

# АПТЕКИ и МАРКЕТПЛЕЙСЫ: каналы разные, рынок один



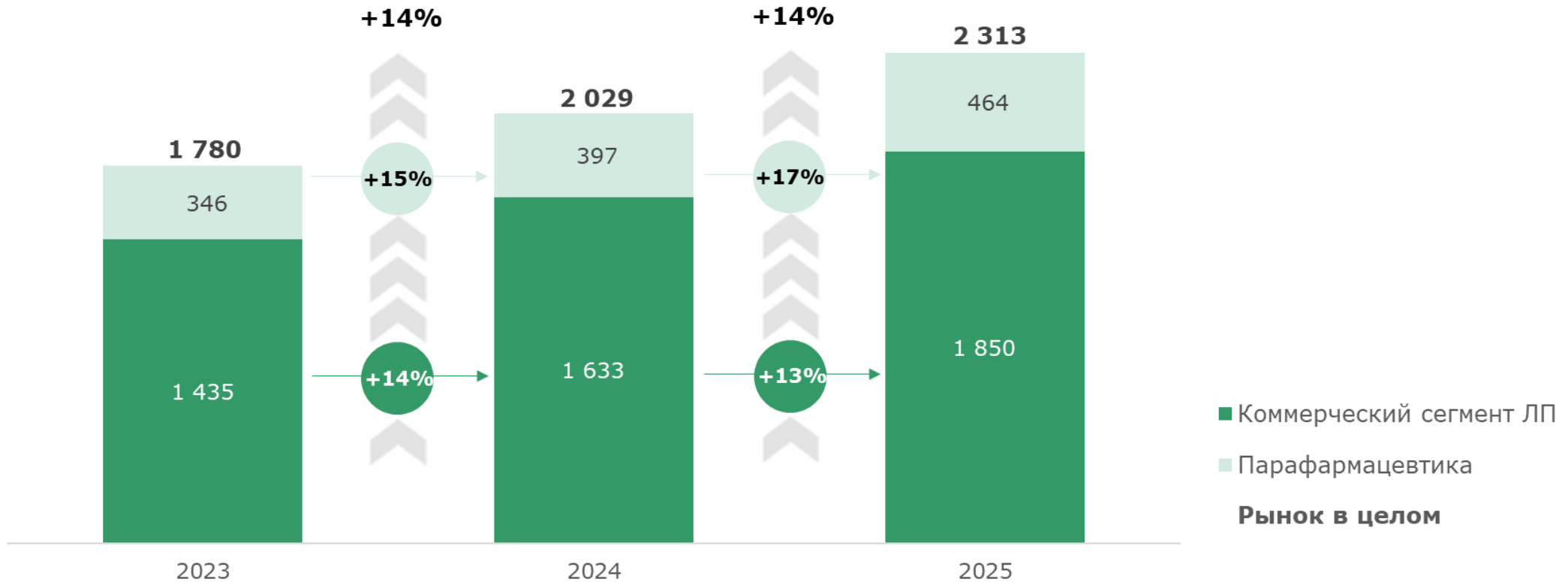
@DSMGROUP\_NEWS

DSM Group  
Шуляк Сергей

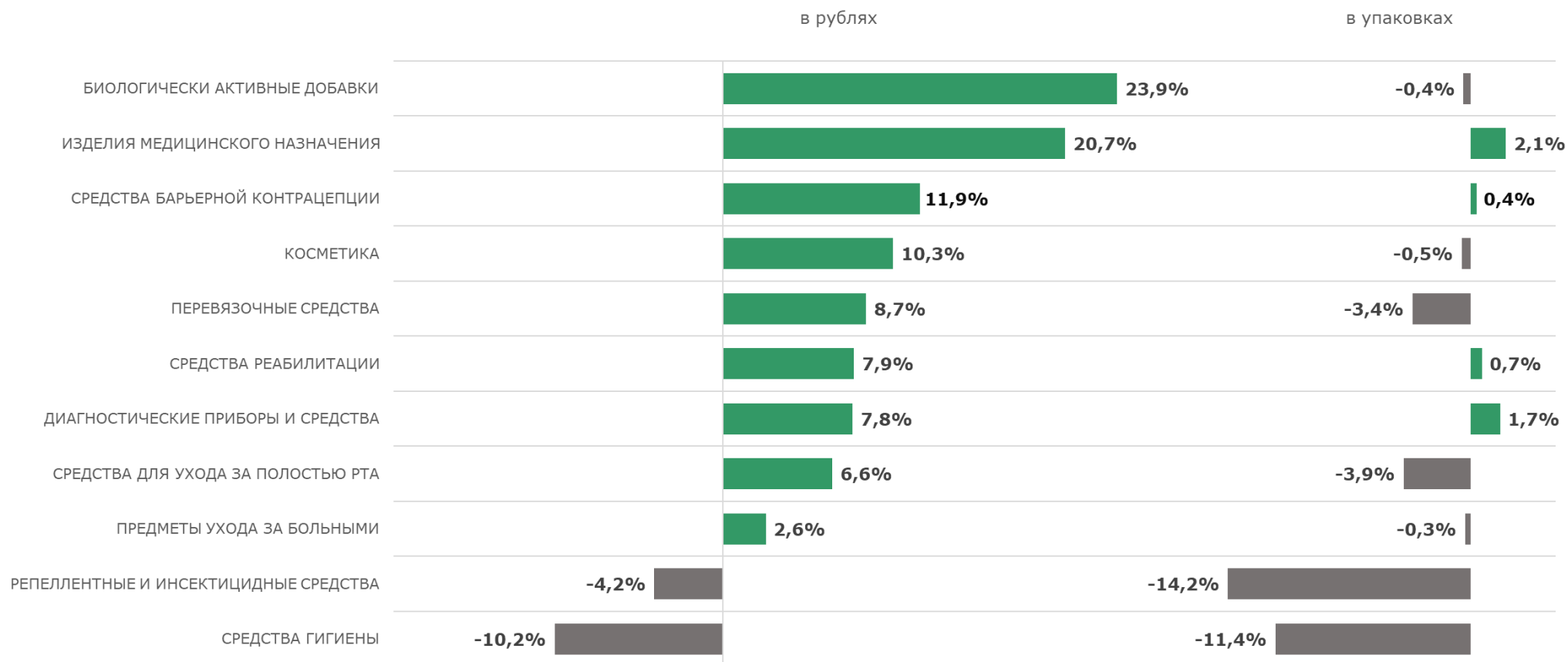
17 июня 2026



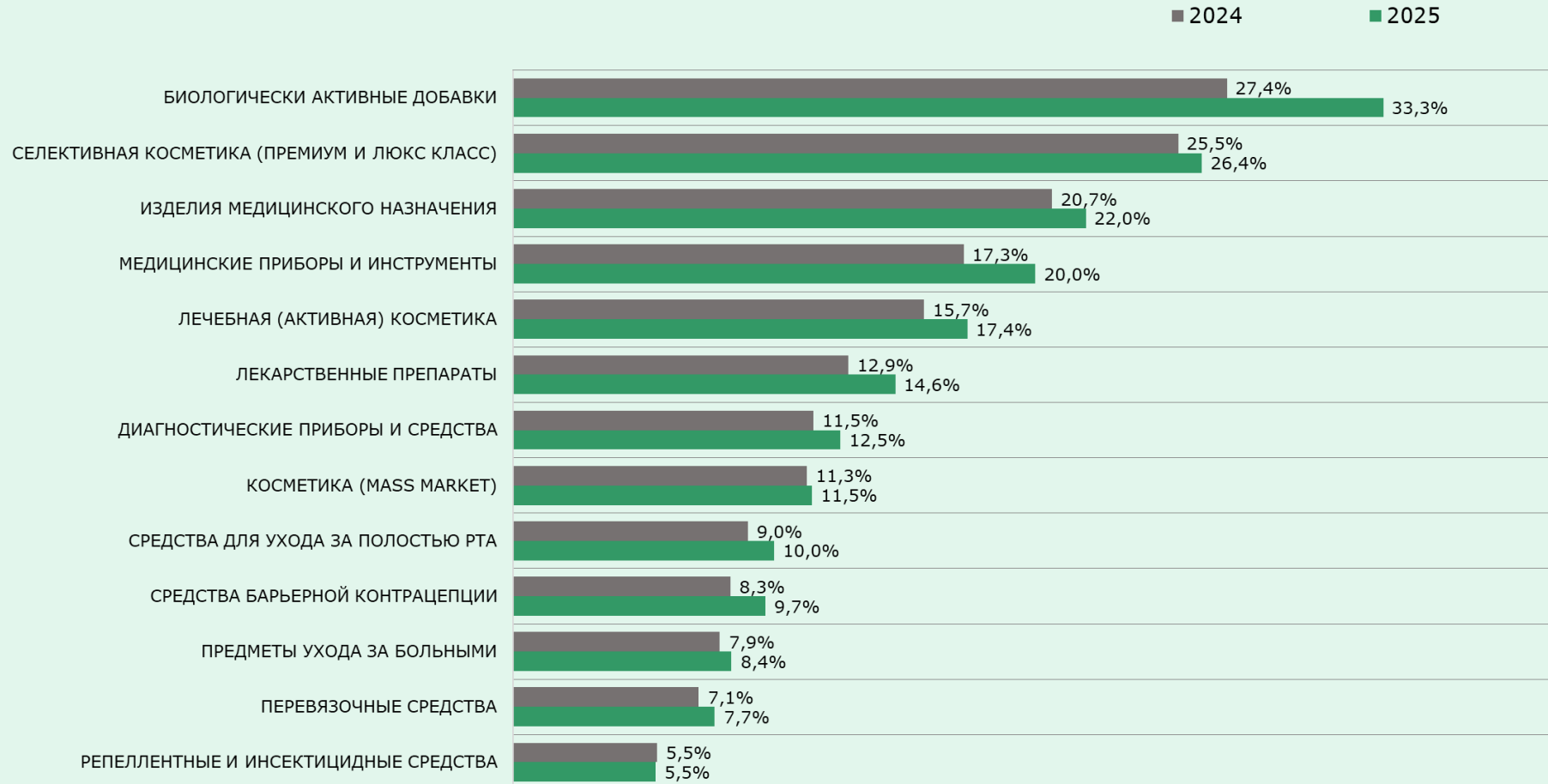
## Емкость аптечного рынка млрд. руб. в ценах конечного потребления



## Динамика основных типов товара, 2025/2024



Доля eCom по типам товара, руб.







