****

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ**

**Исследование российского рынка средств по уходу за волосами**

Этот отчет был подготовлен DISCOVERY Research Group исключительно в целях информации. Содержащиеся в настоящем отчете информация была получена из открытых источников, которые, по мнению, DISCOVERY Research Group, являются надежными. Однако DISCOVERY Research Group не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. 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.

Copyright © 2012 Discovery Research Group.

**Апрель 2012 г.**

**Москва**

**Агентство DISCOVERY Research Group**

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.

С середины 2006 г. развивается новое направление «бизнес-тренинги и краткосрочное бизнес образование».

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**Baw Motor Corporation Bmw Hino Hyundai Isuzu Iveco John Deere Man Mercedes Benz Porsche Scania Setra Toyota Volkswagen Автомобили и Моторы Урала Автоцентр Пулково Белрусавто Верра-Моторс Пермь Веха ГАЗКамазПятое Колесо Менеджмент Русские Машины Северсталь-Авто Сим-Авто-Плутон Торговый Дом УралавтоУАЗ **Автомобильные Диски**Автэра**Автомобильные масла**ShellРоснефть**Грузоперевозки / Логистика**Евротранс Почтовая Экспедиционная Компания Трейд Лоджистик Компани Фм Ложистик Восток | **Автомобильные шины**Bridgestone Continental Goodyear Hankook Pirelli Sumitomo Yokohama Алтайский Шинный Комбинат Белшина Востокшинторг Днепрошина Мво-Столица Московский Шинный Завод Нижнекамскшина Сибур Русские Шины**Недвижимость**RDI Group АК Барс Девелопмент ГлавстройКонти и К Ренова-Стройгруп Русская Инвестиционная Группа Строительная Компания «Люксора»**Гостиничный бизнес**Гостиница Москва Интурист Отель Групп Русские ОтелиHoliday Inn |
| **Промышленные рынки**ABB Alcoa Basf Dupon Mitsui Schneider Electric Siemens Sojitz Corporation Xerox АгромашхолдингАльта Виста Байкальская Лесная Компания Батис Богдановичское Огнеупоры Быт-Сервис-Регион Волгоградский Завод Железобетонных Изделий №1 Волжский Оргсинтез Воткинский Завод Газпром Газпром НефтьЕвроцемент Завод Бытовой Химии Завод Сварочного Оборудования Искра Илим Палп Энтерпрайз Интерстекло Керамир Кубаньгрузсервис Макслевел Межрегиональная Трубная Компания Моспромстрой Раменская Мебельная Компания Лебедянский Гок Раменский Гок Рао Еэс России Роснефть Русал Русский Пластик Салаватстекло Северсталь-Групп Сибирский Цемент Содовая Компания Сургутнефтегаз ТатлесстройТрансстройТопкинский цемент Тюменская Нефтяная Компания Уралавтостекло Уралхим, Уралхимпласт, Элопак | **Строительные и отделочные материалы**CaparolCersanitHenkel (брэнды Makroflex, Makrosil, Makrofix)Ideal Standard-Vidima Isover KleoLasselsberger Rockwool Saint Gobain Swisscolor Tarkett TerraccoTikkurila Trale Ursa Евразия Wienrberger Ангарский Керамический Завод Армавирский Керамический Завод Бентонит Бийский Завод Стеклопластиков Билд Фаст Текнолоджи Гранит Кузнечное Евротизол Керама Центр Кератон Лср Минвата ОптимистПромстройматериалы Ратм Цемент Холдинг Русплит Самарский Стройфарфор Санитек Сибирь-Цемент-Сервис СтарателиТексТопкинский Цемент Торговый Дом Лакокраска Уфимский Фанерно-Плитный Комбинат ЭмпилсЭстима Керамика (Estima)ЮнисЯрославские краски |
| **Киноиндустрия**Гемини Энтертейнмент Инвесткинопроект Каро Фильм**Бытовая техника**Borsch Electrolux Whirlpool Атлант**Ресторанный бизнес** Картофельный Папа Ресторатор Росинтер Ресторантс Солнце Мехико**Розничная торговля**Domo Ашан М Видео Мир ЕвросетьПерекресток Эльдорадо**Образование**Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со Ран ГУ Высшая Школа Экономики Новосибирский Государственный Университет | **Одежда и Обувь** EccoSavageБелвест Вестфалика Глория Джинс Диском Обувь России Три Толстяка**Парфюмерия и косметика**Beiersdorf Ag Procter&Gamble Yves Rocher Арбат Престиж Л' Этуаль Невская Косметика**Мебель**ФеликсМебельная Компания Ромул СолоФабрика «8 марта» **Продукты питания**MarsPepsi-ColaTchiboTinkoff Айс-Фили Волгоградские Водки ВТО Эрконпродукт ЛебедянскийМинводыпищепродукт Минеральные Воды Кавказа Нижегородский Масло-Жировой Комбинат Русский Винный Трест Русский Продукт Фабрика Мороженого Престиж Фабрика Мороженое Инмарко |
| **Аудит и консалтинг** Bain&Company Boston Consulting Group Deloitte&Touche Ernst&Young Kpmg Marshall Capital Partners Pricewaterhousecoopers Roland Berger Strategy Consultants Wolk&Partner Аудиторская Компания Развитие И Осторожность Бдо Юникон Интербрэнд 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 Сибирьтелеком Спутниковое Мультимедийное Вещание Стрим-ТВ Центральный Телеграф | **Банки и финансовые компании**Deutsche Bank Raiffeisen Raiffeisen-Лизинг Абсолютбанк АК-Барс Банк Альфа Цемент Банк Москвы Банк Тураналем ВТБ Газпромбанк Дельтакредит Еврофинанс Моснарбанк Запсибкомбанк Инвестиционная Компания Тройка ДиалогИФД КапиталЪ ИФК Алемар Камчатпрофитбанк КМБ-Банк Левобережный Металлинвестбанк Москоммерцбанк Пробизнесбанк Промсвязьбанк Russia Partners Management LLC. Ренессанс Капитал Ренова-Финанс Российский Банк Развития Русский Стандарт Русфинанс Банк Сбербанк Славпромбанк Солид Инвест Финансбанк Центральный Банк Российской Федерации (Банк России)**Реклама**News Outdoor Video International Агентство Массовых Коммуникаций АК.М Арс Комьюникейшнс Северная Медиа Группа |

