

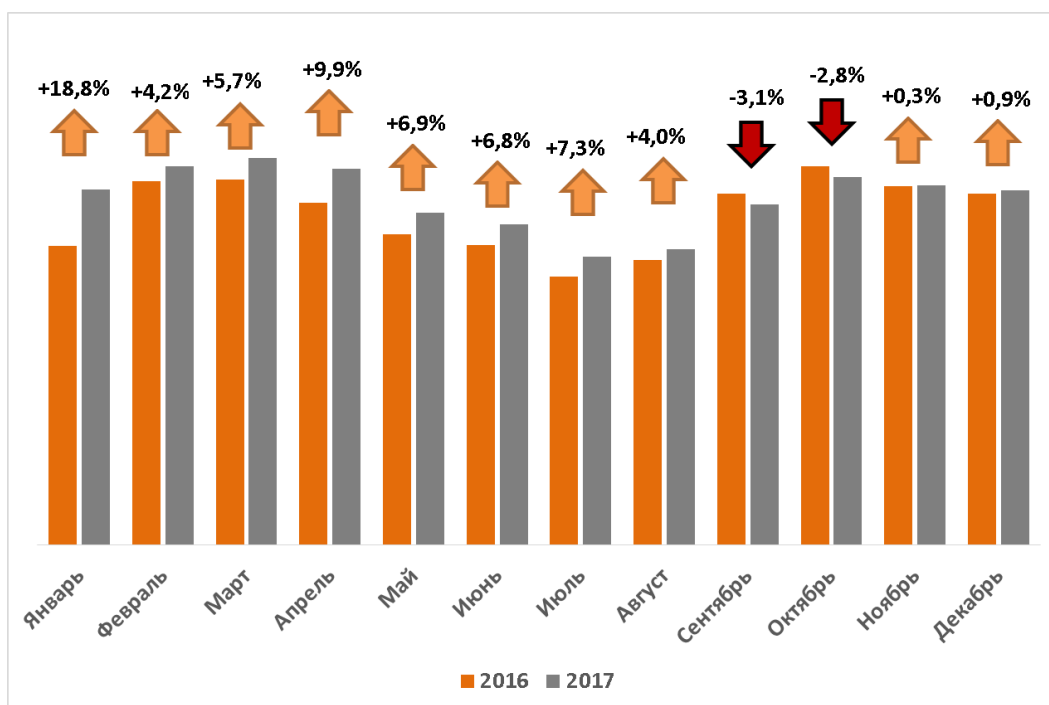
Итоги 2017 года: БАД

Аптечный рынок БАД за последние несколько лет заметно изменился. И в первую очередь происходит изменение структуры потребления. Наиболее востребованными становятся БАДы среднего ценового сегмента в «терапевтических» группах: витамины, успокаивающие, слабительные, недорогие чаи. А вот популярные ранее средства для похудения, БАД для мужского здоровья теряют существенно в объемах продаж.

Отдельное влияние оказывает и тот фактор, что продавать БАДы могут не только аптеки, но и любые торговые организации, имеющие лицензию на торговлю пищевыми продуктами. Например, БАД можно найти на полках сетей «Ашан», METRO, «Азбука вкуса» и т.д. Продуктовые сети активно развивают отделы по продаже товаров для здоровья, к которым и относятся БАД.