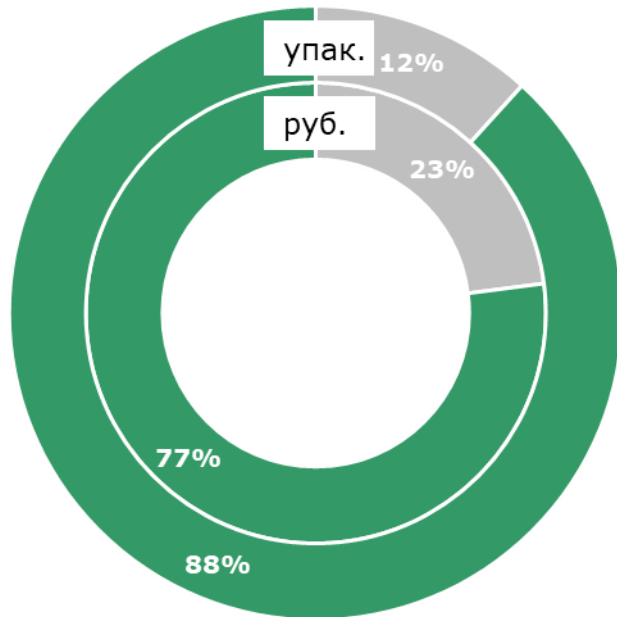
# Аптеки пока остаются **основным каналом продаж БАД**

Объем, млрд. руб.

182,5 → 236,9 ← 54,4

Объем, млн. упак.

409,2 → 463,6 ← 54,4



■ Маркетплейсы ■ Аптечные продажи

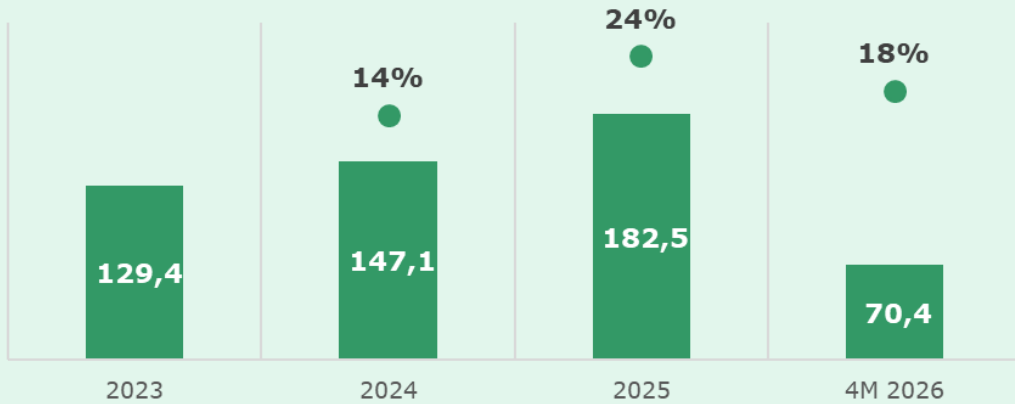


# БАД в 2025 году активно растут во всех каналах

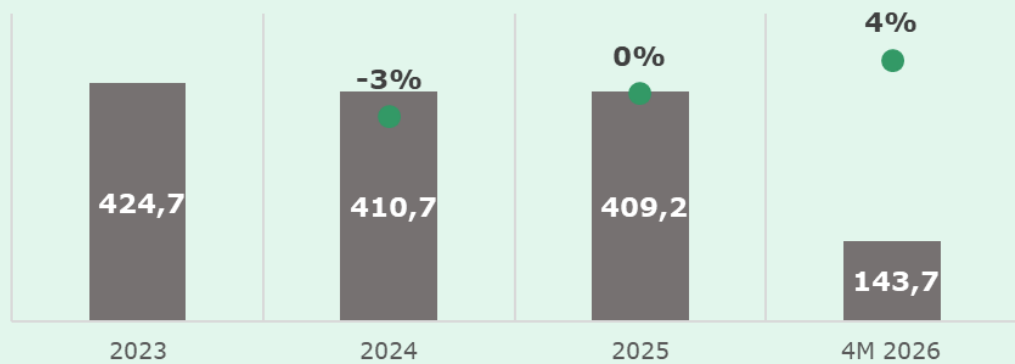
## Темпы роста на маркетплейсах замедлились

### Аптечный рынок

Объем, млрд. руб.