Оглавление

[Список диаграмм и таблиц 9](#_Toc322642094)

[ГЛАВА 1. Технологические характеристики исследования 12](#_Toc322642095)

[Цель исследования 12](#_Toc322642096)

[Задачи исследования 12](#_Toc322642097)

[Объект исследования 13](#_Toc322642098)

[Метод сбора данных 13](#_Toc322642099)

[Метод анализа данных 13](#_Toc322642100)

[Информационная база исследования 13](#_Toc322642101)

[Глава 2. Состояние европейского рынка средств по уходу за волосами 14](#_Toc322642102)

[§1. Объём рынка средств по уходу за волосами в Европе 14](#_Toc322642103)

[§2. Сегментирование рынка средств по уходу за волосами в Европе 15](#_Toc322642104)

[§3. Доли основных компаний на рынке средств по уходу за волосами в Европе 15](#_Toc322642105)

[§4. Дистрибьюция средств по уходу за волосами в Европе 16](#_Toc322642106)

[Глава 3. Характеристика российского рынка средств по уходу за волосами 17](#_Toc322642107)

[§1. Объём и темпы роста рынка средств по уходу за волосами в России 17](#_Toc322642108)

[§2. Тенденции и перспективы развития рынка средств по уходу за волосами 18](#_Toc322642109)

[§3. Бренды на российском рынке средств по уходу за волосами 20](#_Toc322642110)

[§4. Узнаваемость марок средств по уходу за волосами 22](#_Toc322642111)

[Глава 4. Сегменты рынка средств по уходу за волосами 23](#_Toc322642112)

[§1. Продукты 2-в-1 23](#_Toc322642113)

[§2. Бальзам для волос 23](#_Toc322642114)

[§3. Кондиционер для волос 24](#_Toc322642115)

[§4. Лечебные и стандартные шампуни 24](#_Toc322642116)

[§5. Краски для волос 24](#_Toc322642117)

[§6. Доли сегментов на рынке средств для ухода за волосами 25](#_Toc322642118)

[Глава 5. Цены на шампунь и услуги парикмахера в России 26](#_Toc322642119)

[§1. Средние потребительские цены на шампунь в России 26](#_Toc322642120)

[§2. Средние потребительские цены на мужскую стрижку в России 28](#_Toc322642121)

[§3. Средние потребительские цены на женскую стрижку в России 30](#_Toc322642122)

[Глава 6. Маркетинговые стратегии производителей средств по уходу за волосами в России 32](#_Toc322642123)

[§1. Маркетинговые способы привлечения покупателей 32](#_Toc322642124)

[§2. Рекламная активность 32](#_Toc322642125)

[§3. Дистрибьюция средств по уходу за волосами 34](#_Toc322642126)

[Глава 7. производство средств по уходу за волосами в россии 36](#_Toc322642127)

[§1. Шампуни 36](#_Toc322642128)

[§2. Краски для волос 37](#_Toc322642129)

[§3. Средства для завивки и распрямления волос 38](#_Toc322642130)

[§4. Лаки для волос 38](#_Toc322642131)

[§5. Лосьоны и средства пенообразующие для укладки волос 39](#_Toc322642132)

[§6. Кремы для волос, бриллиантины 39](#_Toc322642133)

[§7. Географическая структура производства 40](#_Toc322642134)

[Глава 8. импорт и экспорт средств по уходу за волосами 41](#_Toc322642135)

[§1. Импорт 41](#_Toc322642136)

[По товарным группам 41](#_Toc322642137)

[По странам происхождения 44](#_Toc322642138)

[По торговым маркам для каждой товарной группы 46](#_Toc322642139)

[§2. Экспорт 57](#_Toc322642140)

[По товарным группам 57](#_Toc322642141)

[По странам назначения 60](#_Toc322642142)

[По торговым маркам для каждой товарной группы 62](#_Toc322642143)

