



АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
МОСКВЫ

РБК Исследования рынков

Рынок БАД в России

Декабрь 2023

© ГБУ «Агентство инноваций Москвы»



1 | Рынок БАД в России: объем, структура и драйверы роста

стр. 5

2 | Ключевые игроки рынка

стр. 12

3 | Потребители БАД в России

стр. 17

Российский рынок БАД стабильно растет

За 2018 – 2022 годы рынок увеличился в 1,2 раза в натуральном и более чем в 2 раза в стоимостном выражении. По прогнозам, в 2023 году он вырастет еще на 13% и 23% соответственно.

Несмотря на бурное развитие рынка, потребление добавок в России пока в разы ниже, чем в США и Европе. Поэтому в перспективе рынок продолжит расти.

Ключевые драйверы развития рынка

- Рост популярности здорового образа жизни среди россиян;
- Легализация онлайн-торговли БАД в 2020-2021 годах;
- Уход зарубежных игроков и освобождение новых ниш на рынке.

Российский рынок БАД отличается довольно высоким уровнем конкуренции

На рынке доминируют небольшие компании-производители, а на тройку лидеров приходится всего 23% от общего объема.

На рынок активно выходят компании из смежных отраслей (пищевой промышленности, косметики, рыболовства), а существующие игроки расширяют производственные мощности. Более 15 инвестиционных проектов по созданию или расширению производства БАД анонсировано в России.

Растет популярность СТМ-марок из-за их более низкой стоимости

СТМ как эффективный способ выхода на новый для них рынок используют аптечные сети, ритейлеры и

косметические бренды. Так, доля СТМ на аптечном рынке БАД выросла более чем в три раза за последние 4 года и составила 12% от общего объема продаж в стоимостном выражении в 2022 году.

Рост спроса на СТМ стимулирует производителей БАД предлагать услуги контрактного производства. При этом компании, оказывающие такие услуги, растут динамичнее, чем рынок в целом.

В структуре рынка преобладают БАД общеукрепляющего действия, но динамично растет спрос на узкоспециализированные добавки

Структура спроса стабильна последние три года: треть от общего объема продаж приходится на БАД, действующие на организм в целом. Однако наиболее динамично растут продажи добавок для решения отдельных функциональных проблем, в первую очередь почек и мочевыводительной системы, а также дыхательной и кроветворной систем.

По составу наиболее популярны БАД с витаминами D, C и магнием: их за последний год в России приобретал каждый третий покупатель.

Продуктовые тренды развития рынка в мире пока не сильно выражены в России

Производители БАД в мире активно экспериментируют как с составом, так и с формой выпуска продукции. По составу растет спрос на добавки с пробиотиками, протеином и коллагеном. При этом БАД все чаще начинают выпускать не только в таблетках, но и в виде жевательных пастилок, мармелада, патчей или жидкой форме.

На российском рынке данные тренды пока не сильно

выражены. Так, всего менее 20% россиян покупали за последний год добавки с коллагеном или пробиотиками. Даже в ассортименте 25 крупнейших производителей новые форматы (жевательные пастилки, жидкости) занимают менее 10%.

Более 60% россиян покупали БАД за последний год

Чаще БАД покупают женщины и молодые люди (18-34 лет), с доходом выше среднего.

Почти половина покупателей БАД приобретают их не только для себя, но и для близких: супруги(-а), детей, родителей. Большинство покупает не более пяти упаковок в год преимущественно офлайн, полагаясь на советы врачей и родственников. При этом основными критериями выбора выступают цена и эффективность препарата.

Почти 40% покупателей увеличили расходы на БАД за последний год

Это связано в первую очередь с увеличением стоимости добавок из-за роста цен на импортную продукцию и перебоев с поставками компонентов для производства. Несмотря на это многие продолжают покупать дорогие добавки, не желая переходить на более дешёвые аналоги.

БАД (биологически активные добавки) – это природные/идентичные природным биологически активные вещества, предназначенные для употребления одновременно с пищей или введения в состав пищевых продуктов

Особенности

- не являются лекарством;
- представляют собой дополнительный источник биологически активных веществ, в том числе аминокислот, пищевых волокон, витаминов и минеральных веществ, способствуют ликвидации дефицита макро и микронутриентов, оптимизации пищевого рациона;
- контроль за оборотом БАД осуществляет Роспотребнадзор;
- с 1 января 2021 года [разрешена](#) онлайн-продажа;
- с 1 октября 2023 года введена обязательная маркировка БАД.

КЛАССИФИКАЦИИ БАД

По функциональному воздействию на организм человека

Разработана [DSM Group](#), используется при анализе аптечных продаж БАД

| | |
|---|--|
| A | БАД, действующие на пищеварительную систему |
| B | БАД, действующие на кроветворную систему |
| C | БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы |
| D | БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами |
| G | БАД, влияющие на репродуктивную систему |
| H | БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции |
| I | БАД, поддерживающие функцию иммунной систем |
| J | БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях |
| M | БАД, применяемые при заболеваниях костной системы |
| N | БАД, влияющие на функции центральной нервной системы |
| O | БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы) |
| R | БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы |
| S | БАД, действующие на органы чувств |
| T | БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях |
| U | БАД, действующие на мочевыделительную систему |
| V | БАД, действующие на организм в целом |
| W | БАД для похудения и очищения организма |

По составу

Разработана в рамках [Реестра лекарственных средств России](#)

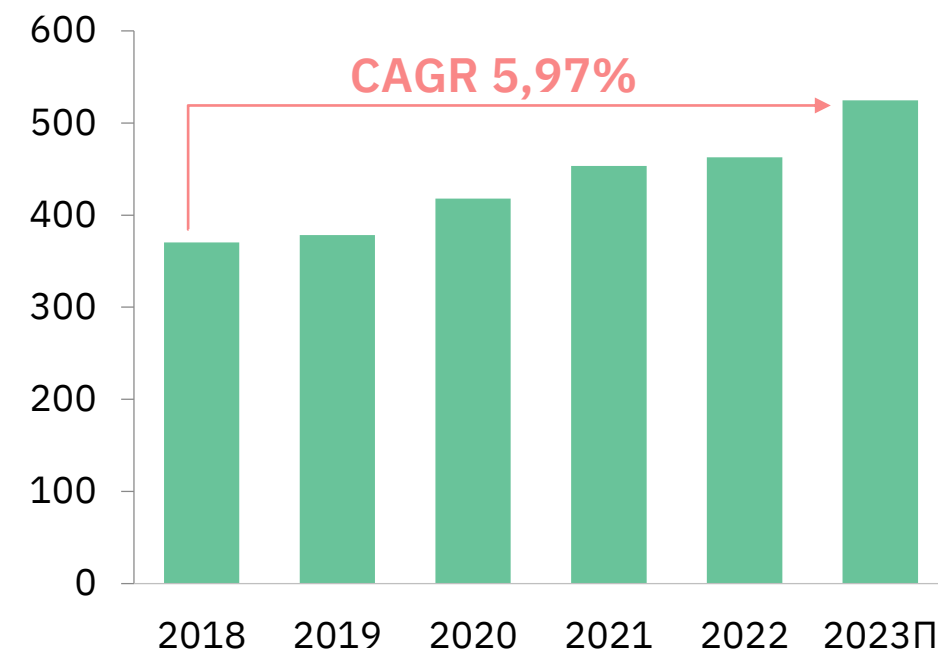
| | |
|----|--|
| 1 | Бальзамы, чай, взвары, сборы |
| 2 | Белки, аминокислоты и их производные |
| 3 | Витаминно-минеральные комплексы |
| 4 | Витамины, витаминоподобные вещества и коферменты |
| 5 | Естественные метаболиты |
| 6 | Жиры, жироподобные вещества и их производные |
| 7 | Макро- и микроэлементы |
| 8 | Полифенольные соединения |
| 9 | Пробиотики и пребиотики |
| 10 | Продукты пчеловодства |
| 11 | Продукты растительного, животного или минерального происхождения |
| 12 | Углеводы и продукты их переработки |
| 13 | Ферменты растительного или микробного происхождения |
| 14 | Другие БАД |
| 15 | Сырье для БАД |

ОБЪЁМ РЫНКА БАД В РОССИИ

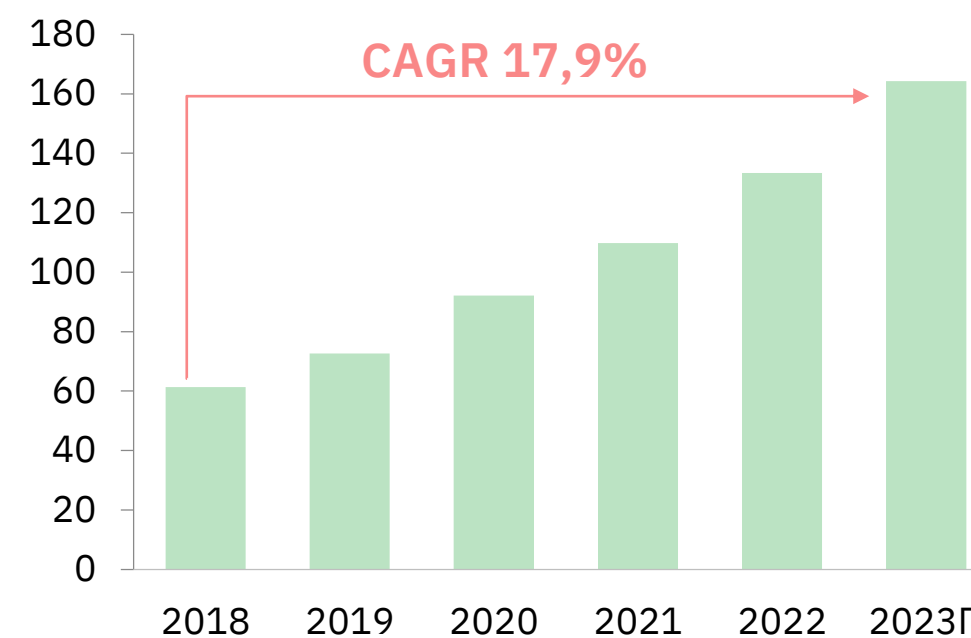
Рынок стабильно растет: за 2018 – 2022 годы он увеличился в 1,2 раза в натуральном и более чем в два раза в стоимостном выражении. По прогнозам, в 2023 году он вырастет еще на 13% и 23% соответственно. Потенциал дальнейшего роста сохраняется, т.к. Россия продолжает отставать от западных стран по объемам трат на БАД.