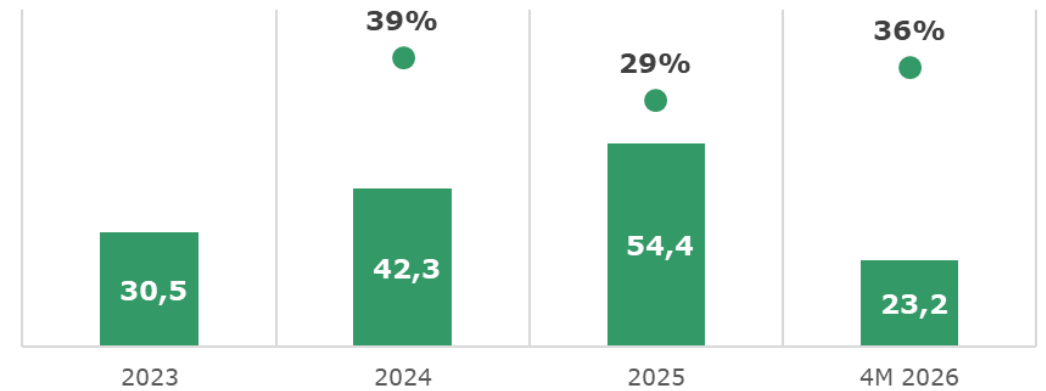


Объем, млн. упак.

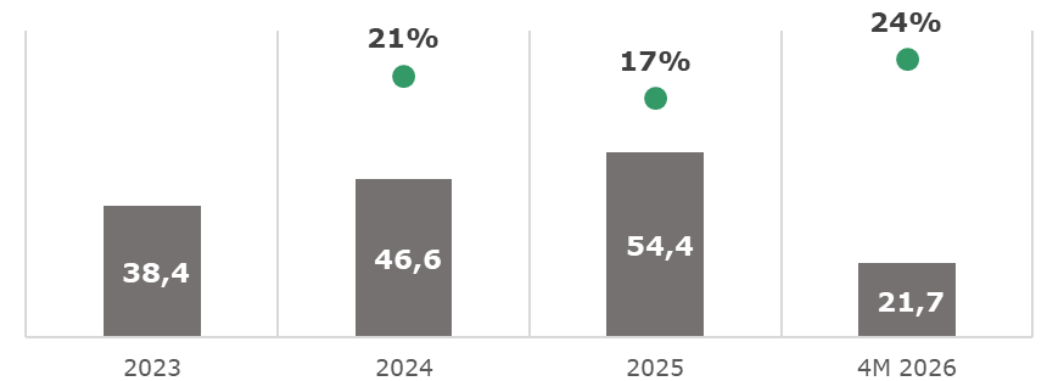


### Маркетплейсы

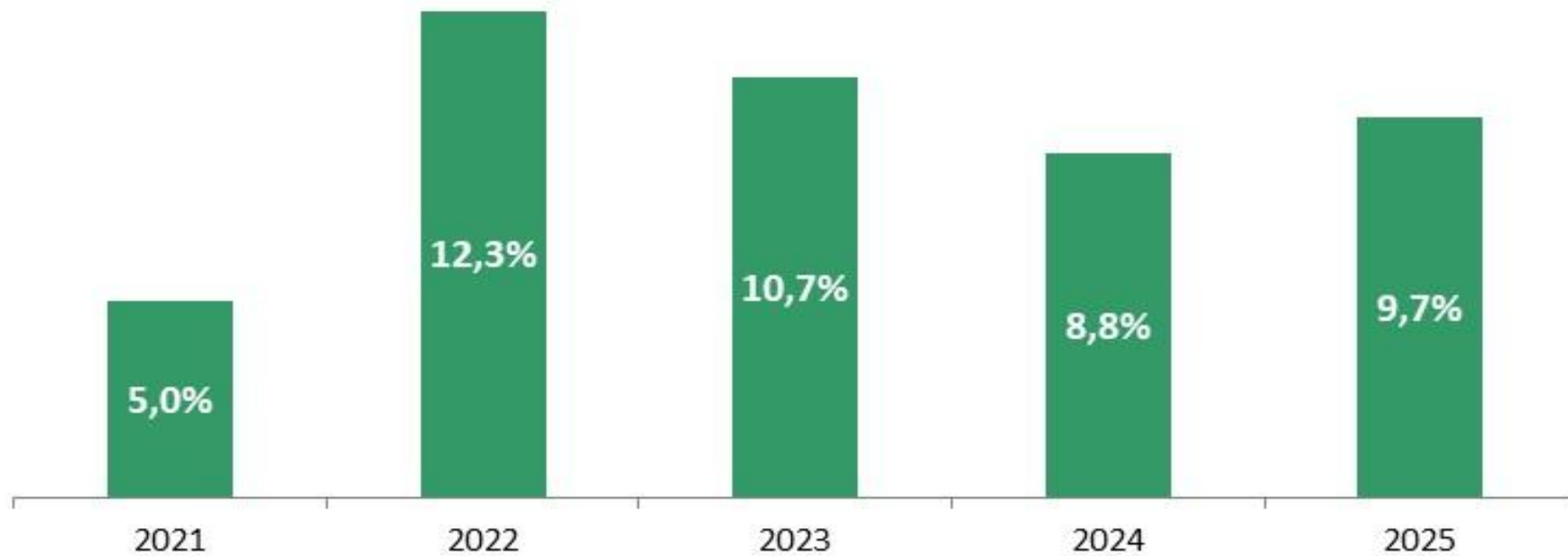
Объем, млрд. руб.



Объем, млн. упак.



## Инфляция на БАД



## Аптечный рынок

### ТОП-10 производителей, 2025/2024

Изменение ранга	Производитель	Доля, руб.
▪ 0	<b>ЭВАЛАР ЗАО</b>	<b>14,3%</b>
▪ 1	КВАДРАТ-С ООО	8,2%
▪ -1	<b>SOLGAR INC</b>	<b>6,3%</b>
▪ 0	МИРРОЛЛА ООО	4,8%
▪ 0	<b>PHARMAMED INC</b>	<b>3,6%</b>
▪ 0	ВТФ ООО	3,1%
▪ 2	<b>НИЖФАРМ ОАО</b>	<b>2,4%</b>
▪ 0	ПОЛЯРИС ООО	2,2%
▪ -2	<b>UNIPHARM INC</b>	<b>1,9%</b>
▪ 6	BAYER AG	1,7%

## Маркетплейсы

### ТОП-10 производителей, 2025/2024

Изменение ранга	Производитель	Доля, руб.
▪ 0	<b>NOW INTERNATIONAL</b>	<b>7,4%</b>
▪ 1	ЭВАЛАР ЗАО	7,1%
▪ 1	<b>GLS PHARMACEUTICALS LLC</b>	<b>6,1%</b>
▪ 0	SOLGAR INC	3,9%
▪ 6	<b>ХЭЛСКЕА СОЛЮШНС ООО</b>	<b>3,8%</b>
▪ -1	ВАНВИН ООО	3,2%
▪ 5	<b>ЗОЖ ООО</b>	<b>2,8%</b>
▪ 0	АРТЛАЙФ ООО	1,6%
▪ 5	<b>РУСТРЕЙД ООО</b>	<b>1,4%</b>
▪ -4	ЖИЗНИВЕК ООО	1,3%

