

**АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ**

**Рынок крепких алкогольных напитков в России**

DISCOVERY Research Group не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. 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 © 2011 Discovery Research Group.

**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 проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

В середине 2006 г. развивается новое направление «бизнес-тренинги и краткосрочное бизнес образование».

В конце 2006 г. совместно с компанией «Рослизинг» создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

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 **«Ведомости», «Эксперт», «Коммерсант», «Бизнес», «Секрет фирмы», «Новые Известия», Smart Money, «Компания», «Итоги», Build Report, «Строительный бизнес»** и др. Высокая квалификация сотрудников агентства подтверждается участием в подготовке множества статей и отраслевых приложений для перечисленных изданий.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг».

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 |
| **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 |
| **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 |

**Содержание**

[Список таблиц и диаграмм 11](#_Toc288576977)

[РЕЗЮМЕ 18](#_Toc288576978)

[ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ 20](#_Toc288576979)

[Цель исследования 20](#_Toc288576980)

[Задачи исследования 20](#_Toc288576981)

[Объект исследования 21](#_Toc288576982)

[Информационная база исследования 21](#_Toc288576983)

[ГЛАВА 2. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА КРЕПКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ 22](#_Toc288576984)

[§1. Лицензирование 22](#_Toc288576985)

[*Получение, возобновление и продление действия лицензии* 23](#_Toc288576986)

[*Приостановление действия лицензии* 25](#_Toc288576987)

[*Переоформление пятилетних лицензий* 25](#_Toc288576988)

[*Оптовики покидают рынок* 26](#_Toc288576989)

[*Сокращение числа лицензиатов* 28](#_Toc288576990)

[§2. Маркиковка алкогольной продукции 30](#_Toc288576991)

[§3. «Антиалкогольные» меры 34](#_Toc288576992)

[*Антиалкогольная концепция на период до 2020 года* 35](#_Toc288576993)

[*Минимальные цены* 38](#_Toc288576994)

[*Real продавал водку дешевле 89 рублей за пол-литра* 39](#_Toc288576995)

[*Увеличение акциза* 40](#_Toc288576996)

[*Ограничение рекламы* 43](#_Toc288576997)

[*Запрет на продажу алкоголя в ночное время* 44](#_Toc288576998)

[*Влияние таможенного союза на рынок крепкого алкоголя* 46](#_Toc288576999)

[*Уголовная и административная ответственность за производство и оборот алкогольной продукции, не зарегистрированной в ЕГАИС* 48](#_Toc288577000)

[*Отношение россиян к проблеме алкоголизма и борьбе с ней* 49](#_Toc288577001)

[ГЛАВА 3. ОБЩИЕ ПАРАМЕТРЫ РЫНКА КРЕПКИХ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ 52](#_Toc288577002)

[§1. Основные тенденции 2010 года 52](#_Toc288577003)

[§2. *Производство крепких алкогольных напитков* 54](#_Toc288577004)

[§3. *Продажи крепких алкогольных напитков* 56](#_Toc288577005)

[§4. *Цены на крепкие алкогольные напитки* 63](#_Toc288577006)

[§5. *Перспективы консолидации отрасли* 64](#_Toc288577007)

[ГЛАВА 4. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВОДКИ 66](#_Toc288577008)

[§1. Производство водки 70](#_Toc288577009)

[*2010 год* 70](#_Toc288577010)

[*2009 год* 75](#_Toc288577011)

[§2. Цены на водку 79](#_Toc288577012)

[§3. Самые известные водочные бренды 81](#_Toc288577013)

[§4. Маркетинг и продвижение 83](#_Toc288577014)

[§5. Нелегальная водка и суррогатные напитки 85](#_Toc288577015)

[§6. Мода на «натуральное» 88](#_Toc288577016)

[§7. Ключевые события 2010 года на рынке водки 90](#_Toc288577017)

[*Тоговые сети вводят штрафы для поставщиков нелегального алкоголя* 91](#_Toc288577018)

[*CEDC купила Whitehall* 92](#_Toc288577019)

[*Nemiroff ищет стратегического инвестора* 93](#_Toc288577020)

[*«Хортица»: рост продаж в России составил 22%* 99](#_Toc288577021)

[*ОСТ-Алко" оказался под контролем «Риала» и был вынужден приостановить производство* 100](#_Toc288577022)

[*Совладельцы «Ладоги» приобрели Fruko Schulz* 101](#_Toc288577023)