Объём российского рынка БАД

в натуральном выражении, млн упаковок

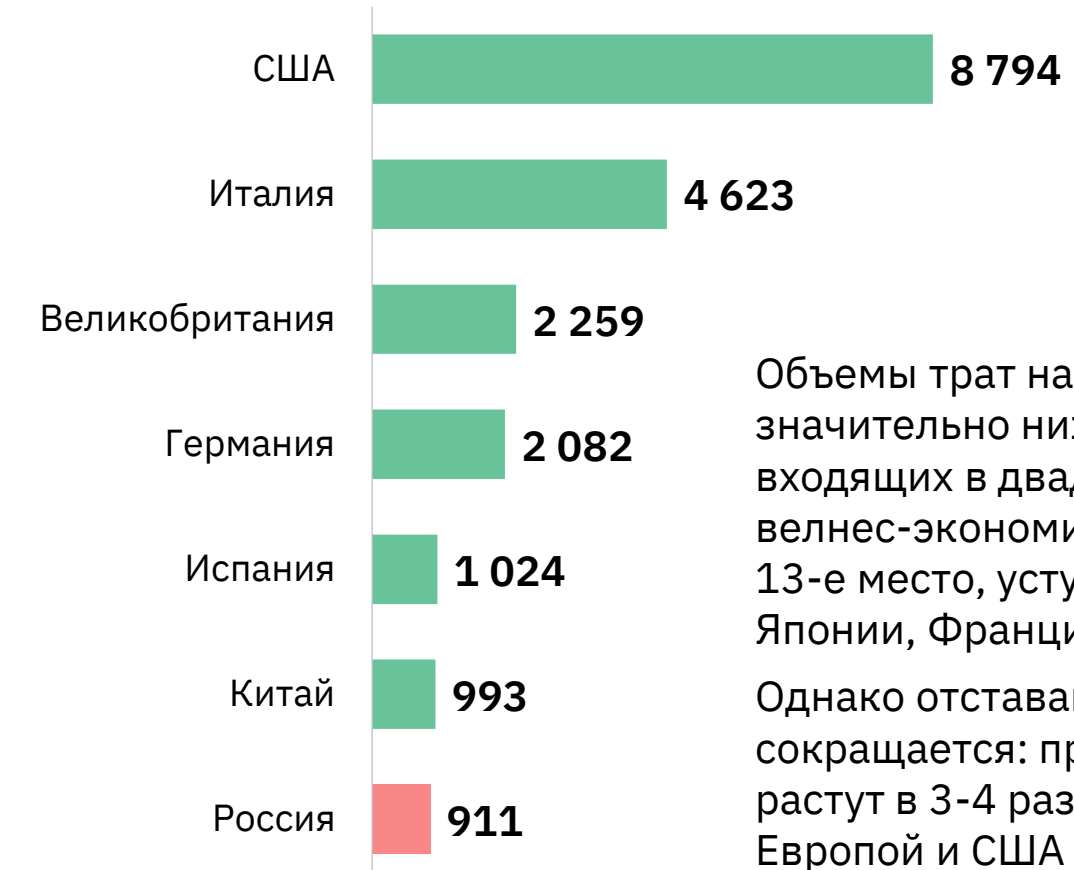


в стоимостном выражении, млрд руб.



Расходы на БАД 2022

в расчете на душу населения, руб.



Объемы трат на БАД в России значительно ниже, чем в других странах, входящих в двадцатку крупнейших велнес-экономик мира (Россия занимает 13-е место, уступая США, Китаю, Японии, Франции и др.).

Однако отставание планомерно сокращается: продажи БАД в России растут в 3-4 раза быстрее в сравнении с Европой и США и вдвое быстрее Китая.

1 157

компаний-производителей БАД в России (2022)

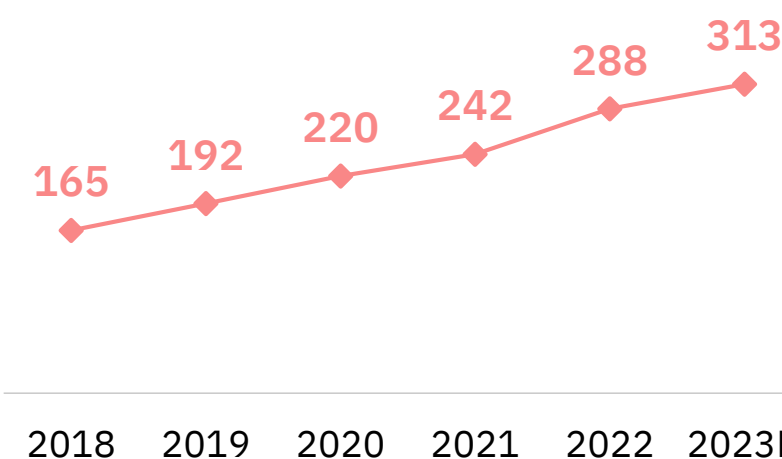
3 200

брендов БАД (2022)

+500

новых брендов появилось на рынке в 2022 году

средневзвешенная цена за одну упаковку, руб.



Пандемия усилила и так растущий тренд на здоровый образ жизни и заботу о здоровье, что в свою очередь стимулировало рост интереса к витаминам и БАД, особенно для укрепления иммунной системы.

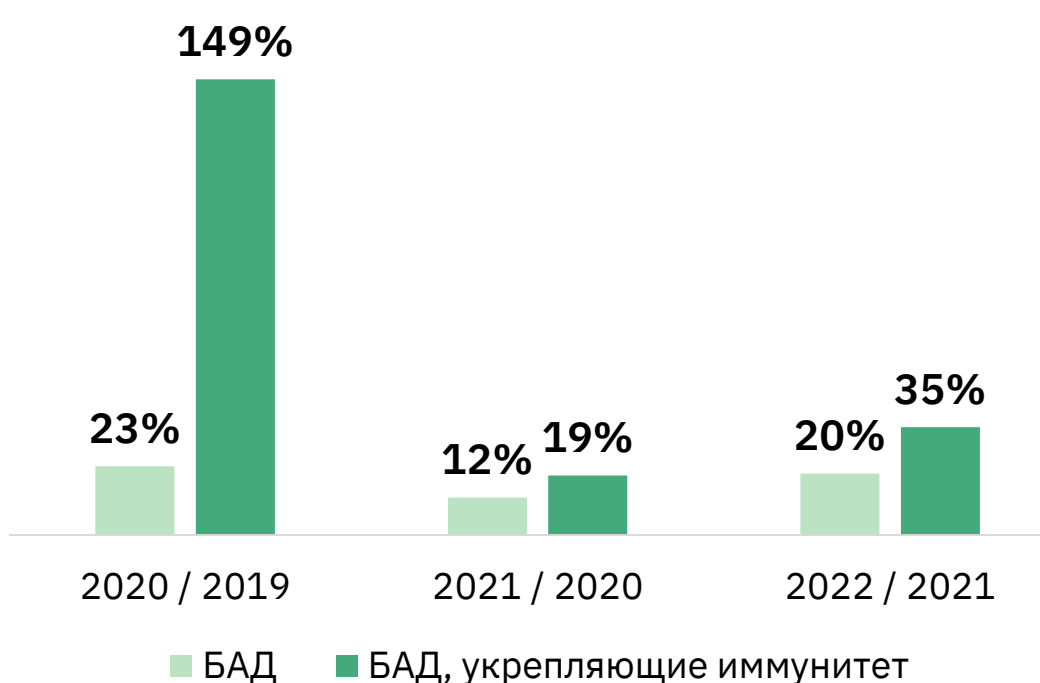
1 УСИЛЕНИЕ ВНИМАНИЯ К ЗДОРОВЬЮ ПОСЛЕ ПАНДЕМИИ COVID-19

Внимание к своему здоровью, в частности иммунитету, начало расти во время COVID-19, однако сохранилось и после активной фазы пандемии:

- В 2023 году почти 70% россиян старше 18 лет внимательно относятся к своему здоровью, что на 4,6 п.п. больше, чем годом ранее. Почти треть занимается спортом, а каждый второй стал принимать больше витаминов и БАД.
- Желание укрепить здоровье отразилось на продажах БАД. Аптечные продажи всех добавок в 2022 году выросли на 20% относительно 2021 года и на 63% относительно 2019 года. При этом продажи БАД для поддержания иммунной системы увеличились на 35% и 303% соответственно. Предсказуемо сильнее всего выросли продажи добавок, включенных в протоколы лечения: витамина D (x4 раза), цинка (x3) и витамина С (x2).

Государство поддерживает интерес к здоровому образу жизни за счет нескольких федеральных проектов, призванных увеличить долю россиян, превентивно обращающихся в медицинские учреждения, систематически занимающихся спортом и т.д.

Динамика аптечных продаж БАД в стоимостном выражении, DSM Group

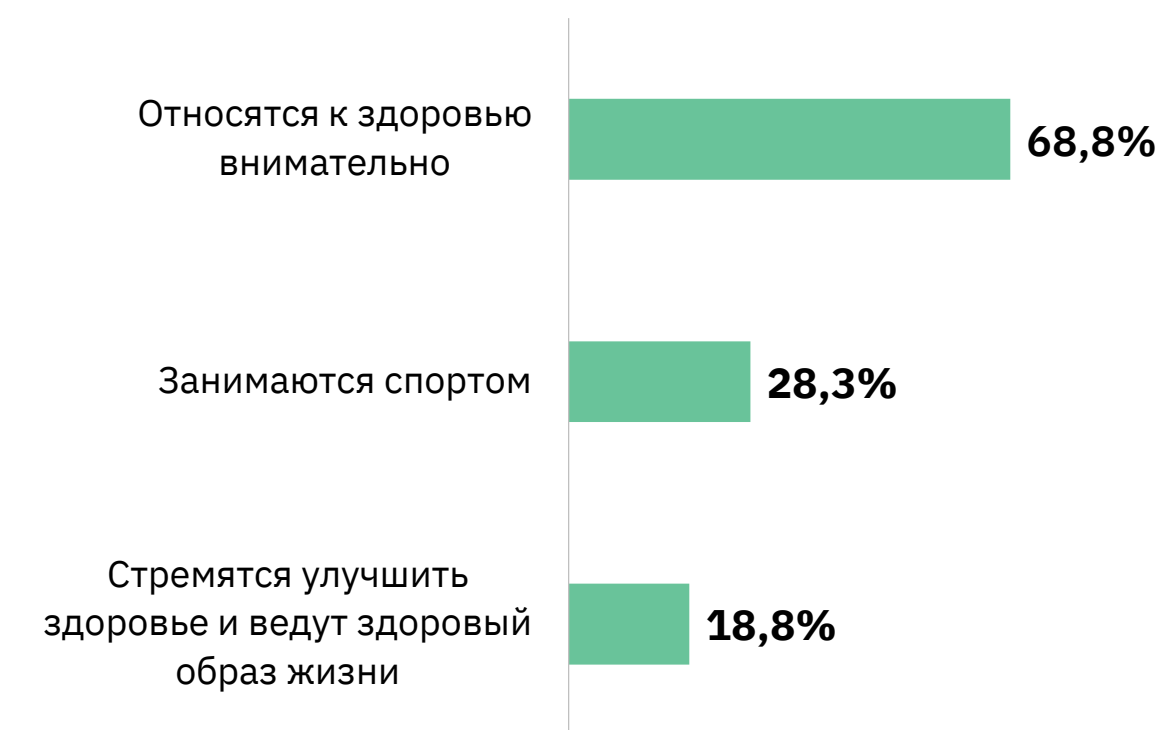


Прирост продаж в 2022 году по сравнению с 2019 годом

+63%
БАД (всего)