## Аптечный рынок

ТОП-10 брендов, 2025/2024

$\Sigma = 37\%$

Изменение ранга	Бренд	Доля, руб.
▪ 0	<b>ЭВАЛАР</b>	<b>12,8%</b>
▪ 0	SOLGAR	6,3%
▪ 3	<b>БУДЬ ЗДОРОВ!</b>	<b>3,5%</b>
▪ 6	АПРЕЛЬ	3,4%
▪ -1	<b>ВИТАМИР</b>	<b>2,7%</b>
▪ -3	CONSUMED	2,2%
▪ -2	<b>БАК-СЕТ</b>	<b>2,2%</b>
▪ 0	ДОППЕЛЬГЕРЦ	1,5%
▪ 0	<b>МИРРОЛЛА</b>	<b>1,5%</b>
▪ -3	ДЕТРИМАКС	1,4%

## Маркетплейсы

ТОП-10 брендов, 2025/2024

$\Sigma = 38\%$

Изменение ранга	Бренд	Доля, руб.
▪ 0	<b>NOW FOODS</b>	<b>7,4%</b>
▪ 0	ЭВАЛАР	7,0%
▪ 0	<b>GLS</b>	<b>6,1%</b>
▪ 0	SOLGAR	3,9%
▪ 4	<b>HEALTHIS</b>	<b>3,8%</b>
▪ 7	VITAMEAL	2,8%
▪ -2	<b>1WIN</b>	<b>2,6%</b>
▪ 4	ORZAX	1,4%
▪ 6	<b>ULTRABALANCE</b>	<b>1,4%</b>
▪ -4	ЖИЗНИВЕК	1,3%



# Маркетплейсы стимулируют продажи объемными предложениями

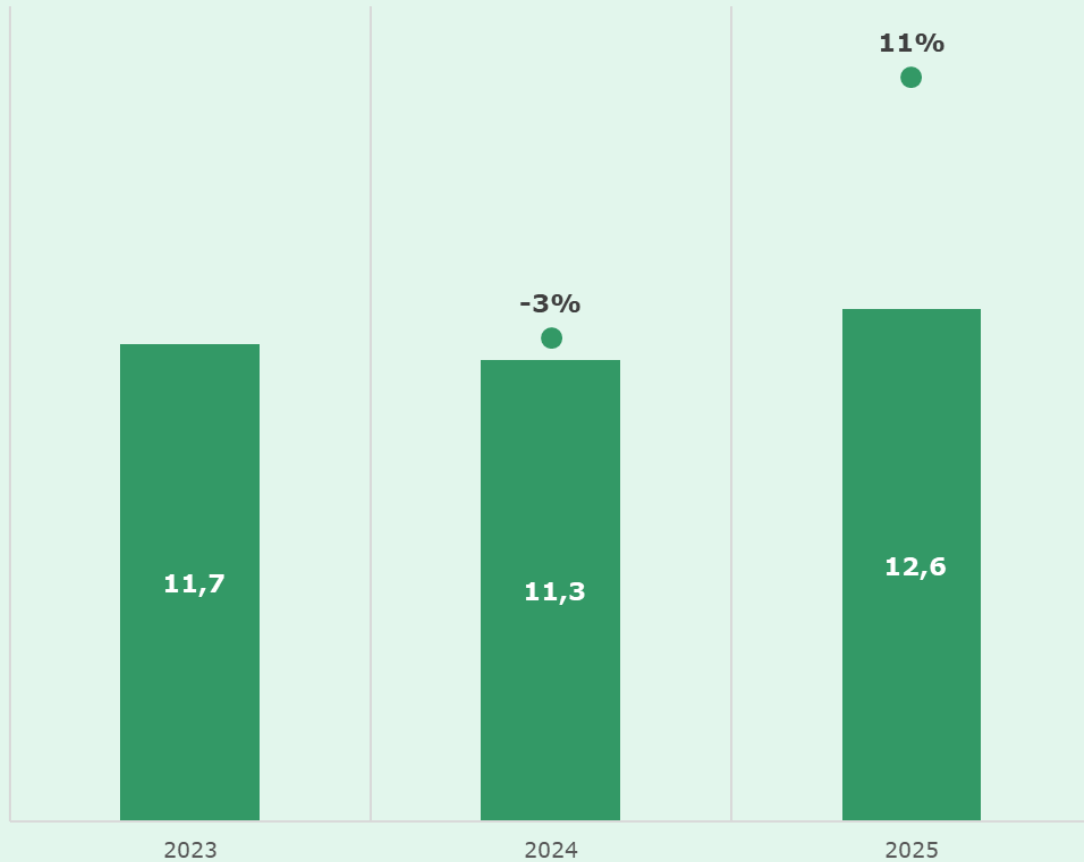
Примеры препаратов	Маркетплейсы	Аптеки
EVALAR LABORATORY L-АРГИНИН ТБ П/О 1000 МГ 1,8 Г №90*2	***	
EVALAR LABORATORY L-АРГИНИН ТБ П/О 1000 МГ 1,8 Г №90	***	***
EVALAR LABORATORY L-ЛИЗИН ТБ 1000 МГ 1,8 Г №60*2	***	
EVALAR LABORATORY L-ЛИЗИН ТБ 1000 МГ 1,8 Г №60	***	***
EVALAR LABORATORY АЛАНИН ТБ П/О 1000 МГ 1,8 Г №90*2	***	
EVALAR LABORATORY АЛАНИН ТБ П/О 1000 МГ 1,8 Г №90*3	***	
EVALAR LABORATORY АЛАНИН ТБ П/О 1000 МГ 1,8 Г №90	***	***
EVALAR LABORATORY ГАБА/GABA КАПС 500 МГ 0,62 Г №60*3	***	
EVALAR LABORATORY ГАБА/GABA КАПС 500 МГ 0,62 Г №60	***	***
EVALAR LABORATORY ДИМ/DIM ДИИНДОЛИЛМЕТАН КАПС 200 МГ 0,46 Г №60*2	***	
EVALAR LABORATORY ДИМ/DIM ДИИНДОЛИЛМЕТАН КАПС 200 МГ 0,46 Г №60*3	***	
EVALAR LABORATORY ДИМ/DIM ДИИНДОЛИЛМЕТАН КАПС 200 МГ 0,46 Г №60	***	***
EVALAR LABORATORY ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ КАПС 300 МГ 0,5 Г №60*2	***	
EVALAR LABORATORY ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ КАПС 300 МГ 0,5 Г 60*3	***	
EVALAR LABORATORY ЕЖОВИК ГРЕБЕНЧАТЫЙ КАПС 300 МГ 0,5 Г №60	***	***

# Рынок в таблетках: доля МП составляет 18%, аптек - 82%

Стоимость одной «таблетки» остается выше на 50% (19,1 руб. против 14,5 руб.)