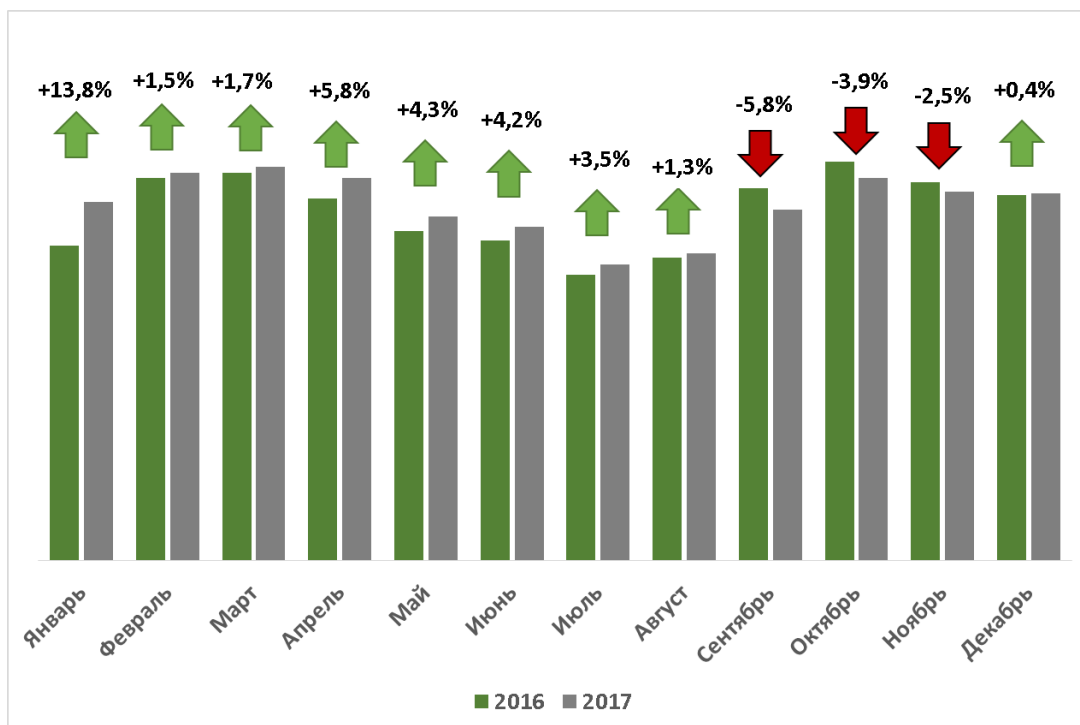
Все это негативно сказывается на динамике аптечных продаж БАД в целом. По данным Ежемесячного розничного аудита фармацевтического рынка России, проводимого ЗАО «Группа ДСМ» (DSM Group), за 2017 год через аптечную сеть было реализовано 340,7 млн. упаковок БАД на сумму 51,2 млрд. рублей (в розничных ценах). За 12 месяцев 2017 года рынок БАД увеличился на 4,6% в рублях и на 1,7% в упаковках по сравнению с 2016 годом. При этом заметим, что для поддержания конкурентных цен аптекам приходится снижать наценку на данную группу ассортимента (по итогам 2017 года наценка на БАД составила 38,4%, тогда как в 2016 году аналогичный показатель был на уровне 40,8%).

Динамика продаж БАД за 2016-2017 гг., руб.



При рассмотрении динамики продаж по месяцам можно отметить, что пик роста объемов продаж, пришелся на начало года, когда обычно наблюдается «всплеск» продаж сезонных средств. Существенный спад объемов реализации по сравнению с прошлым годом наблюдался с сентября 2017 года. В натуральном выражении ситуация аналогичная: осенью продажи БАД демонстрируют даже отрицательную динамику.