+303%
БАД, укрепляющие иммунитет

Отношение россиян к здоровому образу жизни % от общего числа респондентов, СберСтрахование



69%
россиян внимательно относятся к здоровью

51%
россиян стали чаще принимать витамины и БАД

ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ. РОСТ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ

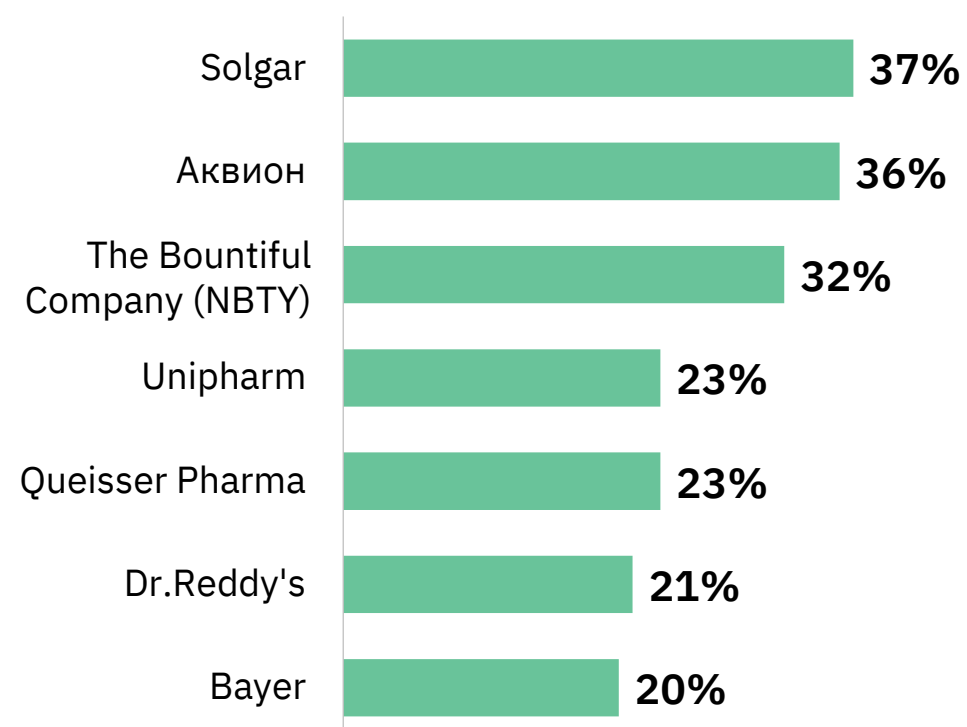
Благодаря легализации дистанционной торговли БАД онлайн-продажи добавок выросли в четыре раза за 2020–2022 годы и продолжают расти. В результате доля интернет-коммерции на рынке БАД в 2023 году может составить более 40%.

2 ЛЕГАЛИЗАЦИЯ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ БАД В РОССИИ

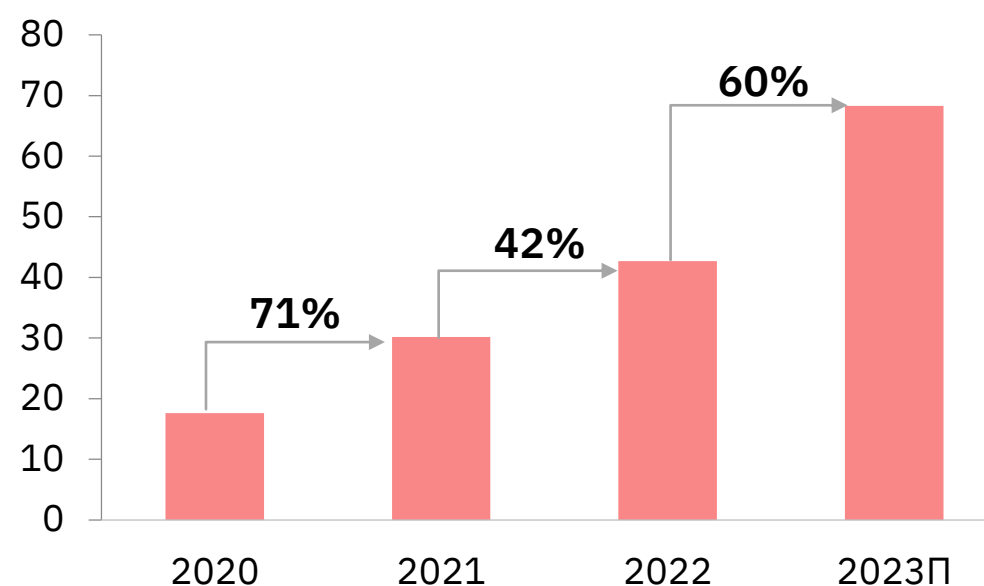
В 2020-2021 годах были сняты ограничения на дистанционную торговлю БАД. Благодаря этому онлайн-продажи добавок кратно выросли уже в 2022 году и, по прогнозам, рост только ускорится, а доля онлайн-продаж на рынке БАД составит 42% в 2023 году.

Среди онлайн-каналов продаж особенно активно развиваются маркетплейсы. Прогнозируется, что их доля превысит долю онлайн-аптек в 2023 году.

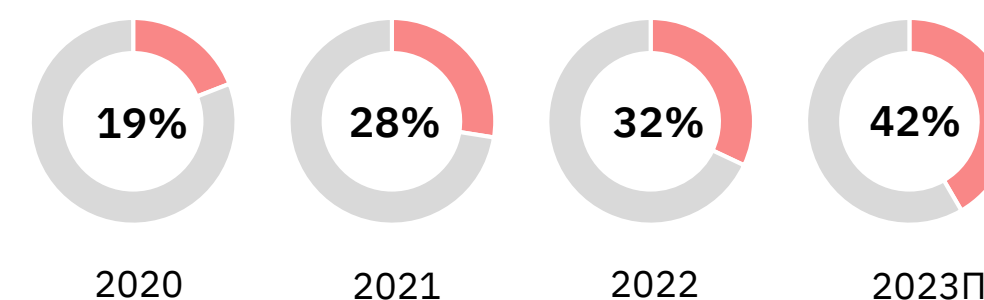
Доля онлайн-сегмента в продажах компаний 2022



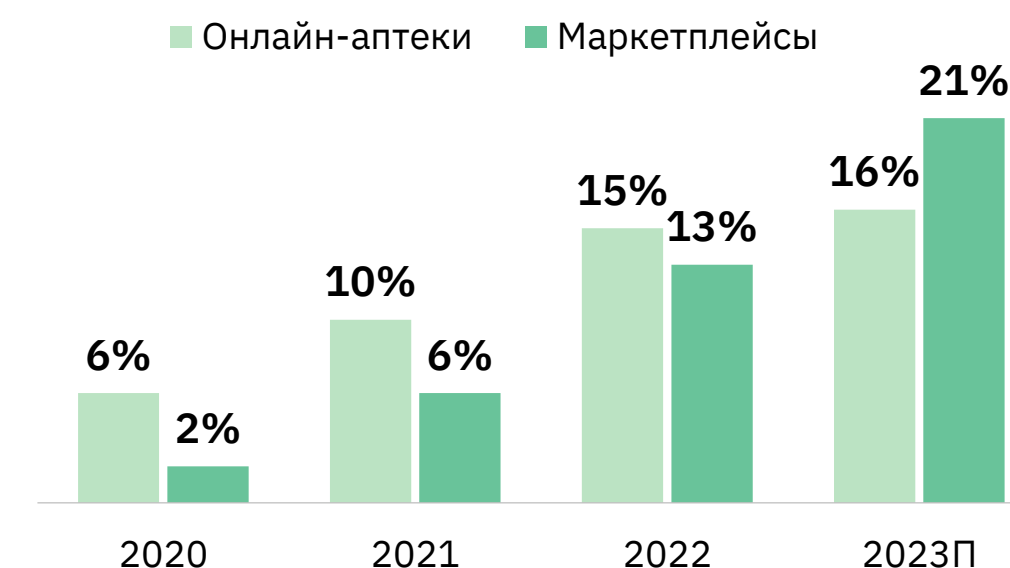
Онлайн-продажи БАД в России млрд руб.



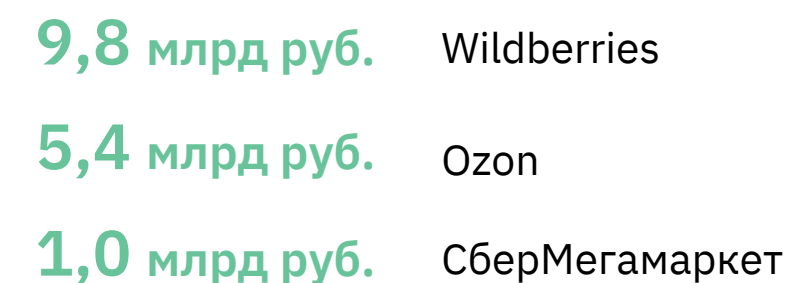
Доля онлайн-продаж БАД % от объема рынка БАД в России



Доля маркетплейсов и онлайн-аптек в структуре продаж БАД в России



Топ-3 маркетплейса по продажам БАД 2022






ДРАЙВЕРЫ РАЗВИТИЯ. УХОД ИНОСТРАННЫХ ИГРОКОВ

Уход зарубежных игроков стимулировал российских производителей расширять производство, в т.ч. за счет выпуска СТМ. Помимо фармкомпаний активизировались производители косметики и ингредиентов (сырья), ритейлеры, а также компании пищевой промышленности и сельского хозяйства.