[*«Синергия» провела вторичное публичное размещение* 103](#_Toc288577024)

[*«Русский стандарт» приобрел завод Буинскмий* 104](#_Toc288577025)

[*X5 станет эксклюзивным продавцом "Русской" водки* 104](#_Toc288577026)

[*"Русский алкоголь" начал самостоятельно развивать продажи на Украине* 105](#_Toc288577027)

[*В России появится газированная водка* 107](#_Toc288577028)

[§8. Перспективы развития водочного рынка 108](#_Toc288577029)

[§9. Эксперты: водочный рынок станет олигархическим в 2011— 2013 гг. 110](#_Toc288577030)

[ГЛАВА 5. РОССИЙСКИЙ РЫНОК КОНЬЯКА 112](#_Toc288577031)

[§1. Производство коньяка 112](#_Toc288577032)

[*2010 год* 112](#_Toc288577033)

[*2009 год* 117](#_Toc288577034)

[§2. Производители водки запускают коньячные бренды 123](#_Toc288577035)

[§3. Сложности продвижения 124](#_Toc288577036)

[§4. Калининград может потерять привлекательность для производителей алкоголя 125](#_Toc288577037)

[§5. "Арарат" намерен вновь покорить Россию 126](#_Toc288577038)

[§6. Moet Hennessy будет самостоятельно заниматься дистрибуцией своих брендов в России 129](#_Toc288577039)

[ГЛАВА 6. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВИСКИ И БРЕНДИ 131](#_Toc288577040)

[ГЛАВА 7. ПРОИЗВОДСТВО ЛИКЕРОВОДОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ 135](#_Toc288577041)

[*2010 год* 135](#_Toc288577042)

[*2009 год* 140](#_Toc288577043)

[ГЛАВА 8. ЭКСПОРТ КРЕПКИХ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ 145](#_Toc288577044)

[ГЛАВА 9. ИМПОРТ КРЕПКИХ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ 152](#_Toc288577045)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Производство крепких алкогольных напитков в России по округам и субъектам федерации в 2009-2010 гг, тыс. дкл.; изменение, % 158](#_Toc288577046)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Производство водки в России по округам и субъектам федерации в 2009-2010 гг, тыс. дкл.; изменение, % 161](#_Toc288577047)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Производство коньяка в России по округам и субъектам федерации в 2009-2010 гг, тыс. дкл.; изменение, % 164](#_Toc288577048)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Производство ликероводочных изделий в России по округам и субъектам федерации в 2009-2010 гг, тыс. дкл.; изменение, % 167](#_Toc288577049)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Средние цены на водку обыкновенного качества крепостью 40% об.спирта и выше, 2010-2011 гг., руб./л. 170](#_Toc288577050)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Средние цены на водку повышенного качества крепостью 40% об.спирта и выше, 2010-2011 гг., руб./л. 172](#_Toc288577051)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Средние цены на коньяк, 2010-2011 гг., руб./л. 174](#_Toc288577052)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 8. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по стране назначения, 2009 г. 176](#_Toc288577053)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 9. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по стране назначения, 2010 г. 178](#_Toc288577054)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 10. Самые популярные экспортные марки крепких алкогольных напитков, по категориям, 2009-2010 гг 180](#_Toc288577055)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 11. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по стране происхождения, 2009 г. 187](#_Toc288577056)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 12. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по стране происхождения, 2010 г. 188](#_Toc288577057)

[ПРИЛОЖЕНИЕ 13. Самые популярные импортные марки крепких алкогольных напитков, по категориям, 2009-2010 гг 189](#_Toc288577058)

# Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 27 таблиц и 92 диаграммы

[Таблица 1. История основных «антиалкогольных» мер, 2001-2011 гг. 35](#_Toc288576858)

[Таблица 2. Индексация ставок акциза на этиловый спирт и алкогольную продукцию, 2011-2013 гг. 43](#_Toc288576859)

[Таблица 3. Как вы относитесь к планам введения полного запрета на торговлю алкоголем в торговой сети с 11 вечера до 8 утра? 46](#_Toc288576860)

[Таблица 4. Употребляете ли Вы алкоголь и как часто? 51](#_Toc288576861)

[Таблица 5. Отсутствие возможности приобрести алкоголь в ночное время, например с 22 вечера до 10 утра, доставит или не доставит какие-либо неудобства Вам лично, членам Вашей семьи? (закрытый вопрос, один ответ) 52](#_Toc288576862)