[Глава 9. Новости на рынке средств по уходу за волосами 72](#_Toc322642144)

[Глава 10. основные производители средств по уходу за волосами 75](#_Toc322642145)

[§1. Procter & Gamble 75](#_Toc322642146)

[Общие сведения о компании в России 75](#_Toc322642147)

[ООО «Капелла» 75](#_Toc322642148)

[Показатели компании 76](#_Toc322642149)

[§2. L'ORÉAL 77](#_Toc322642150)

[Общие сведения о компании в России 77](#_Toc322642151)

[Показатели компании 78](#_Toc322642152)

[§3. Unilever 78](#_Toc322642153)

[Общие сведения о компании в России 78](#_Toc322642154)

[Показатели компании 79](#_Toc322642155)

[§4. Калина 80](#_Toc322642156)

[Общие сведения о компании 80](#_Toc322642157)

[§5. Schwarzkopf&Henkel 82](#_Toc322642158)

[Общие сведения о компании в России 82](#_Toc322642159)

[§6. Первое решение 83](#_Toc322642160)

[Общие сведения о компании 83](#_Toc322642161)

[§7. Компания Клевер 84](#_Toc322642162)

[Общие сведения о компании 84](#_Toc322642163)

[§8. Упаковка для средств по уходу за волосами 85](#_Toc322642164)

## Список диаграмм и таблиц

В отчёте содержатся 31 диаграмму и 40 таблиц

**Диаграммы**

[Диаграмма 1. Объём и темп прироста рынка средств по уходу за волосами в Европе в 2006-2010 гг., млн. $ и %. 14](#_Toc322642346)

[Диаграмма 2. Доли сегментов рынка средств по уходу за волосами в Европе в общем объёме рынка в 2010 г., %. 15](#_Toc322642347)

[Диаграмма 3. Доли лидирующих компаний на рынке средств по уходу за волосами в Европе в 2010 г., %. 16](#_Toc322642348)

[Диаграмма 4. Доли различных мест основного сбыта средств по уходу за волосами в Европе в 2010 г., %. 16](#_Toc322642349)

[Диаграмма 5. Доли сегментов рынка средств по уходу за волосами в России в общем объёме рынка в 2009 г., %. 25](#_Toc322642350)

[Диаграмма 6. Доли различных мест основного сбыта средств по уходу за волосами в России в 2009 г., %. 35](#_Toc322642351)

[Диаграмма 7. Доли субъектов РФ в общем объёме производства шампуней в России в 2010 г., %. 37](#_Toc322642352)

[Диаграмма 8. Объём производства лаков для волос в субъекта РФ в 2010 г., тыс. шт. 39](#_Toc322642353)

[Диаграмма 9. Доли товарных групп в общем объёме импорта средств по уходу за волосами в стоимостном выражении в Россию 2011 г., %. 42](#_Toc322642354)

[Диаграмма 10. Доли товарных групп в общем объёме импорта средств по уходу за волосами в натуральном выражении в Россию 2011 г., %. 42](#_Toc322642355)

[Диаграмма 11. Доли стран-производителей средств по уходу за волосами в общем объёме импорта в Россию в 2011 г., %. 45](#_Toc322642356)

[Диаграмма 12. Доли марок шампуней в общем объёме импорта шампуней в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 47](#_Toc322642357)

[Диаграмма 13. Доли марок средств для перманентной завивки или распрямления волос в общем объёме импорта средств для перманентной завивки или распрямления волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 48](#_Toc322642358)

[Диаграмма 14. Доли марок муссов и гелей для укладки волос в общем объёме импорта муссов и гелей для укладки волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 49](#_Toc322642359)

[Диаграмма 15. Доли марок лосьонов для волос в общем объёме импорта лосьонов для волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 51](#_Toc322642360)

[Диаграмма 16. Доли марок лаков для волос в общем объёме импорта лаков для волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 52](#_Toc322642361)

[Диаграмма 17. Доли марок красок для волос в общем объёме импорта красок для волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 54](#_Toc322642362)

[Диаграмма 18. Доли марок бальзам-ополаскивателей и масок для лёгкого расчесывания и блеска волос в общем объёме импорта бальзам-ополаскивателей и масок для лёгкого расчесывания и блеска волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., % 56](#_Toc322642363)

[Диаграмма 19. Доли товарных групп в общем объёме экспорта средств по уходу за волосами в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 58](#_Toc322642364)

[Диаграмма 20. Доли товарных групп в общем объёме экспорта средств по уходу за волосами в натуральном выражении из России в 2011 г., %. 58](#_Toc322642365)

[Диаграмма 21. Доли стран, в которые экспортируются средства по уходу за волосами из России в общем объёме экспорта средств по уходу за волосами в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 61](#_Toc322642366)

[Диаграмма 22. Доли марок шампуней в общем объёме экспорта шампуней в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 63](#_Toc322642367)

[Диаграмма 23. Доли марок средств для перманентной завивки в общем объёме экспорта средств для перманентной завивки в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 64](#_Toc322642368)

[Диаграмма 24. Доли марок муссов и гелей для укладки волос в общем объёме экспорта муссов и гелей для укладки волос в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 65](#_Toc322642369)