3 УХОД ИНОСТРАННЫХ ИГРОКОВ → АКТИВИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

После февраля 2022 года ряд зарубежных компаний в той или иной форме приостановили деятельность в России:

| | |
|---|--|
| Полностью ушли из России |  |
| Полностью или частично прекратили поставки |  |
| Приостановили инвестиции и отказались от рекламных кампаний |  |

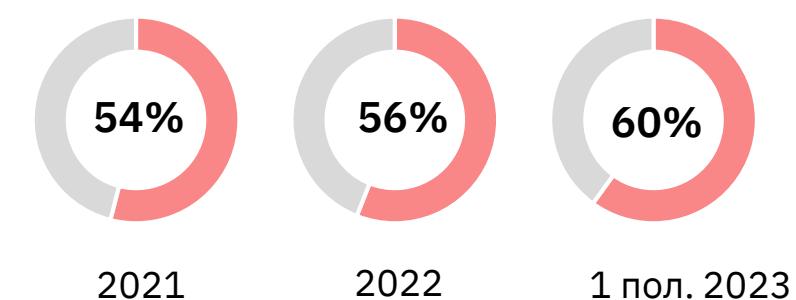
Российские производители БАД расширяют производство: запускают новые производственные линии, строят заводы, инвестируют в логистическую и транспортную инфраструктуру. На рынок выходят игроки из других отраслей: пищевой промышленности, сельского хозяйства и т.д. Производство ими собственных торговых марок (СТМ) повышает спрос на контрактное производство*. Потребители поддерживают активность производителей, все чаще выбирая отечественные бренды.

20 компаний объявили о расширении или запуске новых производств БАД с перспективой до 2028 года

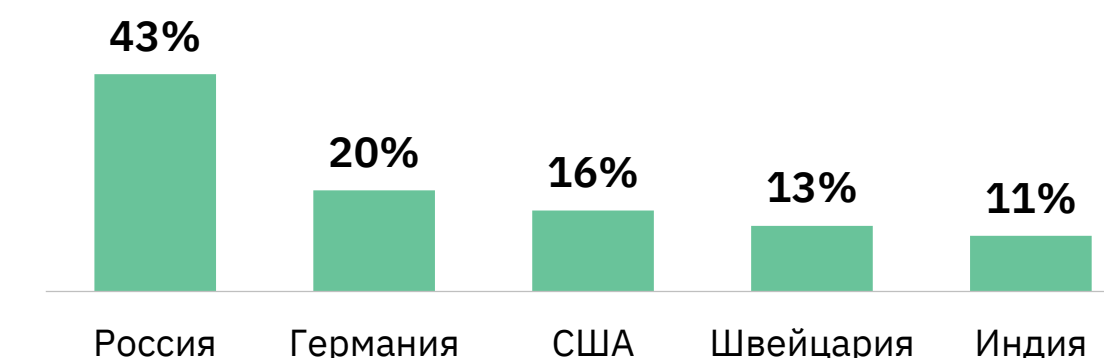
13 из 15 крупнейших российских производителей БАД предоставляют услуги контрактного производства

на 98% увеличились продажи СТМ БАД в 2022 году в денежном выражении

Доля отечественных БАД в структуре аптечных продаж



Топ-5 стран происхождения БАД, которые выбирают россияне Опрос 1 450 россиян, август 2023 г.



* Подробнее на [слайде 16](#)

СТРУКТУРА РЫНКА БАД В РОССИИ

Структура спроса стабильна последние три года: с большим отрывом лидируют БАД, действующие на организм в целом. Однако быстрее других растут продажи добавок с целевым функциональным действием, в первую очередь для решения проблем с почками и мочевыводительной системы, а также дыхательной и кроветворной систем.

Типы БАД по направленности действия



- Треть от общего объема рынка приходится на добавки, оказывающие благотворное действие на организм в целом, однако их доля в структуре рынка сокращается – с 34,1% до 32,3% за 2020-2022 годы.
- Наиболее динамично растут продажи БАД с целевым функциональным действием. Лидером по темпам роста являются препараты, действующие на мочевыводительную систему (почки, профилактика цистита и образование камней в почках). За 2020-2022 годы их продажи выросли в 2,6 раза. В частности, в 2022 году продажи добавок «Урефрон», «Реналис» и «Уронекст» в аптеках увеличились соответственно на 273,6%, 172% и 138%.
В Топ-3 быстрорастущих категорий также оказались препараты от простуды, боли в горле и насморка (+104%) и БАД, благотворно действующие на кроветворную систему (+87%).
- Напротив, наблюдается снижение спроса на добавки для похудения и очищения организма (-16%). Так, в частности объёмы реализации линеек «Редуксин», «Турбослим» и «Летающая Ласточка» упали в 2022 году на 22,4%, 18,3% и 11,9% соответственно.

Производители БАД в мире активно экспериментируют как с составом, так и с формой выпуска продукции. На российском рынке данные тренды пока не сильно выражены.

НОВЫЕ ИНГРЕДИЕНТЫ

Заметно растет интерес к БАД на основе определенных ингредиентов: пробиотиков, протеина (в составе спортивного питания) и коллагена.

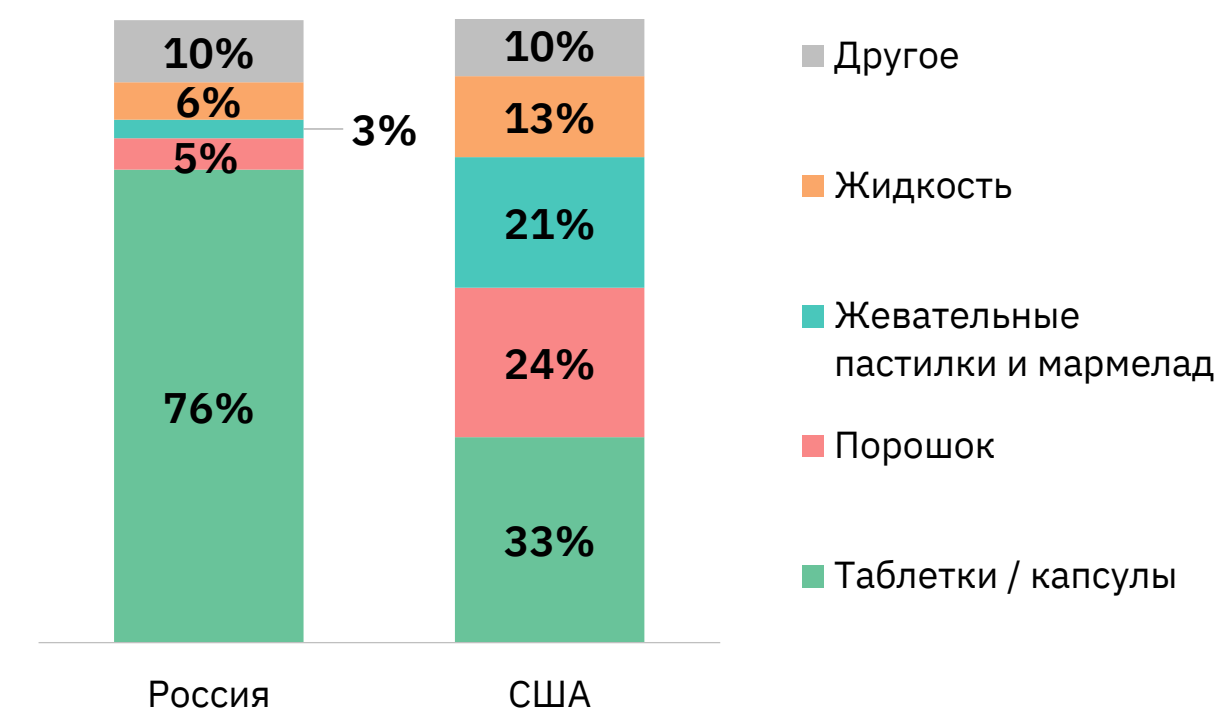
| | Объем мирового рынка | | |
|---|----------------------|-------------|----------------|
| | 2022 | 2030 | CAGR 2023-2030 |
| Пробиотики Спрос на пробиотики в мире и России особенно вырос в период пандемии, т.к. врачи назначали их в дополнение к медикаментозному лечению. В России продажи БАД для пищеварительной системы выросли на 49% за 2022 год. Производители инвестируют в новые производственные площадки пробиотиков («Ставропольский», «Эфко» и др.). Research And Markets | \$18 млрд | \$51,6 млрд | 14,1% |
| Протеин и спортивное питание Спрос на спортивное питание, в т.ч. протеин, растет как со стороны людей, занимающихся спортом, так и со стороны пожилых, которым необходимо компенсировать возрастной дефицит белка. В России пока доля потребителей протеина в 2 раза отстает от мировой, а в ассортименте 25 ведущих производителей спортпит занимает всего около 7%. Virtue Market Research | \$44 млрд | \$76 млрд | 8% |
| Коллаген Рост популярности коллагена как БАД объясняется широким спектром применения (косметология, укрепление суставов и т.д.) и более низкой ценой по сравнению с инъекционными препаратами*. В 2022 году в России ассортиментный ряд БАД с коллагеном вырос на 63%, а оборот в стоимостном выражении – на 59%. Market Research Future | \$2,2 млрд | \$3,1 млрд | 5,2% |

НОВЫЕ ФОРМЫ ВЫПУСКА

В мире постоянно появляются новые формы выпуска БАД: жидкости, жевательные пастилки, патчи. Эксперименты производителей пользуются спросом у покупателей. Так, за 2019–2023 годы количество поисковых запросов по БАД в форме жевательных пастилок в США выросло в почти в восемь раз.

В России же пока преобладает традиционный формат таблеток и капсул: даже в ассортименте 25 крупнейших производителей новые форматы (жевательные пастилки, жидкости) занимают менее 10%.

Формы выпуска БАД в 2023 году, % ассортимента**



* Однако, эффективность коллагена для кожи до сих пор [не доказана](#)

Источник: РБК Исследования рынков; [DSM Group](#)

** Проанализирован ассортимент 25 ведущих российских и иностранных производителей БАД (в США – по данным amazon.com)

Ключевые игроки рынка

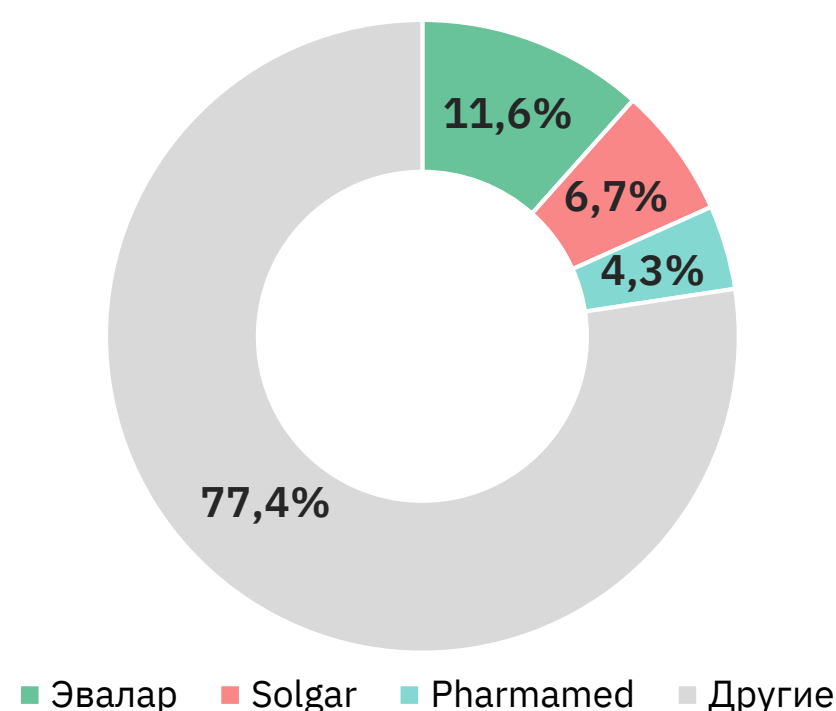


ВЕДУЩИЕ ИГРОКИ РЫНКА БАД В РОССИИ

Российский рынок БАД отличается довольно высоким уровнем конкуренции. На нем доминируют небольшие компании-производители, а на тройку лидеров приходится всего 23% рынка. Компании с наиболее значимым ростом развивают онлайн-продажи, а также предлагают услуги контрактного производства.