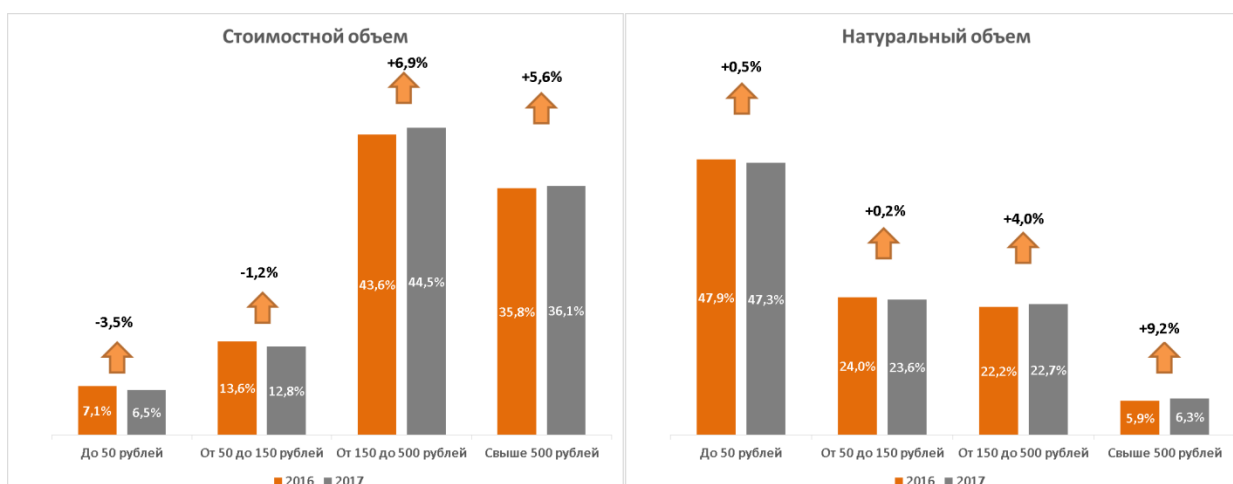
Динамика продаж БАД за 2016-2017 гг., упаковки



Цены и ценовая структура

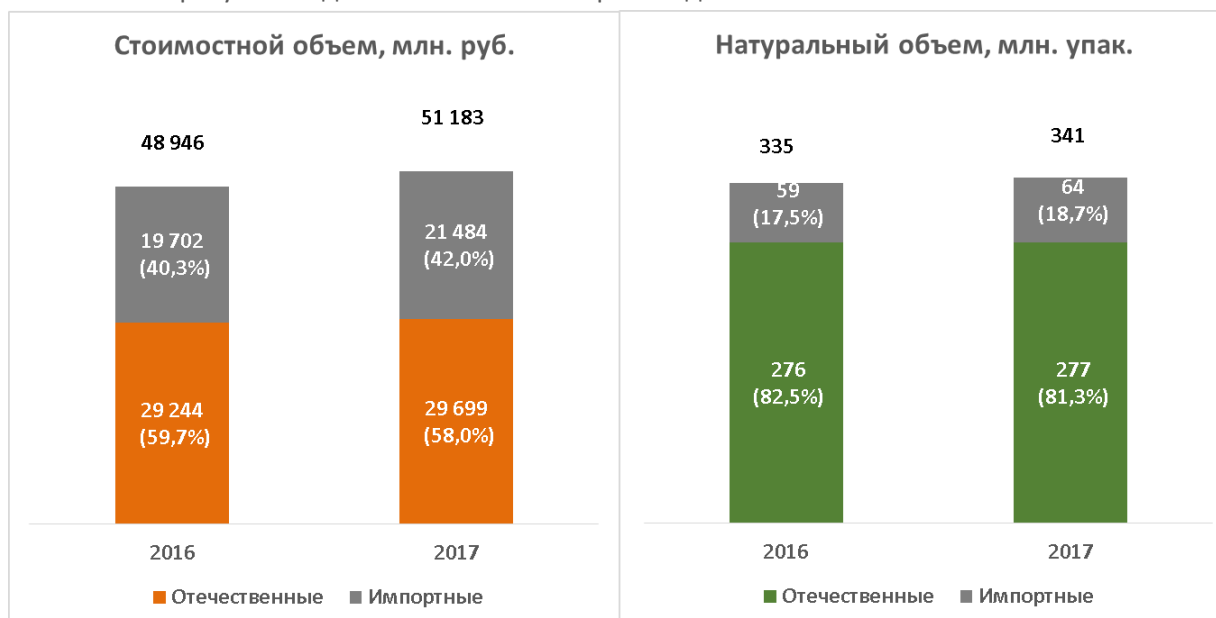
В среднем одна упаковка БАД обошлась потребителю в 150 рублей (розничная цена). Средневзвешенная цена в 2017 году увеличилась на 2,8%, в то время как до 2016 года БАД дорожали в среднем на 18% в год. Наиболее востребованный на рынке остается ценовой сегмент БАД с ценой до 50 руб. На долю данного сегмента приходится около 47% проданных БАД в натуральном выражении (ценовая структура приведена на основе розничных цен). При этом отметим, что из-за низкой цены доля данного сегмента в стоимостном выражении не превышает 7%. Наибольшую выручку аптеке приносят БАД с ценой 150-500 руб., доля данного сегмента составляет 45%. Высокую долю (36%) занимают препараты ценового сегмента свыше 500 рублей. Также отметим, что в упаковках именно этот сегмент растет максимальными темпами. В большей мере это происходит за счет роста цен и перемещения линеек из одной ценовой категории в другую, а не за счет увеличения продаж «дорогостоящих» БАД