[Диаграмма 25. Доли марок лосьонов для волос в общем объёме экспорта лосьонов для волос в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 66](#_Toc322642370)

[Диаграмма 26. Доли марок лаков для волос в общем объёме экспорта лаков для волос в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 67](#_Toc322642371)

[Диаграмма 27. Доли марок красок для волос в общем объёме экспорта красок для волос в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 69](#_Toc322642372)

[Диаграмма 28. Доли марок бальзам-ополаскивателей и масок для лёгкого расчёсывания волос и блеска в общем объёме экспорта бальзам-ополаскивателей и масок для лёгкого расчёсывания волос и блеска в стоимостном выражении из России в 2011 г., %. 71](#_Toc322642373)

[Диаграмма 29. Чистый объём продаж Procter&Gamble по видам деятельности в 2011 г.., %. 76](#_Toc322642374)

[Диаграмма 30. Доли сегментов L’oreal в общем объёме производства средств по уход за волосами в 2011 г., %. 78](#_Toc322642375)

[Диаграмма 31. Доли лидирующих компаний на рынке средств по уходу за волосами в России в 2009 г., %. 86](#_Toc322642376)

**Таблицы**

[Таблица 1. Объём и темп прироста рынка средств по уходу за волосами в Европе в 2006-2010 гг., млн. $ и %. 14](#_Toc322643177)

[Таблица 2.Объём рынка средств по уходу за волосами в стоимостном выражении в России в 2010-2011 гг., млрд. $. 17](#_Toc322643178)

[Таблица 3. Крупнейшие компании на российском рынке средств по уходу за волосами и их торговые марки. 20](#_Toc322643179)

[Таблица 4. Лучшие средста по уходу за волосами в сегментах «стайлинг» и «шампуни и кондиционеры» по мнению InStyle в 2011 г. 21](#_Toc322643180)

[Таблица 5. Топ 10 наиболее известных брендов категории «шампуни, кондиционеры и бальзамы для волос» в сознании потребителей в 2009-2011 гг. 22](#_Toc322643181)

[Таблица 6. Средние потребительские цены на шампунь 250 мл. в РФ в 2010-февр.2012 гг., руб. 26](#_Toc322643182)

[Таблица 7. Средние потребительские цены на шампунь в федеральных округах РФ в 2010-2011 гг., руб. 27](#_Toc322643183)

[Таблица 8. Средние потребительские цены на мужскую стрижку в РФ в 2010-март 2012 гг., руб. 28](#_Toc322643184)

[Таблица 9. Средние потребительские цены на мужскую стрижку в федеральных округах РФ в 2010-2011 гг., руб. 29](#_Toc322643185)

[Таблица 10. Средние потребительские цены на женскую стрижку в РФ в 2010-март 2012 гг., руб. 30](#_Toc322643186)

[Таблица 11. Средние потребительские цены на женскую стрижку в федеральных округах РФ в 2010-2011 гг., руб. 31](#_Toc322643187)

[Таблица 12. Топ-20 рекламодателей по объему рекламы на Телевидении в 2010 и 2011 г. (регион – Россия, аудитория 4+, GRP 30" сек.). 33](#_Toc322643188)

[Таблица 13. Топ-20 рекламодателей в Прессе\* (регион Москва, Санкт-Петербург, доля бюджета на рекламу от общего объема рекламного рынка в рублях, gross оценка без учета скидок и налогов, но с учетом надбавок за позиционирование и цветность) 34](#_Toc322643189)

[Таблица 14. Объём производства шампуней в субъектах РФ в 2010 г., тыс. шт. 36](#_Toc322643190)

[Таблица 15. Объём производства краски для волос в субъектах РФ в 2010 г., тыс. шт. 37](#_Toc322643191)

[Таблица 16. Объём производства средств для завивки или распрямления волос в субъектах РФ в 2010 г., тыс. шт. 38](#_Toc322643192)

[Таблица 17. Объём производства лаков для волос в субъекта РФ в 2010 г., тыс. шт. 38](#_Toc322643193)

[Таблица 18. Объём производства лосьонов и средств пенообразующих для укладки волос в 2010 г., тыс. шт. 39](#_Toc322643194)

[Таблица 19. Лидирующие регионы по объёмам производства средств по уход за волосами в России в 2010 г. 40](#_Toc322643195)

[Таблица 20. Объём импорта средств по уходу за волосами в Россию по товарным группам в 2010-2011 гг., млн. $ и тонн. 41](#_Toc322643196)

[Таблица 21. Объём импорта средств по уходу за волосами в Россию по товарным группам в 2010-2011 гг., по скорректированным ценам, млрд. $. 43](#_Toc322643197)

[Таблица 22. Объём импорта по странам происхождения средств по уходу за волосами в натуральном и стоимостном выражении в 2010-2011 гг., млн. $ и тонн. 44](#_Toc322643198)

[Таблица 23. Объём импорта шампуней разных товарных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 46](#_Toc322643199)

[Таблица 24. Объём импорта средств для перманентной завивки или распрямления волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 48](#_Toc322643200)

[Таблица 25. Объём импорта муссов и гелей для укладки волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 49](#_Toc322643201)