СТРУКТУРА РЫНКА ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ

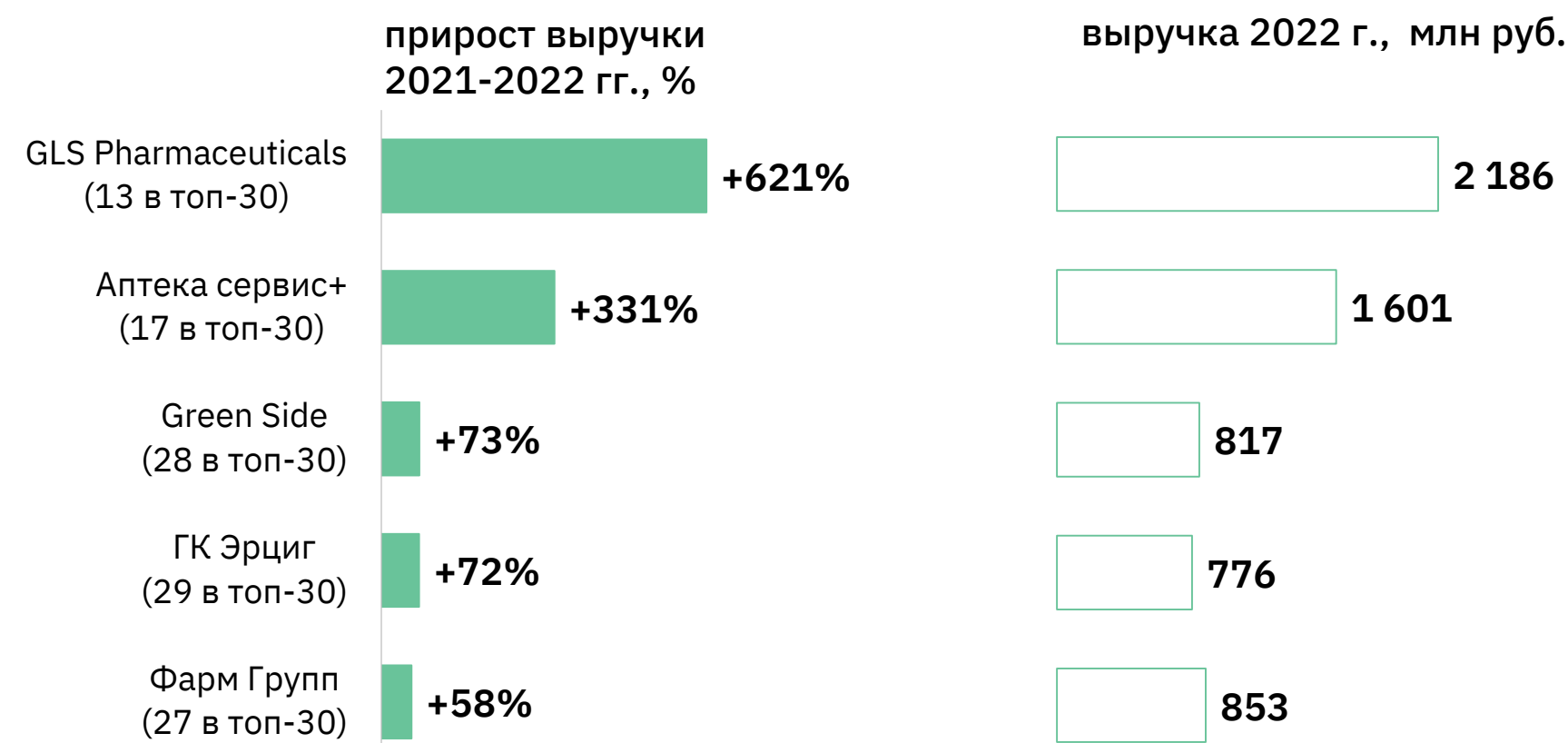
Российский рынок БАД является низкоконцентрированным: топ-3 игрока (Эвалар, Solgar и PharmaMed) занимают лишь 22,6% рынка БАД в 2022 году.



В 2020 – 2022 годах тройка лидеров по объемам производства БАД оставалась неизменной. Позиции других участников рынка неустойчивы вследствие изменчивости спроса на отдельные категории БАД, трансформации рынка из-за ухода зарубежных игроков и перестройки каналов продаж.

НАИБОЛЕЕ ДИНАМИЧНО РАСТУЩИЕ КОМПАНИИ

среди топ-30 компаний по выручке в 2022 году



Наиболее быстрорастущая компания GLS Pharmaceuticals делает ставку на интернет-коммерцию как основной канал продвижения собственной продукции. Её целевая аудитория – россияне 18-34 лет.

Три из топ-5 наиболее быстрорастущих компаний предлагают услуги контрактного производства БАД. К ним относятся Green Side, ГК «Эрциг» и «Фарм Групп». Обороты компаний по итогам 2022 года выросли на 58-73%.

ТОП-30 ИГРОКОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БАД

На 30 крупнейших компаний-производителей БАД приходится 62% от общего объема российского рынка.

| № | Компании | Доля компании на рынке 2022, % | Прирост выручки 2021-2022 гг., % |
|----|---------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 1 | Эвалар | 11,6% | 10,8% |
| 2 | Solgar | 6,7% | 27,7% |
| 3 | Pharmamed | 4,3% | 12,5% |
| 4 | Unipharm | 3,3% | 9,1% |
| 5 | Мирролла | 2,8% | 2,6% |
| 6 | Артлайф | 2,7% | 5,3% |
| 7 | Queisser Pharma | 2,6% | -5,1% |
| 8 | ВТФ | 2,6% | 11,6% |
| 9 | Квадрат-С | 2,3% | 10,8% |
| 10 | Stada* | 2,2% | 1,6% |
| 11 | Dr.Reddy's* | 1,8% | 15,3% |
| 12 | Биннофарм Групп* | 1,7% | -4,1% |
| 13 | GLS Pharmaceuticals | 1,6% | 621,1% |
| 14 | Siberian Wellness** | 1,6% | -4,1% |
| 15 | Полярис | 1,4% | 32,4% |

| № | Компании | Доля компании на рынке 2022, % | Прирост выручки 2021-2022 гг., % |
|----|-------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 16 | Bayer* | 1,3% | 1,0% |
| 17 | Аптека Сервис Плюс* | 1,2% | 331,2% |
| 18 | Bausch Health* | 1,1% | 2,9% |
| 19 | Аквион | 1,0% | 28,3% |
| 20 | Отисифарм* | 1,0% | -14,0% |
| 21 | Фарм-про | 1,0% | 21,5% |
| 22 | VP Laboratory | 1,0% | 5,8% |
| 23 | Laboratoires Ineldea* | 0,9% | -8,1% |
| 24 | Сибфармконтракт | 0,8% | 11,4% |
| 25 | Диод | 0,8% | -1,9% |
| 26 | The Bountiful Company (NBTY)* | 0,7% | 17,1% |
| 27 | Фарм Групп | 0,6% | 57,7% |
| 28 | Green Side | 0,6% | 72,9% |
| 29 | ГК Эрциг | 0,6% | 71,9% |
| 30 | Биокор | 0,5% | 7,7% |

РАСШИРЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ

Существующие игроки запускают новые заводы и расширяют производственные мощности витаминов и добавок. Также на рынок активно выходят компании из смежных отраслей (пищевой промышленности, косметики, рыболовства). До 2028 года планируется реализовать 16 инвестиционных проектов общей стоимостью почти 17 млрд рублей.

| | Название | Регион | Основная отрасль компании | Суть проекта | Срок запуска | Инвестиции |
|--------------------|---|-------------------------|--|--|--------------|----------------|
| 1 | Solopharm | Санкт-Петербург | Фармацевтика | Первые производственные линии БАД | 2022 | 1,26 млрд руб. |
| 2 | Тихрыбком и КТИ (Ю. Корея) | Магаданская область | Рыболовство | Строительство завода по производству рыбьего жира | 2023 | 1,5 млрд руб. |
| 3 | Siberian Wellness | Новосибирская область | Косметика, БАД, здоровое питание | Приобретение производственно-логистического комплекса БАД | 2022 | н.д. |
| 4 | Ставропольский | Ставропольский край | Пищевая промышленность | Увеличение производства лактозы, которая в т.ч. является сырьем для БАД (до 300 тыс. тонн) | 2023 | н.д. |
| 5 | Академия-Т | Москва | Спортивное и лечебное питание | Увеличение объемов производства БАД в 1,5 раза | 2022 | н.д. |
| 6 | Эвалар | Алтайский край | БАД | Ввод третьего производственного участка по выпуску БАД | 2023 | 2 млрд руб. |
| 7 | Ставропольский | Ставропольский край | Пищевая промышленность | Запуск завода по производству пребиотика лактулозы | 2023 | 300 млн руб. |
| 8 | Антей | Приморский край | Рыболовство | Производство лекарств и БАД из печени и панциря крабов | 2023 | н.д. |
| 9 | Mixit | Московская область | Косметика | Запуск новой производственной площадки (косметика, БАД и средства для уборки дома) | 2023 | 1,3 млрд руб. |
| 10 | Фитофарм | Краснодарский край | Фармацевтика, БАД | Строительство нового завода | 2023 | н.д. |
| 11 | Натуральные масла | Московская область | Косметика, БАД | Увеличение объемов производства в 2 раза | 2023 | 170 млн руб. |
| 12 | Квадрат-С | Кировская область | Фармацевтика, БАД | Открытие двух цехов по выпуску БАД | 2024 | 547,6 млн руб. |
| 13 | Биорон | Республика Башкортостан | Кормовые добавки | Ежегодное производство 900 тонн витамина В2 (в т.ч. для БАД) | 2024 | 1,53 млрд руб. |
| 14 | АлтайБиоТех | Алтайский край | - | Строительство технопарка с фокусом на производстве БАД | 2024 | 815 млн руб. |
| 15 | В-МИН | Сергиев Посад | Фармацевтика, БАД | Расширение производства минимум вдвое | н.д. | н.д. |
| 16 | Промышленный технопарк в сфере биотехнологий | Красноярский край | - | Создание промпарка с фокусом на производстве продуктов из торфа (в т.ч. БАД) | 2024 | 5-7 млрд руб. |
| 17 | Биолит | Томская область | БАД, косметика | Строительство новой площадки по производству БАД | 2024 | 250 млн руб. |
| 18 | Сапплемент групп | Курская область | БАД | Строительство завода по выпуску витаминов и БАД | 2025 | 220 млн руб. |
| 19 | НПО «Биомедицинские инновационные технологии» | Республика Карелия | Функциональное питание, БАД, косметика | Строительство завода по производству пищевых добавок и косметики из водорослей. | 2025 | >400 млн руб. |
| 20 | Алкор Био | Санкт-Петербург | Производство реагентов | Строительство комплекса по производству БАД и бытовой химии | 2026 | >3 млрд руб. |
| 21 | Эфко | Воронеж | Пищевая промышленность | Запуск линейки БАД для омоложения клеток организма | 2028 | н.д. |