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2017 году



Соотношение импортных и отечественных продаж БАД

В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация обратная – БАД отечественного производства занимают 58% стоимостного и 81% натурального объемов продаж. Стоит отметить, что в 2017 году в сравнении с 2016 годом объемы продаж БАД отечественных производителей выросли меньше, чем продажи БАД импортных производителей: 1,6% против 9,9%. В натуральном выражении ситуация схожа: 0,2% и 9,1% соответственно. В результате доля отечественных производителей снизилась.



Средняя стоимость упаковки отечественного препарата за 2017 год составила 107 руб. (+1,4% к 2016 году), что приблизительно в 3,1 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В этот же период стоимость импортной упаковки в среднем составила 336 руб. – средневзвешенная цена сократилась на -0,1%.

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД

БАД позиционируются производителями как средства для профилактики различных заболеваний. Использовать существующий официальный классификатор для оценки рынка БАД не совсем удобно – многие БАД, применяемые для профилактики одних и тех же заболеваний, находятся в разных разделах классификатора (например, препараты, улучшающие зрение). Поэтому специалистами компании DSM был создан свой классификатор БАД, который более четко отражает реалии современного рынка БАД. Классификатор БАД состоит из 17-ти разделов, большинство из которых имеет 2-й подуровень, а некоторые разделы - 3-й.

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Группа	Стоимостной объем, млн руб.	Прирост стоимостного объема	Доля
			2017 г.		
1	0	V БАД, действующие на организм в целом	15 453,3	10,7%	30,2%
2	0	A БАД, действующие на пищеварительную систему	10 997,1	12,1%	21,5%
3	0	G БАД, влияющие на репродуктивную систему	6 222,0	-15,2%	12,2%

4	0	N БАД, влияющие на функции центральной нервной системы	4 612,3	10,8%	9,0%
5	1	C БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы	2 558,1	13,8%	5,0%
6	-1	W БАД для похудения и очищения организма	2 314,5	-9,2%	4,5%
7	0	S БАД, действующие на органы чувств	1 494,3	-1,5%	2,9%
8	0	M БАД, применяемые при заболеваниях костной системы	1 474,0	-2,4%	2,9%
9	0	B БАД, действующие на кроветворную систему	1 454,5	-3,2%	2,8%
10	0	D БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	1 421,9	0,8%	2,8%
11	0	R БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы	1 091,0	0,8%	2,1%
12	0	U БАД, действующие на мочевыделительную систему	619,9	17,2%	1,2%
13	1	T БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях	506,6	32,7%	1,0%
14	-1	H БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции	464,6	1,1%	0,9%
15	0	I БАД, поддерживающие функцию иммунной системы	321,5	0,7%	0,6%
16	0	O БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы)	91,9	5,8%	0,2%
17	0	J БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	84,8	7,2%	0,2%

Как и в прошлые периоды, наиболее востребованными остаются «БАД, действующие на организм в целом». В сравнении с 2016 годом данная группа БАД выросла на 10,7%. Наиболее популярными в данной группе остаются бренды «Фемибион» компании Merk Selbstmedikation и «Витамишки» компании PharmaMed.