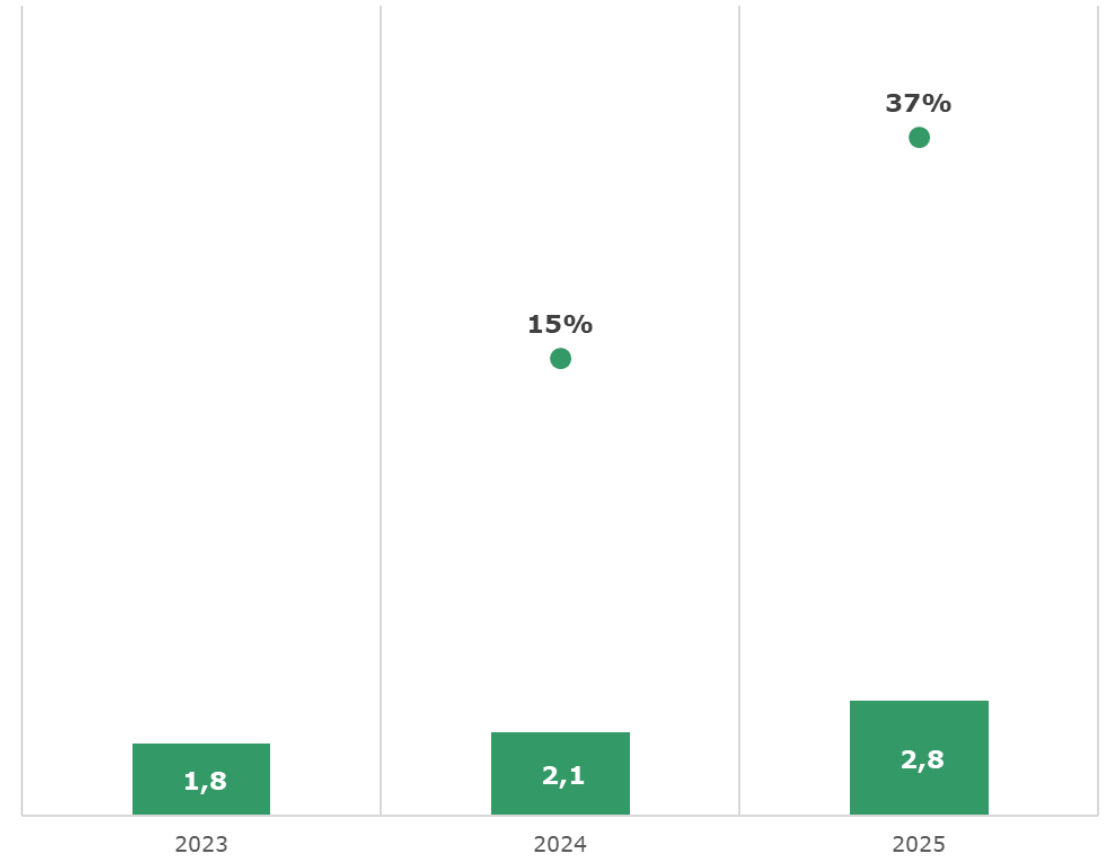
## Аптечный рынок

Объем, млрд. шт.



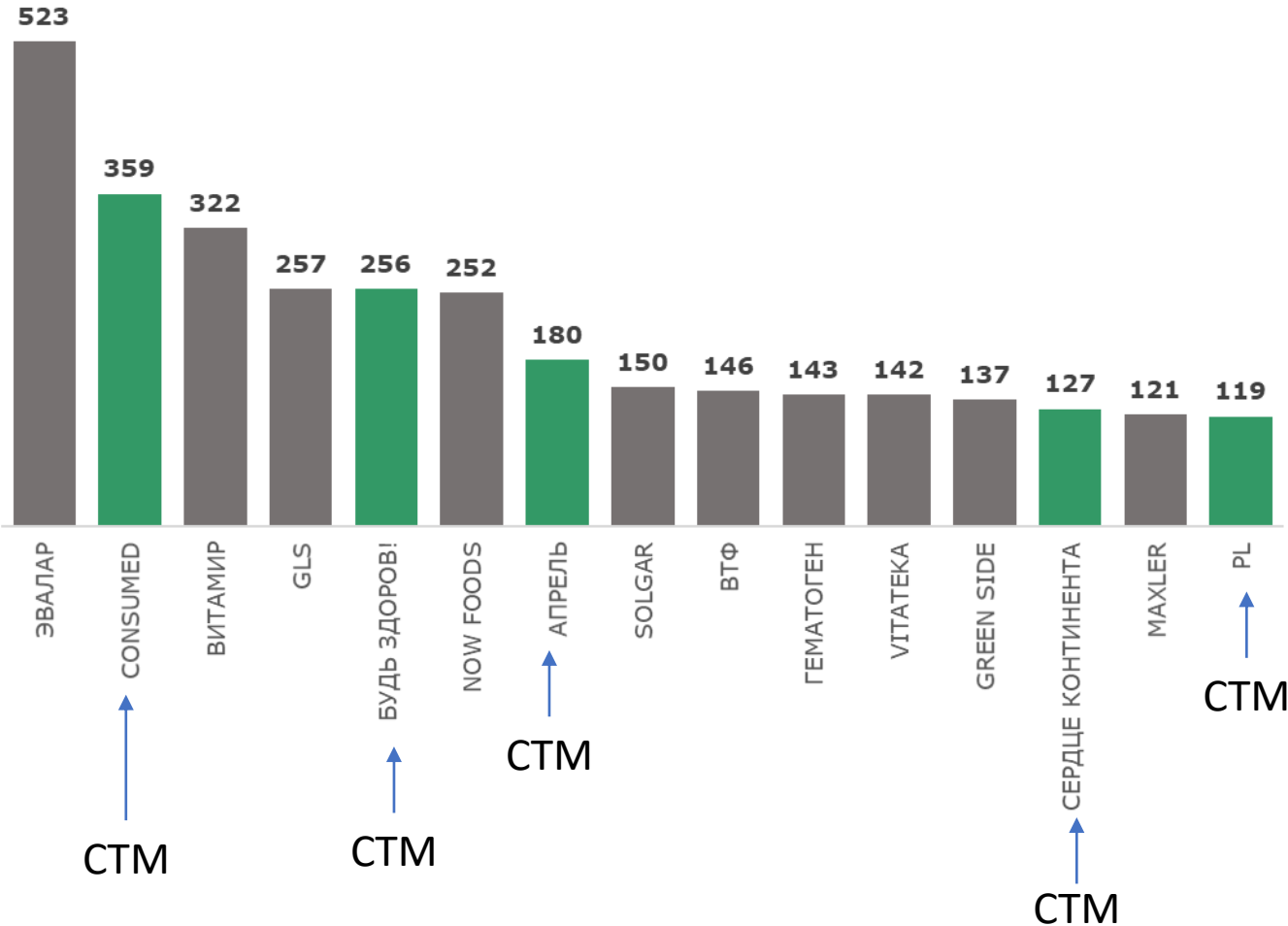
## Маркетплейсы

Объем, млрд. шт.