Реализовано

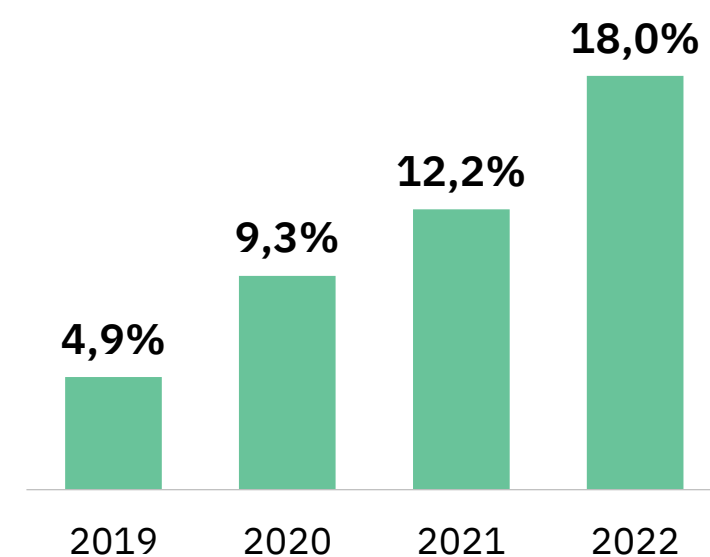
Планируется

Примечание: список иллюстративный и может быть не исчерпывающим, т.к. не было задачи проанализировать все инвестиционные проекты в России

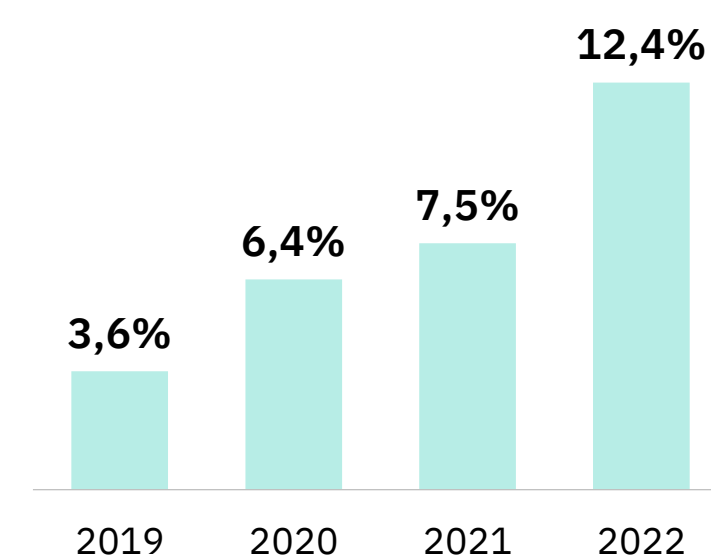
Компании используют СТМ как эффективный способ выхода на новый для них рынок, что стимулирует производителей предлагать услуги контрактного производства. Спрос на СТМ среди конечных потребителей растет из-за их более низкой стоимости.

Доля СТМ* на аптечном рынке БАД

% в натуральном выражении



% в стоимостном выражении



За 2022–2023 годы запустили или анонсировали запуск собственных линеек БАД

INVITRO

СБЕР
ЕАПТЕКА

M I T

beauty
bite

IRIS

Топ-5 компаний, предоставляющих мощности под контрактное производство

| Название | СТМ в ассортименте | Ключевые показатели производительности |
|---|--|---|
| Эвалар (ООО «Фарминтегро» для контрактного производства) | Gross Hertz, VitUmnus, Лоранебол, Инофта и др. | 55,4 млн руб. оборот в 2022 году (+297% по сравнению с 2021 годом) |
| Квадрат-С | 285 наименований, в т.ч. Mevalpas, Verrum-Vit, PILULI | до 50 млн упаковок в год |
| ВТФ | Gross Hertz, Krispofun, Lirina, Mevalpas, Люкомин, Синобактин, Эсфолил, Фаритол, Артелар и др. | н. д. |
| Mirroll | Более 1000 наименований, в т.ч. Синобактин, Имповит, Эсфолил | Производят ежегодно: 100 млн флаконов, 8 млн банок, 30 млн саше-пакетов |
| PolarPharm | Более 100 наименований, в т.ч. Liksivum, Vitumnus, Verrum-Vit, Фаритол, PILULI | н. д. |

Все производители оказывают **полный спектр услуг** контрактного производства: разработка рецептуры, подготовка технической документации, производство, разработка дизайна бренда и упаковки, регистрация продукции, доставка до склада.

* СТМ (собственная торговая марка) – это торговая марка или бренд ритейлера (аптеки, онлайн-аптеки, онлайн-магазина), под которым продаются товары, произведенные по его заказу.

Источники: [DSM Group](#), РБК Исследования рынков

Потребители БАД в России



ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЕЙ БАД В РОССИИ

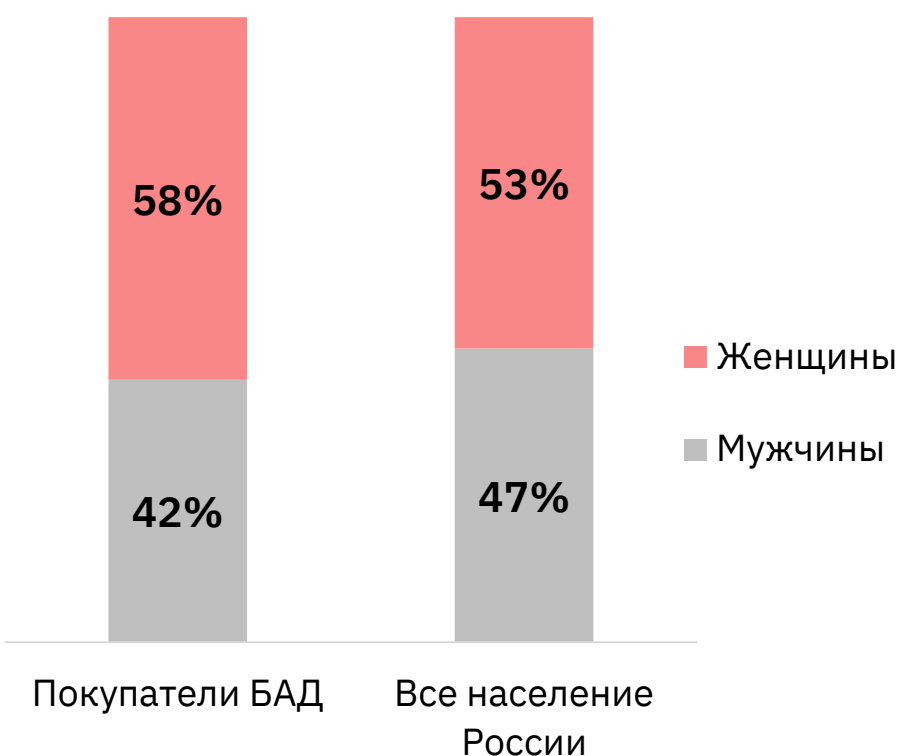
Большинство россиян покупали БАД за последний год. С точки зрения социально-демографических характеристик покупатели БАД не сильно отличаются от структуры всего населения России. Чуть чаще БАД покупают женщины и молодые люди (18-34 лет), с доходом выше среднего.

более 63%

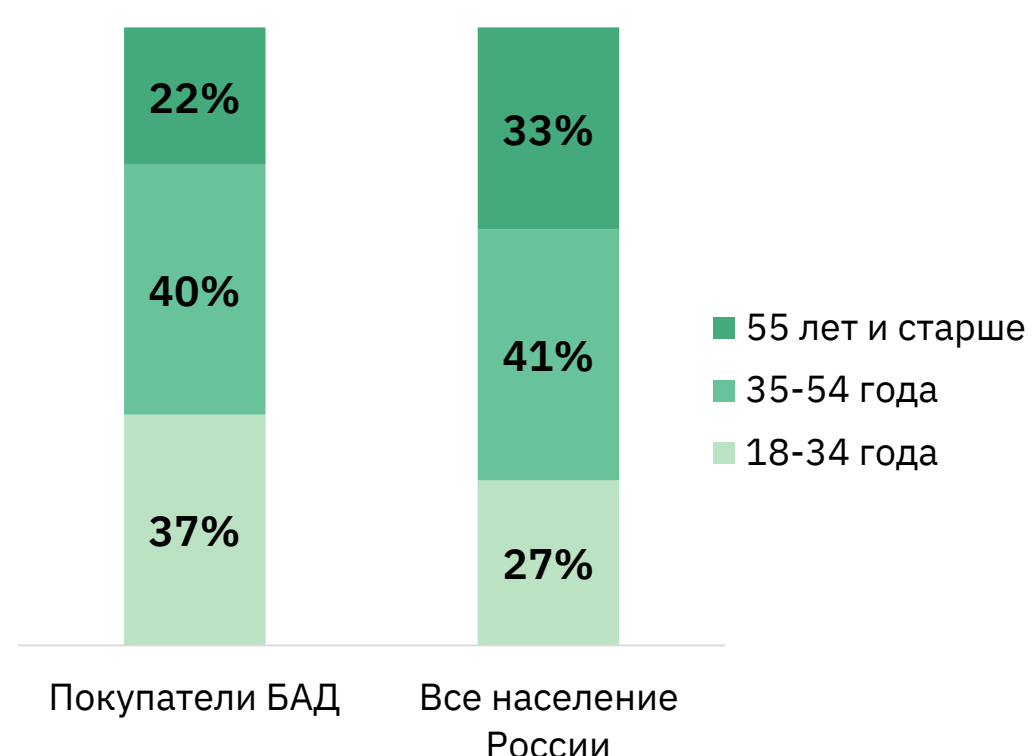
россиян старше 18 лет покупали БАД за последний год (июль 2022 – июль 2023)