На втором месте расположилась группа «БАД, действующих на пищеварительную систему» (+12,1%). В данной группе наиболее популярны бренды «Фитолак» отечественного производителя «Эвалар» и «Максилак» компании Genexo.

На третьей строчке группа «БАД, влияющих на репродуктивную систему», которая показала снижение объема реализации на 15,2%. Несмотря на падение продаж в 2 раза пока рейтинг возглавляют препараты, влияющие на мужскую репродуктивную систему, «Сеалекс Форте Плюс», и «Али Капс Плюс». Препарат, влияющий на женскую репродуктивную систему, с максимальны объемом расположен только на 4 строчке – «Индинол».

Большая часть подгрупп демонстрирует положительную динамику. Продажи сокращаются у БАД, влияющих на репродуктивную систему, в связи с существенным снижением продукции «Риа Панда», а также у БАД для похудения за счет падения лидера группы линейки «Турбослим». В 2017 году наблюдается сокращение продаж группы «БАД, действующих на кроветворную систему» - гематоген в различных вариантах уже не так востребован у покупателя.

ТОП-20 брендов БАД, лидирующих по объёму продаж

По итогам 2017 года на аптечных полках было более 2570 различных брендов БАД, которые производят около 950 производителей. Но если раньше на рынок БАД постоянно выводились новые позиции, которые за счет высокой промоции могли занять сразу высокие места в рейтинге, то в настоящий момент этот

процесс замедлился и привести «интересные» новинки очень сложно. Популярной темой сейчас является «жевательный мармелад» в виде мишек или других зверей. Но если до этого такие БАД продвигались в качестве витаминов, то в 2017 году производители пошли дальше. Во втором квартале 2017 года появился препарат «ДюфаМишки» (Abbott), применяемый для поддержания микрофлоры кишечника у детей, и смог войти в ТОП-150 брендов.

В списке ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объемам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Лидером рынка осталась линейка витаминных комплексов Solgar, действующих на организм в целом и на отдельные системы. Второе место в рейтинге 2017 года занял бренд «Доппельгерц» (+21,3%). Бренд «Витамишки», занимавший третью строчку в 2016 году потерял 2 позиции в рейтинге, сократив объемы реализации почти на 8%. Его место в рейтинге 2017 года занял бренд «Фитолак» (+18,9%). Также благодаря этому вверх «подтянулся» «Фемибион» (+3 позиции).

Из существенных положительных изменений можно отметить бренд «Юнивит» (+58%) и «Бак-Сет» (141%), отрицательных – «-46,6%» «Сеалекс Форте».

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн руб.	Прирост стоимостного объема	Доля
			2017 г.		
1	0	SOLGAR	1 961,0	15,5%	3,8%
2	0	ДОППЕЛЬГЕРЦ	1 754,6	21,3%	3,4%
3	1	ФИТОЛАКС	1 432,9	7,3%	2,8%
4	3	ФЕМИБИОН	1 351,7	15,5%	2,6%
5	-2	ВИТАМИШКИ	1 295,5	-7,6%	2,5%
6	2	МАКСИЛАК	1 243,8	13,2%	2,4%
7	-2	ГЕМАТОГЕН	1 211,8	-2,7%	2,4%
8	-2	ТУРБОСЛИМ	1 024,6	-14,4%	2,0%
9	2	НОРМОБАКТ	986,2	25,1%	1,9%
10	0	ПУСТЫРНИК	835,2	4,5%	1,6%
11	2	АЛФАВИТ	788,7	1,7%	1,5%
12	4	ЮНИВИТ	786,9	58,2%	1,5%
13	1	ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР"	739,5	16,6%	1,4%
14	6	КОМПЛИВИТ	621,6	48,7%	1,2%
15	2	ОВЕСОЛ	588,0	25,4%	1,1%
16	-7	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	524,3	-46,6%	1,0%
17	29	БАК-СЕТ	523,9	140,8%	1,0%
18	-3	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	505,0	0,1%	1,0%
19	-1	НАТУРИНО	463,0	1,7%	0,9%
20	-1	АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА	458,6	7,5%	0,9%

