроков ▪ Основной поставщик - республика Беларусь | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Широкий ассортимент ▪ Развитое контрактное производство ▪ Множество мелких производителей | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Разнообразие каналов сбыта продукции ▪ Представление российской продукции на рынках более чем 30 стран |
|--|--|--|---|---|

Разработка

Производство сырья

Производство тары

Производство конечной продукции

Сбыт и продвижение

Ограничения развития

- | | | | | |
|---|---|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Отсутствие достаточного количества научно-технологических кадров ▪ Научно-технологическое отставание и низкая коммерциализация разработок ПКП* | <p>Низкая обеспеченность отрасли косметическими ингредиентами российского производства</p> | <p>Низкая обеспеченность отрасли упаковкой российского производства</p> | <p>Недостаточное обеспечение современным российским оборудованием и производственными технологиями</p> | <p>Невысокая узнаваемость российской парфюмерно-косметической продукции, в том числе российских брендов, и слабое позиционирование</p> |
|---|---|--|---|---|

Несовершенство законодательного регулирования (в части спиртосодержащей продукции, маркировки и пр.)

Возможности/ векторы развития отрасли?



Экспортно-ориентированное развитие?



Развитие на внутреннем рынке?

* По состоянию на период разработки проекта Стратегии в 2018 г.

Источник: аналитика SBS Consulting