[Таблица 26. Объём импорта лосьонов волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 50](#_Toc322643202)

[Таблица 27. Объём импорта лаков для волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 52](#_Toc322643203)

[Таблица 28. Объём импорта красок для волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 53](#_Toc322643204)

[Таблица 29. Объём импорта бальзам-ополаскивателей и масок для лёгкого расчёсывания и блеска волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $. 55](#_Toc322643205)

[Таблица 30. Объём экспорта средств по уходу за волосами из России по товарным группам в 2010-2011 гг., млн. $ и тонн. 57](#_Toc322643206)

[Таблица 31. Объём экспорта средств по уходу за волосами из России по товарным группам в 2010-2011 гг., по скорректированным ценам, млрд. $. 59](#_Toc322643207)

[Таблица 32. Объём экспорта средств по уходу за волосами по странам назначения в стоимостном и натуральном выражении в 2010-2011 гг., млн. $ и тонн. 60](#_Toc322643208)

[Таблица 33. Объём экспорта шампуней для волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 62](#_Toc322643209)

[Таблица 34. Объём экспорта средств для перманентной завивки или распрямления волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 63](#_Toc322643210)

[Таблица 35. Объём экспорта муссов и гелей для укладки волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 64](#_Toc322643211)

[Таблица 36. Объём экспорта лосьонов для волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 65](#_Toc322643212)

[Таблица 37. Объём экспорта лаков для волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 66](#_Toc322643213)

[Таблица 38. Объём экспорта красок для волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 68](#_Toc322643214)

[Таблица 39. Объём экспорта бальзам-ополаскивателей и масок для лёгкого расчёсывания и блеска волос различных марок из России в 2010-2011 гг., тыс. $. 70](#_Toc322643215)

[Таблица 40. Чистый объём продаж и чистая прибыль для категории «beauty» компании Procter&Gamble в 2011 финансовом году, %. 77](#_Toc322643216)

# ГЛАВА 1. Технологические характеристики исследования

##

## Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития российского рынка средств по уходу за волосами.

##

## Задачи исследования

1. Определить объём рынка свежесрезанных цветов в России;
2. Описать европейский рынок средств по уходу за волосами;
3. Описать российский рынок средств по уходу за волосами;
4. Описать тенденции на рынке;
5. Описать весь спектр брендов лидирующих компаний и выявить среди них наиболее узнаваемые;
6. Описать сегменты рынка средств по уходу за волосами в России;
7. Выявить и охарактеризовать маркетинговые стратегии производителей средств по уходу за волосами;
8. Проанализировать рекламную активность крупнейших компаний на рынке средств по уходу за волосами;
9. Выявить и описать основные маркетинговые стратегии привлечения покупателей к средствам по уходу за волосами в России;
10. Описать средние потребительские цены на шампуни и услуги парикмахера в целом по России и отдельно по ФО РФ;
11. Описать новые события на рынке средств по уходу за волосами;
12. Определить долю импортной и экспортной продукции на российском рынке и описать их структуру по:
* странам происхождения и назначения;
* товарным группам;
* маркам (брендам).
1. Определить лидирующие российские предприятия, производящие средства по уходу за волосами;
2. Описать лидирующие иностранные предприятия, производящие средства по уходу за волосами.

## Объект исследования

Рынок средств по уходу за волосами в России.

##

## Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

##

## Метод анализа данных

Традиционный контент-анализ документов.

##

## Информационная база исследования

1. Печатные и электронные, деловые и специализированные издания.
2. Базы данных ФТС РФ (импорта и экспорта), ФСГС РФ (производства).
3. Ресурсы сети Интернет.
4. Материалы компаний.
5. Аналитические обзорные статьи в прессе.
6. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
7. Экспертные оценки.
8. Интервью с производителями и другими участниками рынка.
9. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
10. Базы данных Discovery Research Group.

# Глава 2. Состояние европейского рынка средств по уходу за волосами

## §1. Объём рынка средств по уходу за волосами в Европе

Таблица . Объём и темп прироста рынка средств по уходу за волосами в Европе в 2006-2010 гг., млн. $ и %.

|  |  |
| --- | --- |
|   | **Год** |
| **2006 год** | **2007 год** | **2008 год** | **2009 год** | **2010 год** |
| **Объём рынка** |  |  |  |  |  |
| **Темп прироста** |  |  |  |  |  |

Диаграмма . Объём и темп прироста рынка средств по уходу за волосами в Европе в 2006-2010 гг., млн. $ и %.

## §2. Сегментирование рынка средств по уходу за волосами в Европе

На европейском рынке средств по уходу за волосами, как и в России, преобладают шампуни. Их доля в общем объеме рынка по данным Datamonitor, в 2010 году составляла 38,1%. На втором месте были средства для укладки волос (24%), затем шли краски для волос (22,2%), кондиционеры (13%) и средства для завивки и распрямления волос (3,3%).

Диаграмма . Доли сегментов рынка средств по уходу за волосами в Европе в общем объёме рынка в 2010 г., %.