Из брендов, расположенных ниже ТОП-20, стоит отметить «Супрадин» (одноименная с лекарственными средствами линейка витаминов для детей, которая в 2017 год была расширена) и «Бифистим Форте» (отечественная БАД производителя «В-Мин», способствующая нормализации микрофлоры кишечника).

ТОП-20 производителей БАД, лидирующих по объёму продаж

Концентрация на аптечном рынке производителей довольно высокая – ТОП-20 занимают 63% рынка. В рейтинге производителей также присутствуют заметные изменения. Только производители первого и второго места сохранили за собой позиции 2016 года.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остается компания «Эвалар» (при этом рост объемов реализации невысокий на 1,5%). Такая динамика обусловлена потерей популярности линейки «Турбослим». По данным за 2017 год лидером продаж данного производителя является БАД «Фитолакс». Существенное увеличение показали такие бренды как «Глицин Форте» и «Овесол».

Второе место занимает компания PharmaMed, основные бренды которой «Витамишки», «Бак-сет» и «Фитомуцил». На рынке детских витаминов, ярким представителем которых являлся жевательный мармелад «Витамишки», в настоящий момент высокая конкуренция. Поэтому данная БАД упала в объеме реализации на 8%, уступая рынок позициям других производителей.

Из-за существенного сокращения объемов реализации «Риа Панда» (-41%), на третью позицию поднялась компания «Отисифарм», продвигающая на рынок витамины «Юнивит» и «Комливит». В портфеле БАД они занимают 67% и демонстрирует прирост в 1,5 раза к объемам 2016 года.

Высокие темпы роста демонстрирует производитель «В-Мин» (+69%), наиболее известным брендом компании является «Модельформ», также в три раза выросли продажи «Бифистим Форте». На втором месте по темпам прироста производитель «Аквион» (+52%)

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Компания	Стоимостный объем, млн руб.	Прирост стоимостного объема	Доля
			2017 г.		
1	0	ЭВАЛАР	8 537,0	1,5%	16,7%
2	0	PHARMAMED	2 972,4	2,5%	5,8%
3	3	ОТИСИФАРМ	2 113,8	35,2%	4,1%
4	1	SOLGAR VITAMIN AND HERB	1 973,3	15,4%	3,9%
5	2	QUEISSER PHARMA	1 754,6	21,3%	3,4%
6	-2	VALEANT	1 680,3	-2,0%	3,3%
7	-4	РИА ПАНДА	1 523,6	-40,5%	3,0%
8	4	АКВИОН	1 390,6	51,6%	2,7%
9	0	MERK SELBSTMEDIKATION	1 351,7	15,5%	2,6%
10	1	GENEXO	1 243,8	13,2%	2,4%
11	-3	RECORDATI	1 221,2	-2,9%	2,4%
12	1	POLPHARMA	1 071,0	22,5%	2,1%
13	-3	ФАРМ-ПРО ПК	1 011,0	-10,9%	2,0%
14	1	STADA	841,1	27,6%	1,6%
15	5	В-МИН	799,1	69,3%	1,6%
16	-2	ДИОД	754,5	0,9%	1,5%
17	-1	БИОКОР	590,5	-6,3%	1,2%
18	3	TAKEDA	568,2	30,4%	1,1%
19	0	NOVARTIS	507,5	-1,6%	1,0%
20	-2	ИЛЬМИКСГРУПП	480,9	-8,3%	0,9%