[Таблица 6. Как Вы считаете, поможет или не поможет эта мера сократить потребление алкоголя в нашем городе//селе?  (закрытый вопрос, один ответ) 52](#_Toc288576863)

[Таблица 7. Как Вы считаете, поможет или не поможет эта мера сократить потребление алкоголя в нашем городе//селе?  (закрытый вопрос, один ответ) 52](#_Toc288576864)

[Таблица 8. Производство крепких алкогольных напитков в России по округам в 2009-2010 гг, тыс. дкл. 55](#_Toc288576865)

[Таблица 9. Производство крепких алкогольных напитков в России в 2009-2010 гг., по видам напитков, тыс. дкл. 56](#_Toc288576866)

[Таблица 10. Динамика объема продаж крепких алкогольных напитков в России, 2005-2010 гг., млн литров 58](#_Toc288576867)

[Таблица 11. Продажи крепких алкогольных напитков по категориям, 2005-2010, млрд. руб. 59](#_Toc288576868)

[Таблица 12. Прирост объема продаж крепких алкогольных напитков в натуральном выражении по категориям, 2005-2010, % 60](#_Toc288576869)

[Таблица 13. Прирост объема продаж крепких алкогольных напитков в денежном выражении по категориям, 2005-2010, % 61](#_Toc288576870)

[Таблица 14. Употребляете ли вы алкогольные напитки, и если да, то как часто? 62](#_Toc288576871)

[Таблица 15. Сколько алкоголя вы в среднем выпиваете за вечер? (в % от числа опрошенных, употребляющих алкогольные напитки) 63](#_Toc288576872)

[Таблица 16. Средние по РФ цены производителей на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл. 64](#_Toc288576873)

[Таблица 17. Средние по РФ потребительские цены на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл. 65](#_Toc288576874)

[Таблица 18. Крупнейшие производители водки в РФ, 2009-2010 гг. 67](#_Toc288576875)

[Таблица 19. Структура продаж водки по ценовым сегментам, 2005-2010 гг. 68](#_Toc288576876)

[Таблица 20. Структура продаж водки по видам (ароматизированная и неароматизированная), 2005-2010 гг. 69](#_Toc288576877)

[Таблица 21. Динамика средних потребительских цен на водку крепостью 40% об. спирта и выше, руб./литр 81](#_Toc288576878)

[Таблица 22. Топ-20 самых популярных водок в мире, по версии журнала Drinks International и компании Euromonitor International 83](#_Toc288576879)

[Таблица 23. Крупнейшие производители коньяка в РФ, 2009-2010 гг. 123](#_Toc288576880)

[Таблица 24. Структура продаж смешанного шотландского виски по ценовым сегментам, 2005-2010 133](#_Toc288576881)

[Таблица 25. Структура продаж джина по ценовым сегментам, 2005-2010 133](#_Toc288576882)

[Таблица 26. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, 2009 и 2010 гг. 148](#_Toc288576883)

[Таблица 27. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, 2009 и 2010 гг. 155](#_Toc288576884)

[Диаграмма 1. Предприятия алкогольной промышленносрти, лишившиеся в 2010 году лицензии 30](#_Toc288576885)

[Диаграмма 2. Фактическое потребление абсолютного алкоголя (в литрах содержащегося в напитках спирта) в России в 2008 году (3 оценки), прогноз потребления на 2012 и 2020 гг и норма потребления ВОЗ 37](#_Toc288576886)

[Диаграмма 3. Индексация ставок акциза на этиловый спирт и алкогольную продукцию, 2011-2013 гг. 43](#_Toc288576887)

[Диаграмма 4. Как вы относитесь к планам введения полного запрета на торговлю алкоголем в торговой сети с 11 вечера до 8 утра? 47](#_Toc288576888)

[Диаграмма 5. Производство крепких алкогольных напитков в России по федеральным округам в 2010 году, тыс. дкл. и % 56](#_Toc288576889)

[Диаграмма 6. Производство крепких алкогольных напитков в России в 2010 году, по видам напитков, тыс. дкл. и % 57](#_Toc288576890)

[Диаграмма 7. Употребляете ли вы алкогольные напитки, и если да, то как часто? 62](#_Toc288576891)

[Диаграмма 8. Сколько алкоголя вы в среднем выпиваете за вечер? (в % от числа опрошенных, употребляющих алкогольные напитки) 63](#_Toc288576892)