##

## §3. Доли основных компаний на рынке средств по уходу за волосами в Европе

## §4. Дистрибьюция средств по уходу за волосами в Европе

# Глава 3. Характеристика российского рынка средств по уходу за волосами

## §1. Объём и темпы роста рынка средств по уходу за волосами в России

По расчётам аналитиков Discovery Research Group объём рынка средств по уходу за волосами в стоимостном выражении в 2010 году составил $... млрд.

Таблица .Объём рынка средств по уходу за волосами в стоимостном выражении в России в 2010-2011 гг., млрд. $.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **2010 год** | **2011 год** |
| объём производства |  |  |
| объём импорта |  |  |
| объём экспорта |  |  |
| объём рынка |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Статистических данных об объёме производства средств по уходу за волосами в России в 2011 году нет. Объём экспорта и импорта изменился положительно, однако незначительно. Исходя из этого, можно предположить, что объём рынка в 2011 году существенно не изменился по сравнению с 2010 годом, и его объём находится на уровне $... млрд. Темп роста рынка также находится на одном уровне.

В 2010 году доля импорта в общем объёме рынка составила ….

## §2. Тенденции и перспективы развития рынка средств по уходу за волосами

## §3. Бренды на российском рынке средств по уходу за волосами

В таблице ниже представлены российские и иностранные производители средств по уходу за волосами и их бренды.

Таблица . Крупнейшие компании на российском рынке средств по уходу за волосами и их торговые марки.

|  |  |
| --- | --- |
| **Название компании** | **Торговые марки** |
| Procter&Gamble |  |
| L'oreal |  |
| Schwazcopf&Henkel |  |
| Unilever |  |
| Калина |  |
| Первое решение |  |
| Свобода |  |
| Невская Косметика NC |  |
| Компания Клевер |  |
| Народные промыслы |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Таблица . Лучшие средста по уходу за волосами в сегментах «стайлинг» и «шампуни и кондиционеры» по мнению InStyle в 2011 г.

|  |
| --- |
| **Стайлинг** |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| **Шампуни и кондиционеры** |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

**Источник: InStyle**

## §4. Узнаваемость марок средств по уходу за волосами

По данным top10brands Head&Shoulders является наиболее популярной маркой средств по уходу за волосами в категории «шампуни, кондиционеры, бальзамы для волос».

Таблица . Топ 10 наиболее известных брендов категории «шампуни, кондиционеры и бальзамы для волос» в сознании потребителей в 2009-2011 гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Название бренда** | **2009** | **2010** | **2011** |
| 1 | Head & Shoulders | 15% | 11% | 15% |
| 2 | Schauma |  |  |  |
| 3 | Nivea |  |  |  |
| 4 | Pantene |  |  |  |
| 5 | Чиcтая линия |  |  |  |
| 6 | Garnier |  |  |  |
| 7 | Gliss Kur |  |  |  |
| 8 | Dove |  |  |  |
| 9 | Timotei |  |  |  |
| 10 | L'oreal |  |  |  |
| были в топ 10 в 2009 и 2010 гг.   | Shamtu |  |  |  |
| Elseve |  |  |  |
| Schwarzkopf |  |  |  |

**Источник: top20brands.ru**

\* Опрашивались респонденты, покупавшие шампуни, кондиционеры и бальзамы для волос в течение последнего месяца

\*\* От назвавших один из брендов TOP-10 в категории

# Глава 4. Сегменты рынка средств по уходу за волосами

# Глава 5. Цены на шампунь и услуги парикмахера в России

# Глава 6. Маркетинговые стратегии производителей средств по уходу за волосами в России

**Источник: Datamonitor**

# Глава 7. производство средств по уходу за волосами в россии

## §1. Шампуни

В 2010 году в России было произведено 273517 тыс. шт. шампуней. Основной объём производства сконцентрирован в Москве, Свердловской и Нижегородской областях. Здесь в 2010 году было произведено 101541, 77236 м 43025 тыс. шт. шампуней соответственно.

Таблица . Объём производства шампуней в субъектах РФ в 2010 г., тыс. шт.



**Источник: ФСГС РФ**

Доля производства шампуней в Москве от общего объёма производства в натуральном выражении в 2010 году составила 37%. Доля производства в Свердловской области составила 28%, доля производства в Нижегородской области – 16%.

Диаграмма . Доли субъектов РФ в общем объёме производства шампуней в России в 2010 г., %.



**Источник: ФСГС РФ**

## §2. Краски для волос

## §3. Средства для завивки и распрямления волос

## §4. Лаки для волос

## §5. Лосоны и средства пенообразующие для укладки волос

## §6. Кремы для волос, бриллиантины

## §7. Географическая структура производства

На основе данных за 2010 год были проанализированы основные регионы, в которых производятся средства по уходу за волосами. В Таблице 16 для каждой товарной группы указаны три лидирующих региона по объёмам производства.

