

Анализ рынка средств женской личной гигиены в России

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

Дата публикации: 1.11.2022

г. Москва

Дата мероприятия / события: 1.11.2022

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка средств женской личной гигиены.

Рынок средств женской личной гигиены включает в себя различные сегменты. В рамках данного отчета рассматриваются сегменты: прокладки и тампоны. Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка средств женской личной гигиены в России в 2021 г. составил в натуральном выражении 55 837,6 тонн.

Российский рынок средств женской гигиены начал развиваться достаточно давно, но локализация заводов мировых гигантов дала мощный толчок производству внутри страны в 2010-х гг., когда объемы производства начали превалировать над объемами импорта.

В 2021 г. в структуре сегмента прокладок в России в натуральном выражении лидирует торговая марка BELLA.

Национальное производство средств женской личной гигиены в России развито относительно слабо - на рынке доминируют международные корпорации, которые локализовали часть своего производства на российской территории. В числе важнейших предприятий отрасли можно выделить: российских представителей мировых концернов – TZMO (бренд Bella), Essity (бренд Libresse), Kimberly-Clark (бренд Kotex), Procter & Gamble (бренд Discreet).

В отчете представлены данные по брендам: ALLWELL, ALWAYS, BELLA, CAREFREE, DAY SPA, DISCREET, GREEN DAY, HELEN HARPER, KOTEX, LA FRESH, LIBERTE, LIBRESSE, NATURELLA, O.B., OLA, SECRET DAY, VIVI, АНГЕЛИНА-НЕВИС, КАЖДЫЙ ДЕНЬ, МИЛАНА, РУСАЛОЧКА, Я САМАЯ и другие.

Экспорт средств женской личной гигиены в 2021 г. составил \$63 982,3 тыс.

Прокладки делятся на гигиенические и ежедневные. В импорте 2021 г. в натуральном выражении наибольший объем заняли гигиенические прокладки. Доля категории составила 88,2% в натуральном выражении.

Если рассматривать импорт по брендам, то за 2021 г. наибольший объем импорта прокладок в Россию пришелся на NATURELLA. В 2021 г. наибольший объем импорта прокладок в Россию (без учета поставок стран ЕАЭС) был поставлен из Венгрии.

Об уходе из России заявили несколько крупных международных компаний, среди них Procter & Gamble. Производитель продолжит вести бизнес в стране, но прекратит капитальные инвестиции и приостановит рекламную активность. Помимо полной остановки рекламы и маркетинга в России, компания также сократит ассортимент продаваемой продукции.

В Минпромторге заявили, что дефицита женских гигиенических прокладок и детских подгузников в России не будет. В ведомстве добавили, что российские производители обладают достаточным запасом товаров и сырья для выпуска продукции.

Подобные данные смотрите в отчёте:

<https://drgroup.ru/548-analiz-rynka-sredstv-lichnoj-gigieny-dlja-zhenshhin-v-rossii.html>

Постоянная ссылка на материал: <http://smi2go.ru/publications/147678/>