

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

Тематика: **Консалтинг и B2B-услуги**
Статьи и исследования

Дата публикации: 17.06.2022

г. Москва

Дата мероприятия /
события: 17.06.2022

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 в России в 2021 г. составил 712,9 млрд рублей.

Существенную долю в структуре объема рынка косметических средств и товаров для ухода за собой занимают сегменты: средства по уходу за кожей (20,8%), средства для ухода за волосами, средства по уходу за собой для мужчин и парфюмерия.

На рынке косметических средств, парфюмерии и товаров для ухода за собой рассмотрены данные по сегментам:

Средства для ванны и душа

Декоративная косметика

Дезодоранты

Средств для депиляции

Парфюмерия

Уход за волосами

Средства по уходу за собой для мужчин

Уход за полостью рта

Солнцезащитные средства

Средства по уходу за кожей

В 2021 г. объем российского рынка средств для ванны и душа составил 54 369 млн руб. Рынок средств для ванны и душа состоит из шести сегментов: кусковое мыло, добавки для ванны, гели для душа, интимная гигиена, жидкое мыло и пудра-тальк. К наиболее крупным сегментам рынка относятся «кусковое мыло» и «гели для душа».

В 2021 году в сфере красоты и личной гигиены в России по-прежнему доминировали многонациональные компании, возглавляемые L'Oréal Russia. Обладая широким ассортиментом продукции во всех ценовых сегментах и каналах, компания получает выгоду от известных брендов. В марте 2022 года L'Oréal заявили, что закрывают магазины в России. Производитель косметики закрыл свои собственные магазины, а также приостановил инвестиции в производство и рекламу. Также производитель перестал продавать свою продукцию в стране через собственные интернет-магазины.

В последние годы массовый сегмент рынка косметических средств и товаров для ухода за собой демонстрировал более высокий уровень продаж, чем премиальный сегмент. В массовом сегменте продукты рассматриваются как ежедневные предметы первой необходимости, такие как средства для ванной и душа, средства для ухода за волосами и ухода за полостью рта. Большинство потребителей демонстрировали низкую покупательскую способность и хотели сэкономить.

В исследовании рассмотрено влияние политической ситуации в России на рынок косметических средств и товаров для ухода за собой в 1 квартале 2022 г., а также дан прогноз развития рынка в ближайшие годы.

Ожидается, что в 2022 г. рынок косметических средств и товаров для ухода за собой в России будет иметь отрицательную динамику темпов прироста в стоимостном выражении. Связано это с уходом с российского рынка зарубежных компаний. Вероятно, что больше всего такая тенденция коснется сегмента декоративной косметики и парфюмерии. Также в 2022 г. ожидается снижение продаж как в стоимостном, так и в натуральном выражении в сегменте солнцезащитных средств.

Подробные данные смотрите в отчёте:

<https://drgroup.ru/2123-analiz-rynka-kosmeticheskikh-sredstv-parfjumerii-i-tovarov-dlja-uhoda-za-soboj-v-rossii.html>

Постоянная ссылка на материал: <http://smi2go.ru/publications/144611/>