Таблица . Лидирующие регионы по объёмам производства средств по уход за волосами в России в 2010 г.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название региона** | **шампуни** | **краска для волос** | **средства завивки и распрямления волос** | **лаки для волос** | **лосьоны и средства пенообразующие для укладки волос** | **кремы для волос и бриллиантины** |
|
| Москва |  |  |  |  |  |  |
| Свердловская область |  |  |  |  |  |  |
| Нижегородская область |  |  |  |  |  |  |
| Санкт-Петербург |  |  |  |  |  |  |
| Ставропольский край |  |  |  |  |  |  |
| Смоленская область |  |  |  |  |  |  |
| Тульская область |  |  |  |  |  |  |
| Новосибирская область |  |  |  |  |  |  |

**Источник: Discovery Research Group на основе данных ФСГС РФ**

Свердловская область является главным производственным центром средств по уходу за волосами в России. Эта область является одной из лидирующих для четырёх товарных групп. Кроме этого, в Свердловской области производятся все средства по уходу за волосами, представленные в России, помимо красок для волос.

# Глава 8. импорт и экспорт средств по уходу за волосами

## §1. Импорт

В 2010 году объём импорта в стоимостном выражении составил … млн. $, в 2011 – … млн. $. В натуральном выражении объём импорта в 2010 году составил … тонн, в 2011 – … тонн.

### *По товарным группам*

Среди всех средств по уходу за волосами, наибольшую долю в общем объёме импорта занимает товарная группа «шампуни». На втором месте «краска для волос». В 2011 году в Россию было импортировано … шампуней, общей стоимостью … млн. $.

Таблица . Объём импорта средств по уходу за волосами в Россию по товарным группам в 2010-2011 гг., млн. $ и тонн.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Название товарной группы** | **2010 год** | **2011 год** |
| **Стоим-ть, млн. $** | **Кол-во, тонн** | **Стоим-ть, млн. $** | **Кол-во, тонн** |
| шампуни |  |  |  |  |
| краска для волос |  |  |  |  |
| лаки для волос |  |  |  |  |
| бальзам-ополаскивателей и масок для блеска и лёгкого расчёсывания волос |  |  |  |  |
| мусс и гель для укладки волос |  |  |  |  |
| лосьоны для волос |  |  |  |  |
| средства для перманентной завивки или распрямления волос |  |  |  |  |
| прочие средства для волос |  |  |  |  |
| **Итого:** |  |  |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Диаграмма . Доли товарных групп в общем объёме импорта средств по уходу за волосами в стоимостном выражении в Россию 2011 г., %.

**Источник: Discovery Research Group**

Диаграмма 10. Доли товарных групп в общем объёме импорта средств по уходу за волосами в натуральном выражении в Россию 2011 г., %.



**Источник: Discovery Research Group**

Объёмы импорта для разных товарных групп в стоимостном выражении, указанные в таблице 18, занижены. Это связано с тем, что импортёры указывают в таможенной декларации специально заниженные цены на провозимые средства по уходу за волосами. Например, стоимость единицы шампуня занижается в раз. Если учесть реальные цены, установленные на российском рынке средств по уходу за волосами и пересмотреть объёмы импорта по тем ценам, которые установлены на рынке, то получаются следующие данные:

Таблица . Объём импорта средств по уходу за волосами в Россию по товарным группам в 2010-2011 гг., по скорректированным ценам, млрд. $.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Название товарной группы** | **2010 год** | **2011 год** |
| шампуни |  |  |
| краска для волос |  |  |
| лаки для волос |  |  |
| бальзам-ополаскиватели, маска для блеска и лёгкого расчёсывания волос |  |  |
| мусс и гель для укладки волос |  |  |
| лосьоны для волос |  |  |
| средства для перманентной завивки или распрямления волос |  |  |
| прочие средства для волос |  |  |
| **Итого:** |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

В результате, объём импорта в стоимостном выражении в Россию в 2010 году составил $... млрд., в 2011 – ….

Далее представлены данные, соответствующие стоимости, указанной в таможенной декларации.

### *По странам происхождения*

Большая часть средств по уходу за волосами, поставляемых на российский рынок, производится в Германии. В 2011 году объём импорта средств по уходу за волосами в стоимостном выражении, произведённых в Германии, составил $... млн.

Таблица . Объём импорта по странам происхождения средств по уходу за волосами в натуральном и стоимостном выражении в 2010-2011 гг., млн. $ и тонн.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Названия стран** | **2010 год** | **2011 год** |
| **Стоим-ть, млн. $** | **Кол-во, тонн** | **Стоим-ть, млн. $** | **Кол-во, тонн** |
| ГЕРМАНИЯ |  |  |  |  |
| ФРАНЦИЯ |  |  |  |  |
| РУМЫНИЯ |  |  |  |  |
| ПОЛЬША |  |  |  |  |
| ИТАЛИЯ |  |  |  |  |
| БЕЛЬГИЯ |  |  |  |  |
| ИСПАНИЯ |  |  |  |  |
| СЛОВЕНИЯ |  |  |  |  |
| США |  |  |  |  |
| ЯПОНИЯ |  |  |  |  |
| УКРАИНА |  |  |  |  |
| ВЕЛИКОБРИТАНИЯ |  |  |  |  |
| ПОРТУГАЛИЯ |  |  |  |  |
| КАНАДА |  |  |  |  |
| ШВЕЦИЯ |  |  |  |  |
| БОЛГАРИЯ |  |  |  |  |
| ИНДИЯ |  |  |  |  |
| ФИНЛЯНДИЯ |  |  |  |  |
| КИТАЙ |  |  |  |  |
| ИЗРАИЛЬ |  |  |  |  |
| ПРОЧИЕ |  |  |  |  |
| **ИТОГО:** |  |  |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Диаграмма . Доли стран-производителей средств по уходу за волосами в общем объёме импорта в Россию в 2011 г., %.