Портрет покупателей БАД в сравнении со всем населением России

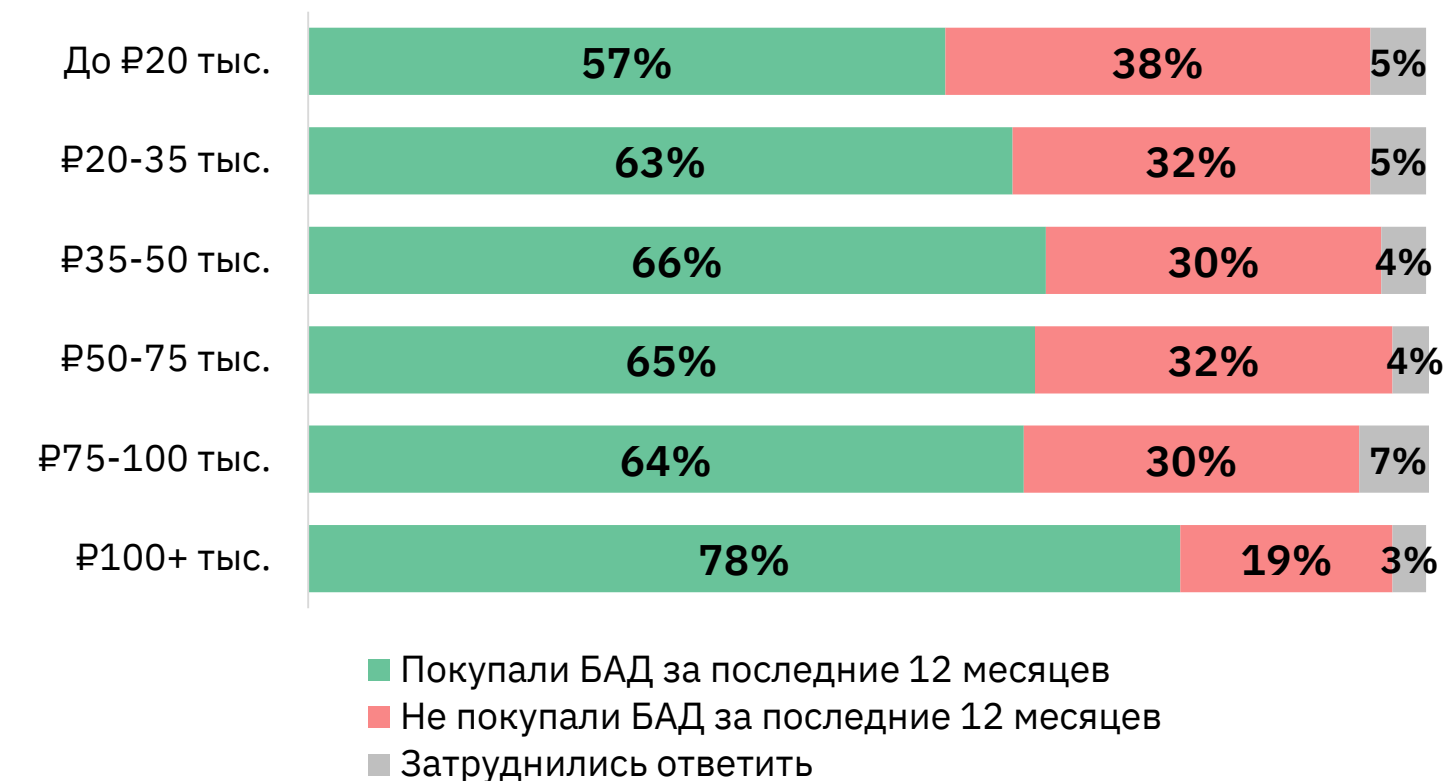
ПОЛ



ВОЗРАСТ



Портрет покупателей БАД в зависимости от уровня дохода



Среди потребителей наиболее востребованы добавки для общего укрепления организма и повышения иммунитета. По составу наиболее популярны БАД с витаминами D, C и магнием: их за последний год приобретал каждый третий покупатель. Популярные в мире коллаген и пробиотики пока не пользуются спросом среди россиян.

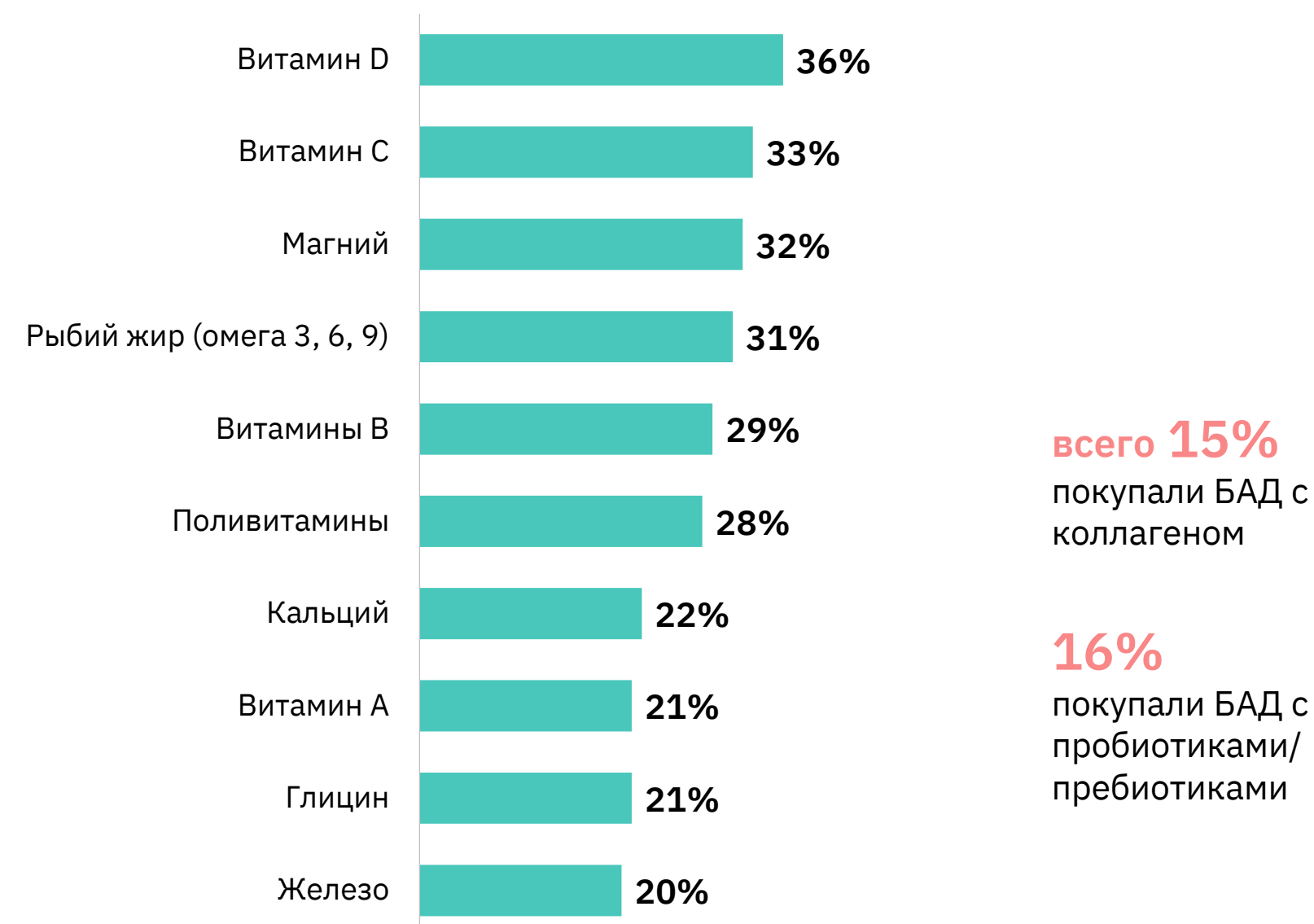
Какие виды БАД Вы покупали, на что было направлено их действие?

% от опрошенных покупателей БАД (представлено топ-10);
не равно 100%, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа



Какие БАД по составу Вы покупали?

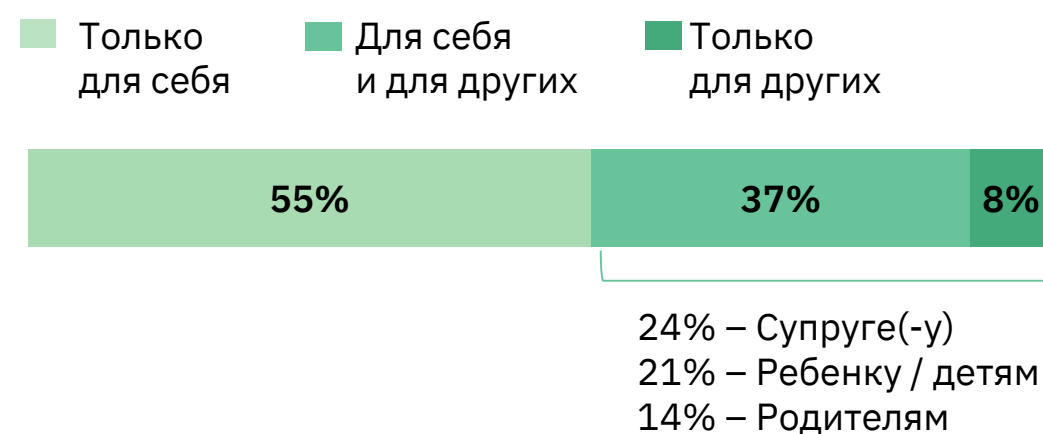
% от опрошенных покупателей БАД (представлено топ-10);
не равно 100%, т.к. респондент мог выбрать несколько вариантов ответа



Почти половина покупателей БАД приобретают их не только для себя, но и для близких: супруги(-а), детей, родителей. Большинство покупает не более пяти упаковок в год преимущественно офлайн, полагаясь на советы врачей и родственников. Цена и эффективность препарата – основные критерии выбора.