# Аптечные продажи: БАД – это **широкие ассортиментные линейки**

Количество СКЮ в линейке БАД (топ-15 по количеству)



Больше 100 СКЮ – 19 брендов

50-100 СКЮ – 45 брендов

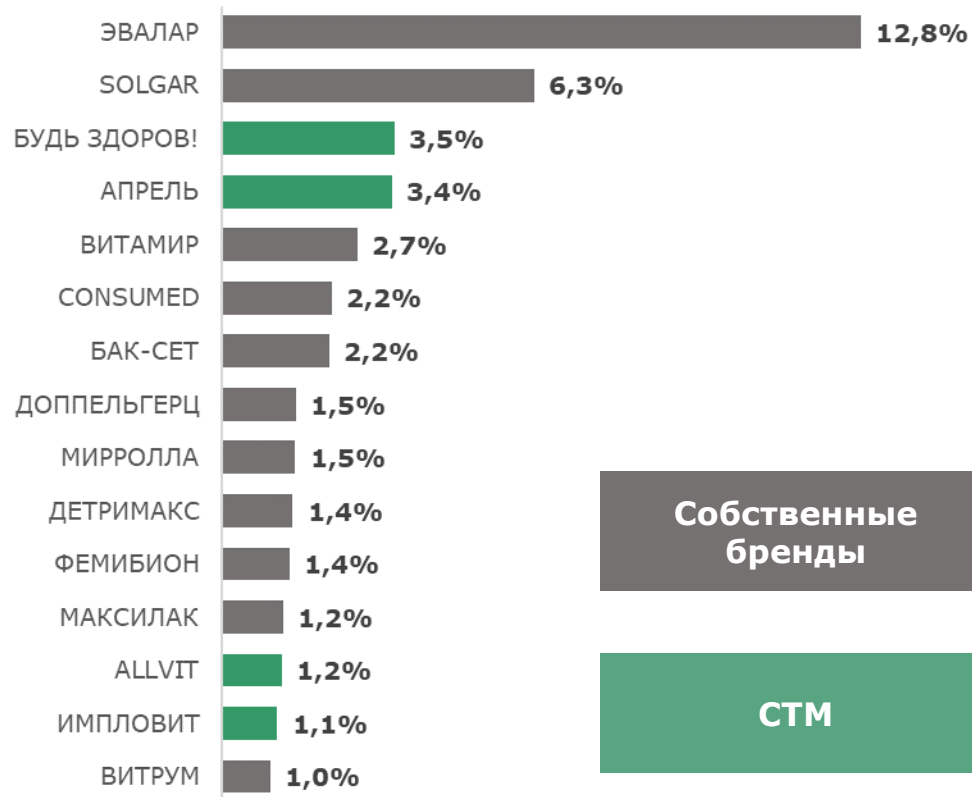
20-50 СКЮ – 140 бренда

2-20 СКЮ – около 1600 брендов

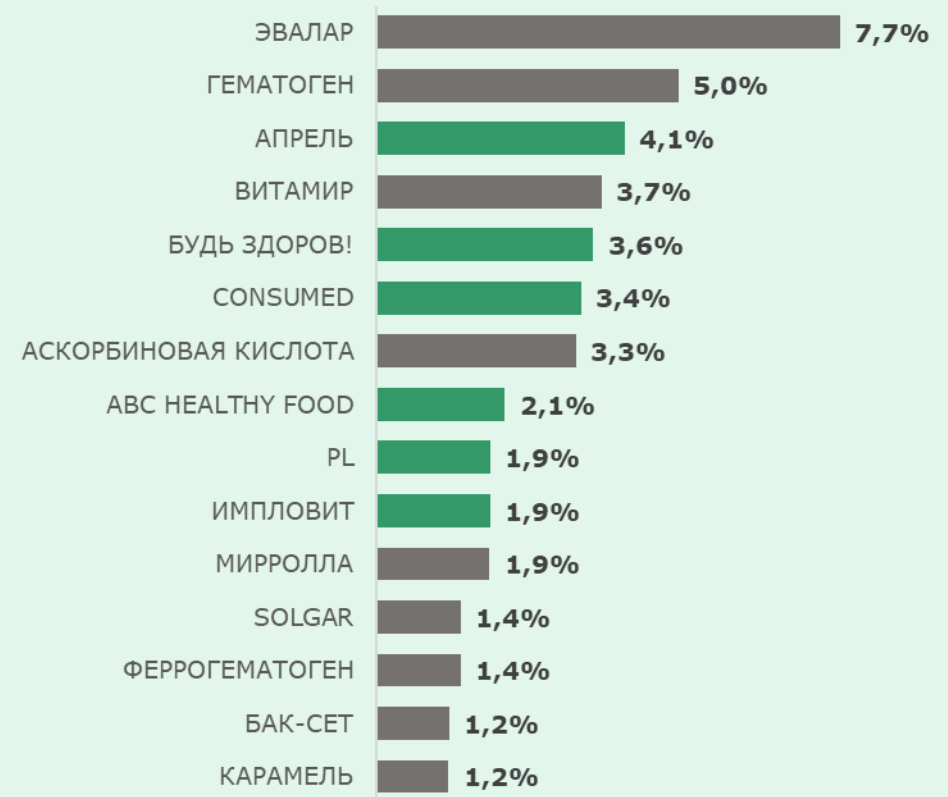
Монобренд (1 СКЮ) – около 1770 брендов

# Аптечные продажи: В рейтинге брендов по упаковкам 6 СТМ сетей

ТОП-15 брендов 2025, руб.



ТОП-15 брендов 2025, упак.



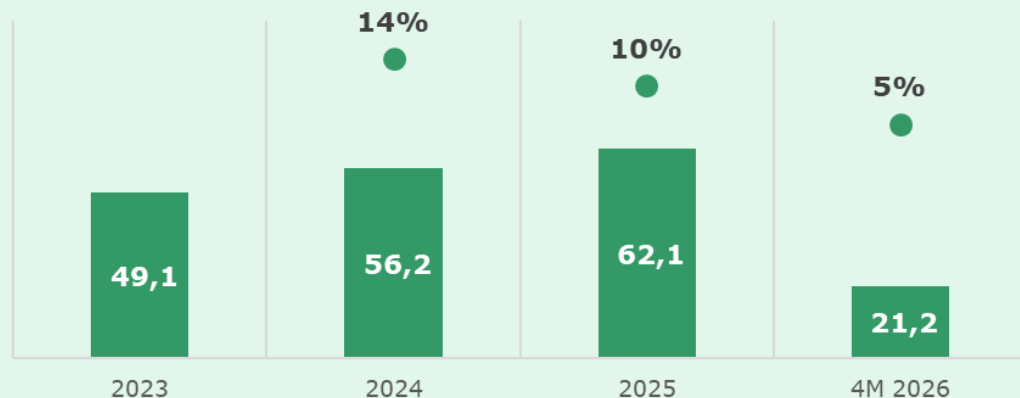


# На аптечную косметику сильнее влияет конкуренция других каналов продаж, особенно на селективную

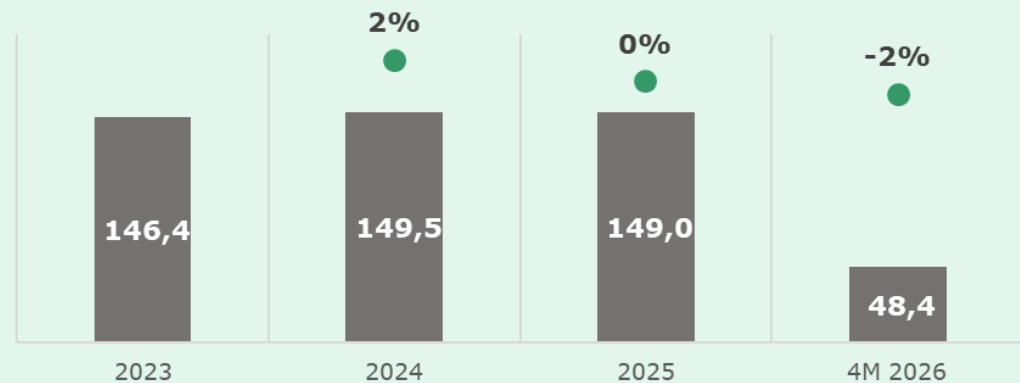
Доля селективной косметики в продажах аптек снизилась за последний год на 3% до 33,7%

## Аптечная косметика в целом

Объем, млрд. руб.