**Источник: Discovery Research Group**

### *По торговым маркам для каждой товарной группы*

В общем объёме импорта в 2010 и 2011 гг. преобладает шампунь марки Head&Shoulders. В 2011 год в Россию было импортировано этого шампуня общей стоимостью $... млн. Доля шампуня марки Head&Shoulders в общем объёме импорта в стоимостном выражении в 2011 году составляла ….%. На втором месте по объёму импорта торговая марка Pantene Pro-V. Доля шампуней этой товарной марки в общем объёме импорта в стоимостном выражении в 2011 году составляла …%. Обе эти марки принадлежат производителю Procter&Gamble.

Таблица . Объём импорта шампуней разных товарных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **марки шампуней** | **2010 год** | **2011 год** |
| HEAD & SHOULDERS |  |  |
| PANTENE PRO-V |  |  |
| FREEDERM |  |  |
| WELLA |  |  |
| YVES ROCHER |  |  |
| GARNIER |  |  |
| ORIFLAME |  |  |
| НИЗОРАЛ |  |  |
| SATINIQUE |  |  |
| КЕТО ПЛЮС |  |  |
| JOHNSON'S BABY |  |  |
| CLAIROL |  |  |
| NIVEA |  |  |
| PALMOLIVE |  |  |
| LE PETIT MARSEILLAIS |  |  |
| LUSH |  |  |
| L'OREAL |  |  |
| LONDA |  |  |
| PROTIQUE |  |  |
| SKIN-CAP |  |  |
| ФИТОВАЛ |  |  |
| LEBEL COSMETICS |  |  |
| STS COSMETICS |  |  |
| ПЕДИЛИН |  |  |
| L'OCCITANE |  |  |
| MATRIX ESSENTIALS |  |  |
| ПРОЧИЕ |  |  |
| **Итого:** |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Диаграмма . Доли марок шампуней в общем объёме импорта шампуней в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., %

**Источник: Discovery Research Group**

В сегменте средств для перманентной завивки и распрямления волос в объёме импорта преобладает торговая марка Londa. В 2011 году в Россию было экспортировано Londa на сумму $... тыс. На втором месте в общём объёме импорта средств для перманентной завивки и распрямления волос в стоимостном выражении торговая марка Natural Styling. Объём импорта этой торговой марки в 2011 году составил $... тыс. В общем объёме импорта в стоимостном выражении, торговая марка Londa в 2011 году занимала …%, Natural Styling – …%.

Торговая марка Londa принадлежит производителю Procter&Gamble, марка Natural Styling – Schwarzkopf.

Таблица . Объём импорта средств для перманентной завивки или распрямления волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **марки средств для перманентной завивки или распрямления волос** | **2010 год** | **2011 год** |
| LONDA |  |  |
| NATURAL STYLING |  |  |
| INDOLA |  |  |
| WELLA |  |  |
| CUTRIN |  |  |
| LEE STAFFORD |  |  |
| L'OREAL |  |  |
| GOLDWELL |  |  |
| MATRIX |  |  |
| SELECTIVE PROFESSIONAL |  |  |
| KAPOUS |  |  |
| ПРОЧИЕ |  |  |
| **ИТОГО:** |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Диаграмма . Доли марок средств для перманентной завивки или распрямления волос в общем объёме импорта средств для перманентной завивки или распрямления волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., %

**Источник: Discovery Research Group**

Wella в 2010 и в 2011 году являлась лидирующей торговой маркой, под которой в Россию импортировались муссы и гели для укладки волос. В 2011 году под этой маркой было импортировано муссов и гелей для волос общей стоимостью $... тыс. Доля марки Wella в общем объёме импорта в стоимостном выражении в 2011 году составила …%. Торговая марка Wella принадлежит компании Procter&Gamble.

Таблица . Объём импорта муссов и гелей для укладки волос различных марок в Россию в 2010-2011 гг., тыс. $.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **марки муссов и гелей для укладки волос** | **2010 год** | **2011 год** |
| WELLA |  |  |
| NIVEA |  |  |
| SATINIQUE |  |  |
| JOHN FRIEDA |  |  |
| SUNSILK |  |  |
| NOVA |  |  |
| MARIA NILA |  |  |
| AMWAY |  |  |
| AVON |  |  |
| ORIFLAME |  |  |
| CONCEPT |  |  |
| ПРОЧИЕ |  |  |
| **ИТОГО:** |  |  |

**Источник: Discovery Research Group**

Диаграмма . Доли марок муссов и гелей для укладки волос в общем объёме импорта муссов и гелей для укладки волос в стоимостном выражении в Россию в 2011 г., %

# Глава 9. Новости на рынке средств по уходу за волосами

# Глава 10. основные производители средств по уходу за волосами