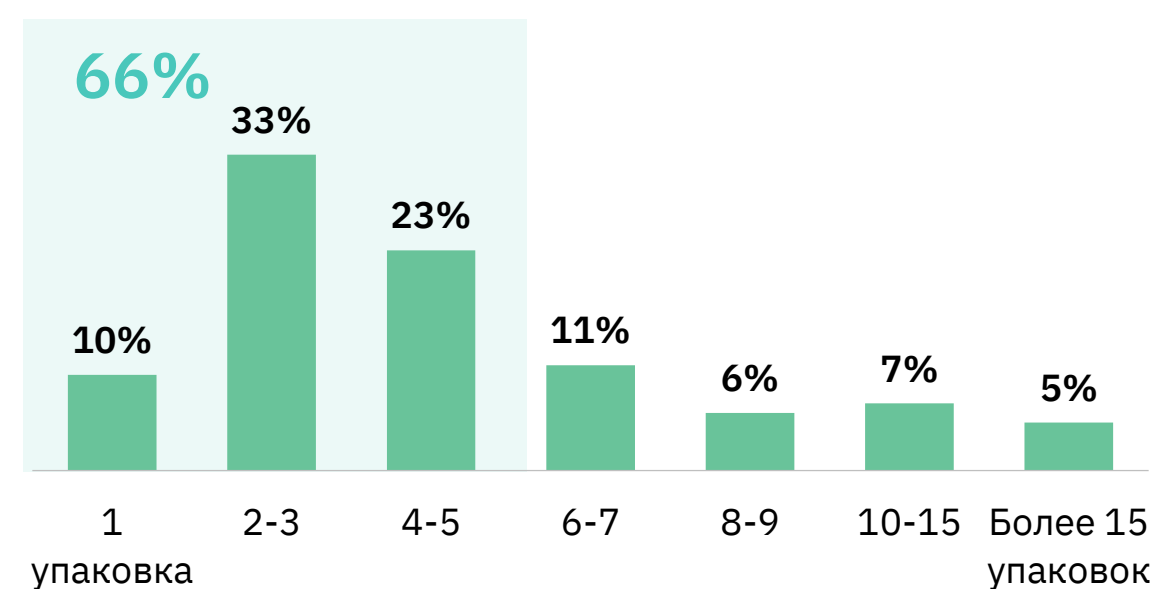
ПОКУПКИ ДОБАВОК ДЛЯ БЛИЗКИХ

Для кого вы покупали БАД?



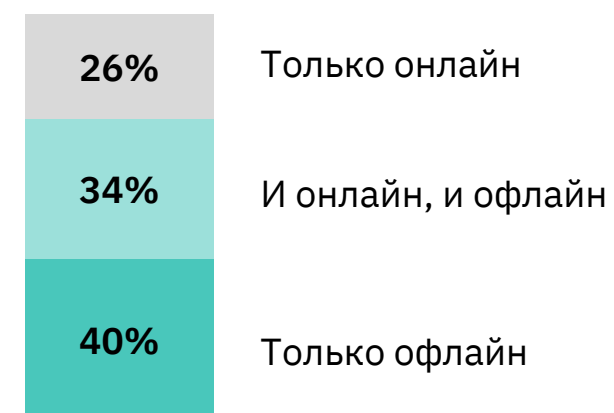
ЧАСТОТА ПОКУПОК

Количество купленных упаковок за последний год

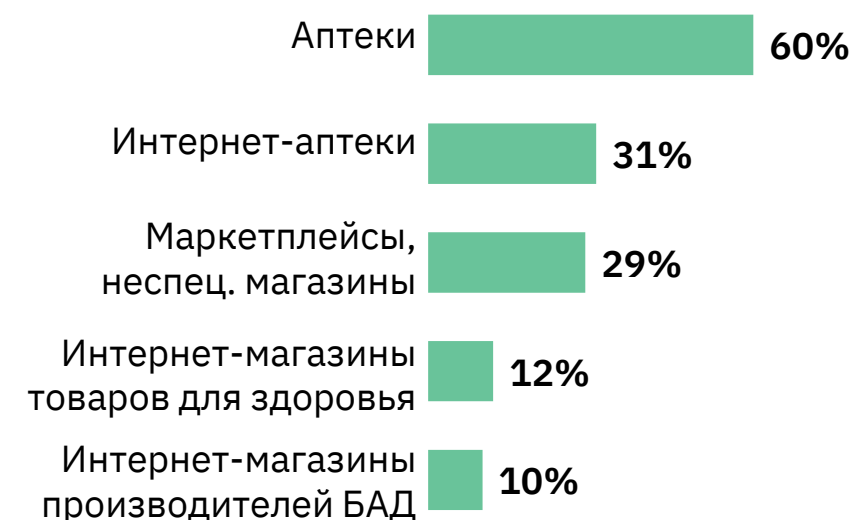


СПОСОБЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ

Формат покупки БАД

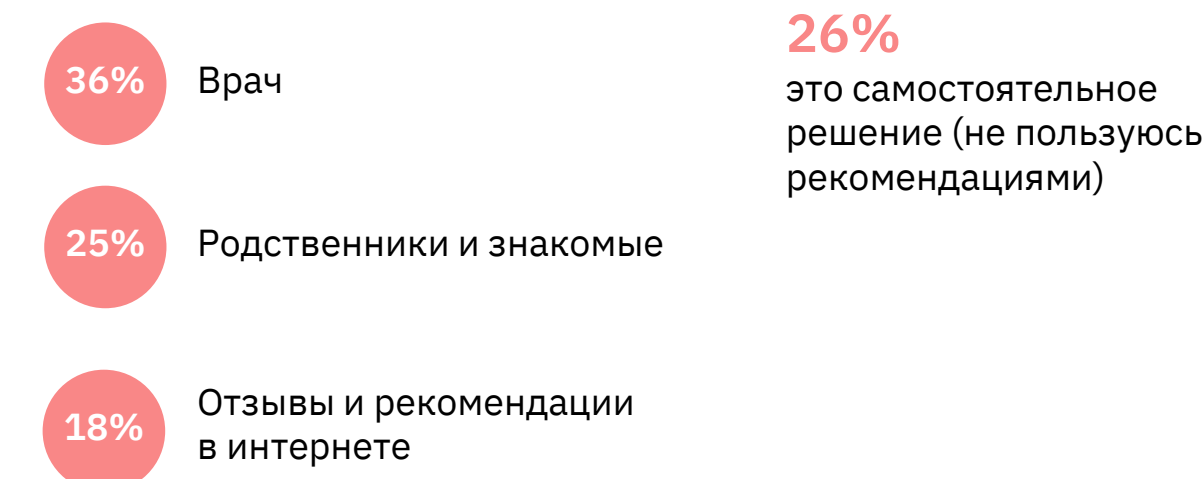


Основные места покупки БАД
не равно 100%



СТРАТЕГИИ ВЫБОРА

Топ-3 источника рекомендаций



ТОП-5 критериев при выборе БАД

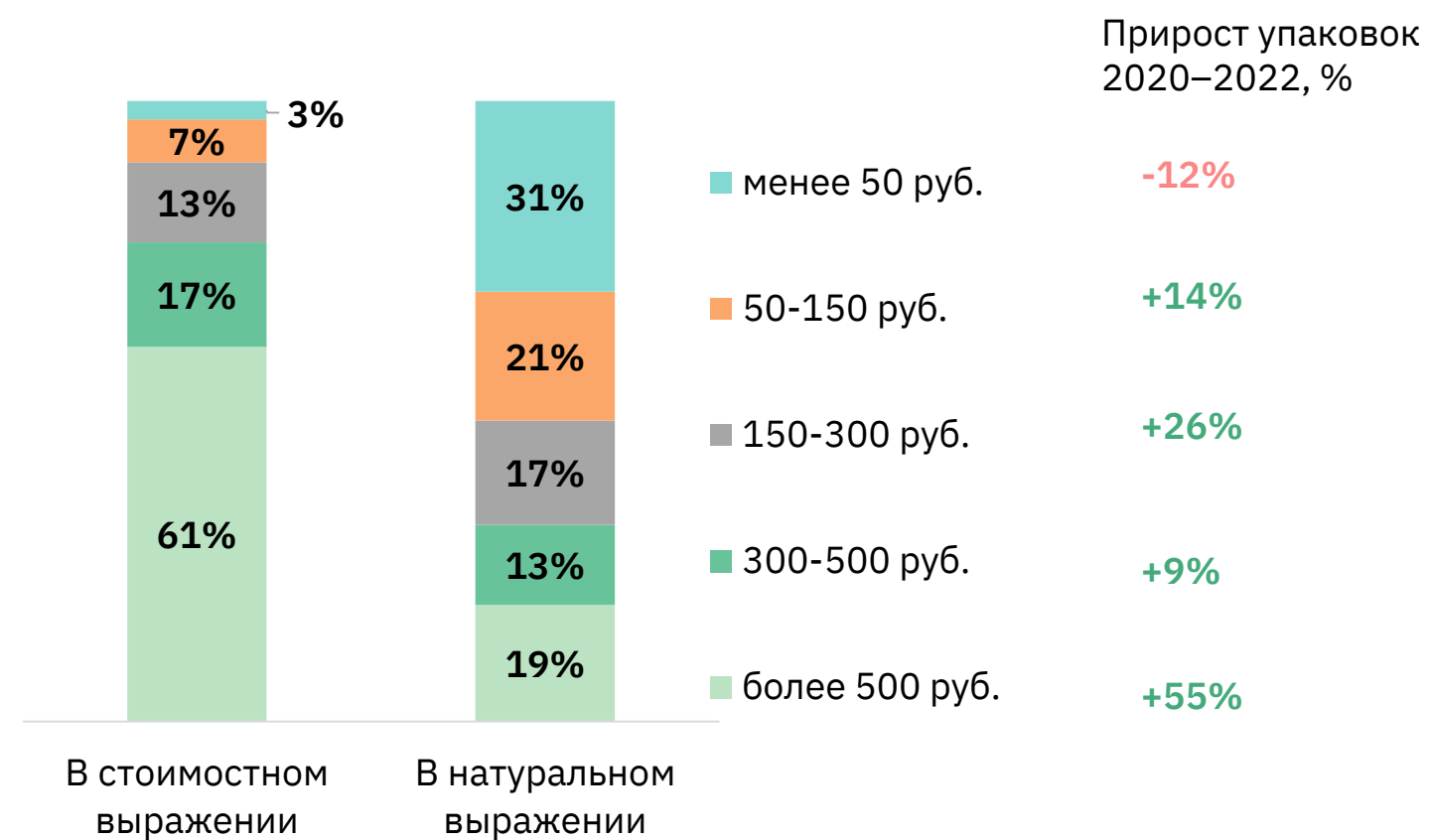


Субъективные оценки покупателей совпадают с данными по продажам: расходы на БАД постепенно увеличиваются, преимущественно из-за роста цен. Наиболее заметно БАД подорожали в 2022 году вследствие роста цен на импортные добавки и перебои с поставками компонентов для производства. Рост спроса на самые дорогие препараты свидетельствует о том, что пользователи не хотят переходить на дешевые аналоги.

Как изменились Ваши расходы на БАД за последний год?



Структура рынка БАД по ценовым сегментам в 2022 г.



Рост цен на БАД, % к предыдущему году