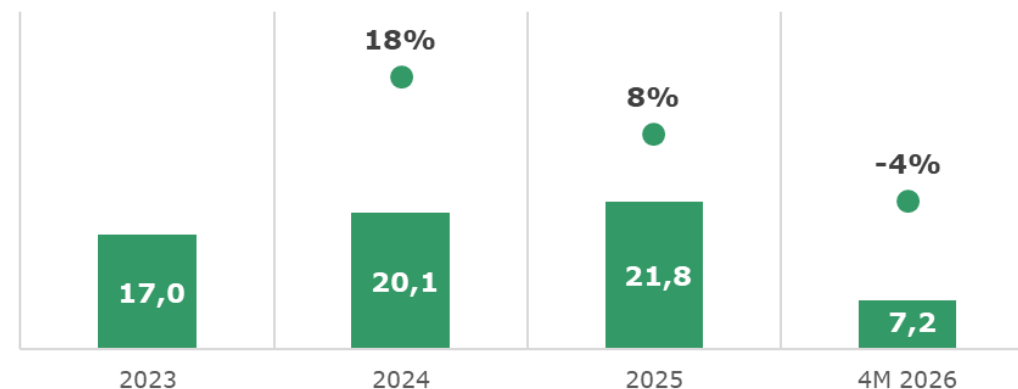


Объем, млн. упак.

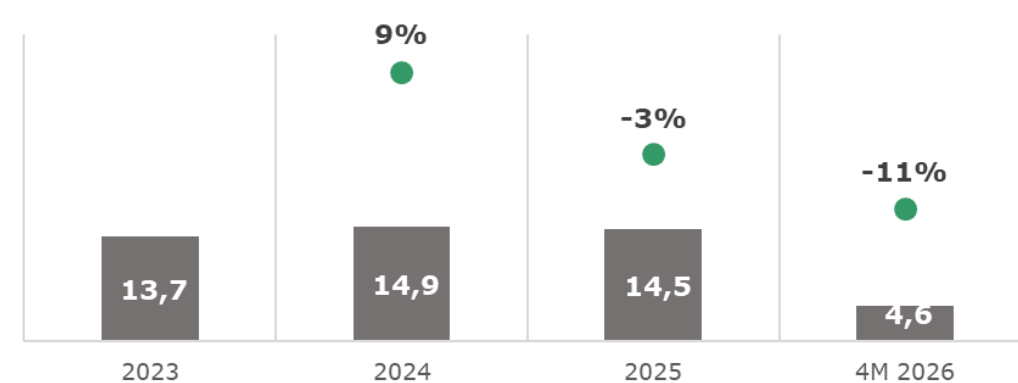


## Селективная косметика в аптеках

Объем, млрд. руб.



Объем, млн. упак.



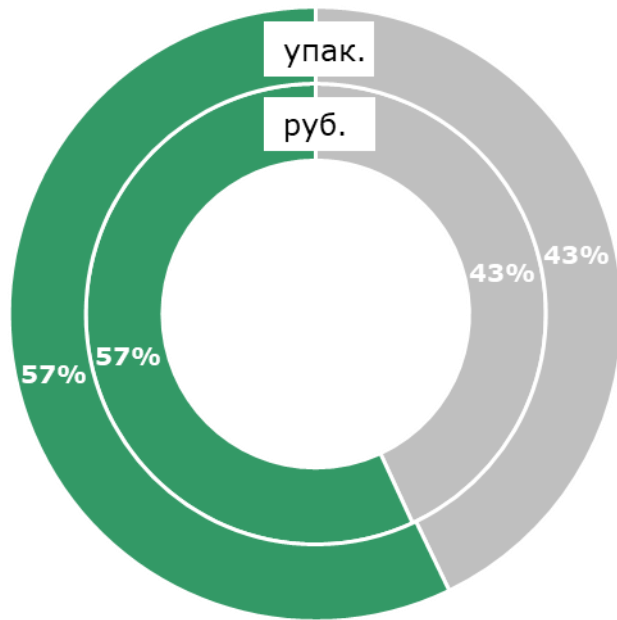
# Объемы продаж селективной косметики на маркетплейсах всего на меньше 25% меньше, чем в аптеках

Объем, млрд. руб.

21,8 —————> 38,3 <----- 16,5

Объем, млн. упак.

14,5 —————> 25,5 <----- 10,9



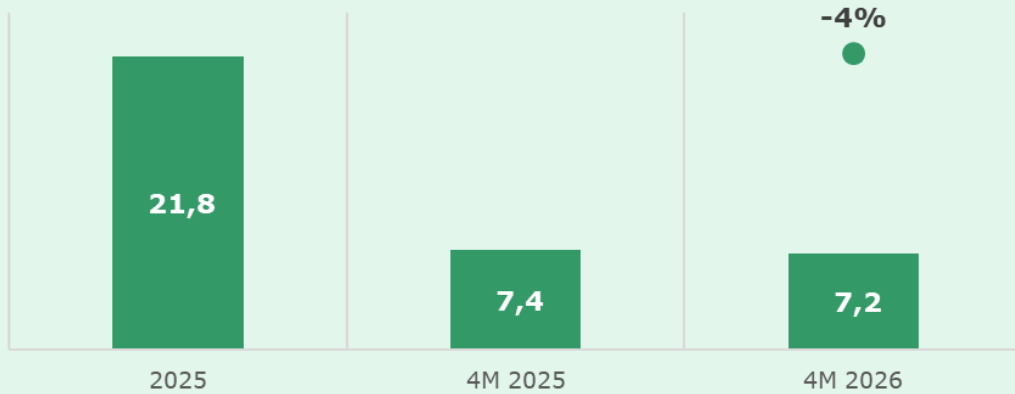
■ Маркетплейсы ■ Аптечные продажи



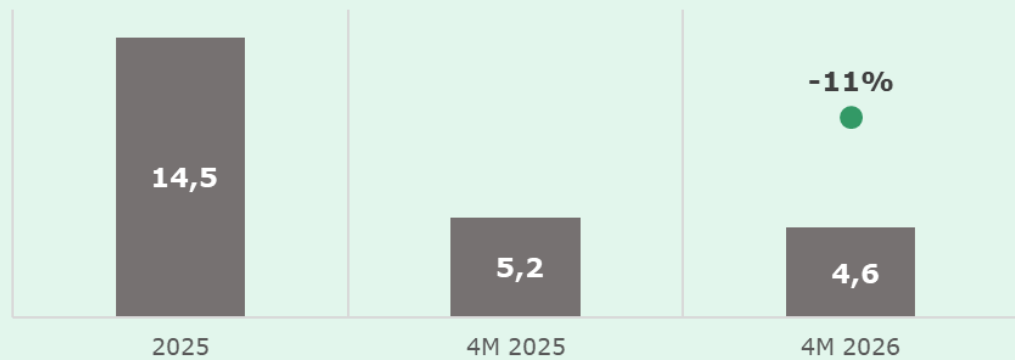
**Прирост косметики на маркетплейсах положительный как в рублях, так и в упаковках, а в аптеках отрицательный**

**Аптечный рынок**

Объем, млрд. руб.

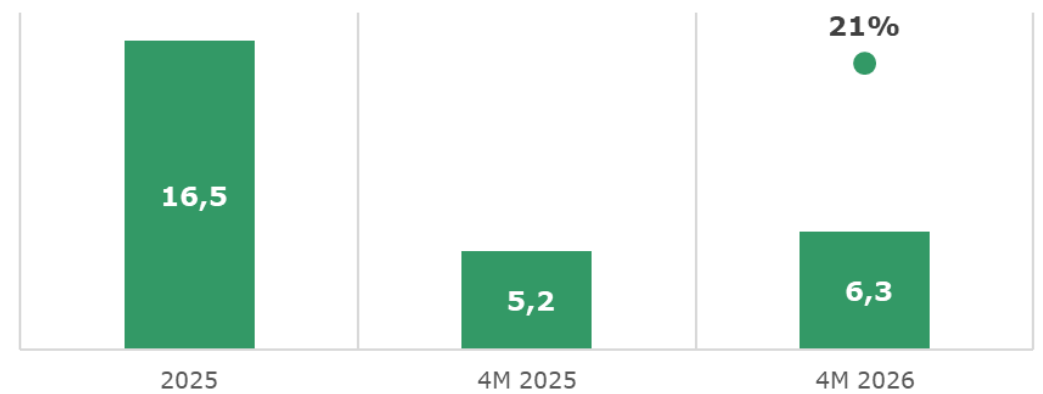


Объем, млн. упак.

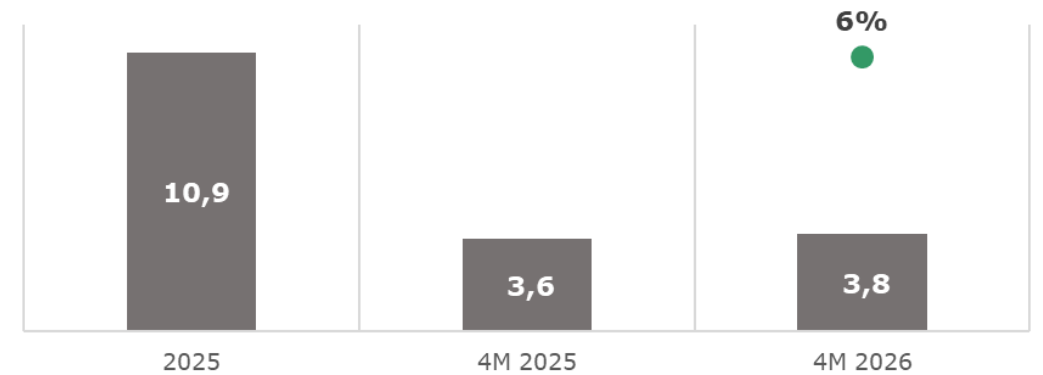


**Маркетплейсы**

Объем, млрд. руб.



Объем, млн. упак.



## Аптечный рынок

ТОП-10 брендов, 2025

$\Sigma = 91\%$

Бренд	Доля, руб.
▪ <b>LA ROCHE-POSAY</b>	<b>27,0%</b>
▪ BIODERMA	17,3%
▪ <b>VICHY</b>	<b>16,7%</b>
▪ LIBREDERM	10,5%
▪ <b>URIAGE</b>	<b>5,9%</b>
▪ AVENE	5,8%
▪ <b>TOPICREM</b>	<b>2,2%</b>
▪ DUCRAY	1,8%
▪ <b>EUCERIN</b>	<b>1,8%</b>
▪ 8.1.8 BEAUTY FORMULA	1,6%

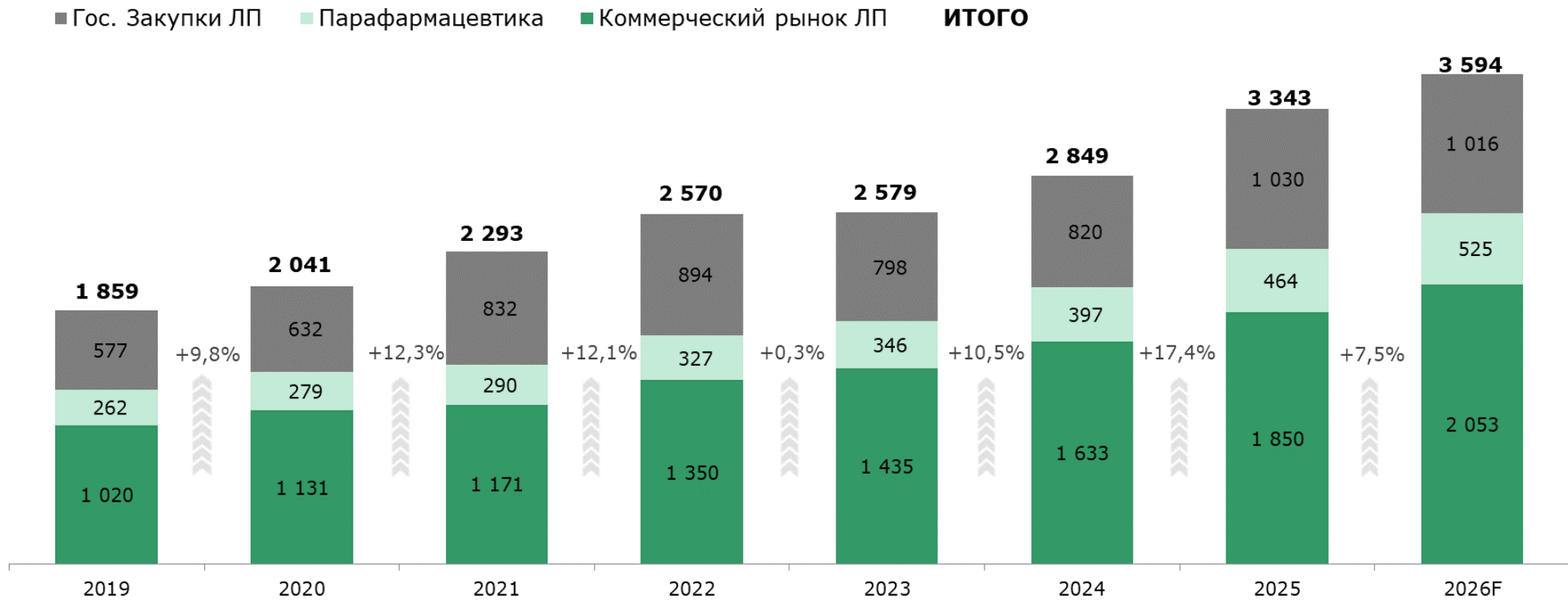
## Маркетплейсы

ТОП-10 брендов, 2025

$\Sigma = 77\%$

Бренд	Доля, руб.
▪ <b>LA ROCHE-POSAY</b>	<b>17,9%</b>
▪ VICHY	13,3%
▪ <b>BIODERMA</b>	<b>11,6%</b>
▪ ✓ ГЕЛЬТЕК	10,2%
▪ <b>LIBREDERM</b>	<b>7,5%</b>
▪ ✓ SESDERMA	4,9%
▪ <b>URIAGE</b>	<b>3,9%</b>
▪ DUCRAY	2,9%
▪ <b>AVENE</b>	<b>2,7%</b>
▪ EUCERIN	2,2%

## Динамика емкости фармацевтического рынка России, млрд. руб.





Актуальная информация  
о фармрынке

[WWW.DSM.RU](http://WWW.DSM.RU)

и на страницах DSM Group:



@DSMGROUP\_NEWS