[Диаграмма 9. Средние по РФ цены производителей на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл. 64](#_Toc288576893)

[Диаграмма 10. Средние по РФ потребительские цены на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл. 65](#_Toc288576894)

[Диаграмма 11. Крупнейшие производители водки в РФ, 2009-2010 гг. 68](#_Toc288576895)

[Диаграмма 12. Структура продаж водки по ценовым сегментам, 2005-2010 гг. 69](#_Toc288576896)

[Диаграмма 13. Структура продаж водки по видам (ароматизированная и неароматизированная), 2005-2010 гг. 69](#_Toc288576897)

[Диаграмма 14. Доли и объемы производства водки по федеральным округам в России в 2010 году, тыс. дкл. и % 71](#_Toc288576898)

[Диаграмма 15. Доли и объемы производства водки в субъектах Центрального федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 72](#_Toc288576899)

[Диаграмма 16 Доли и объемы производства водки в субъектах Приволжского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 72](#_Toc288576900)

[Диаграмма 17. Доли и объемы производства водки в субъектах Сибирского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 73](#_Toc288576901)

[Диаграмма 18. Доли и объемы производства водки в субъектах Северо-Западного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 73](#_Toc288576902)

[Диаграмма 19. Доли и объемы производства водки в субъектах Северо-Кавказского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 74](#_Toc288576903)

[Диаграмма 20. Доли и объемы производства водки в субъектах Южного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 74](#_Toc288576904)

[Диаграмма 21. Доли и объемы производства водки в субъектах Дальневосточного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 75](#_Toc288576905)

[Диаграмма 22. Доли и объемы производства водки в субъектах Уральского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 75](#_Toc288576906)

[Диаграмма 23. Доли и объемы производства водки по федеральным округам в России в 2009 году, тыс. дкл. и % 76](#_Toc288576907)

[Диаграмма 24. Доли и объемы производства водки в субъектах Центрального федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 76](#_Toc288576908)

[Диаграмма 25 Доли и объемы производства водки в субъектах Приволжского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 77](#_Toc288576909)

[Диаграмма 26. Доли и объемы производства водки в субъектах Сибирского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 77](#_Toc288576910)

[Диаграмма 27. Доли и объемы производства водки в субъектах Северо-Западного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 78](#_Toc288576911)

[Диаграмма 28. Доли и объемы производства водки в субъектах Северо-Кавказского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 78](#_Toc288576912)

[Диаграмма 29. Доли и объемы производства водки в субъектах Южного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 79](#_Toc288576913)

[Диаграмма 30. Доли и объемы производства водки в субъектах Дальневосточного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 79](#_Toc288576914)

[Диаграмма 31. Доли и объемы производства водки в субъектах Уральского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 80](#_Toc288576915)

[Диаграмма 32. Динамика средних потребительских цен на водку, 2010-2011 гг., руб. за литр 81](#_Toc288576916)

[Диаграмма 33. Доли и объемы производства коньяка по федеральным округам в России в 2010 году, тыс. дкл. и % 113](#_Toc288576917)

[Диаграмма 34. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Северо-Кавказского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 114](#_Toc288576918)

[Диаграмма 35. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Северо-Западного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 114](#_Toc288576919)

[Диаграмма 36. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Центрального федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 115](#_Toc288576920)

[Диаграмма 37 Доли и объемы производства коньяка в субъектах Приволжского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 115](#_Toc288576921)

[Диаграмма 38. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Южного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 116](#_Toc288576922)

[Диаграмма 39. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Уральского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 116](#_Toc288576923)

[Диаграмма 40. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Сибирского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 117](#_Toc288576924)

[Диаграмма 41. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Дальневосточного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 117](#_Toc288576925)

[Диаграмма 42. Доли и объемы производства коньяка по федеральным округам в России в 2009 году, тыс. дкл. и % 118](#_Toc288576926)

[Диаграмма 43. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Северо-Кавказского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 118](#_Toc288576927)

[Диаграмма 44. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Центрального федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 119](#_Toc288576928)

[Диаграмма 45. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Северо-Западного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 119](#_Toc288576929)

[Диаграмма 46 Доли и объемы производства коньяка в субъектах Приволжского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 120](#_Toc288576930)

[Диаграмма 47. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Южного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 120](#_Toc288576931)

[Диаграмма 48. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Уральского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 121](#_Toc288576932)

[Диаграмма 49. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Дальневосточного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 121](#_Toc288576933)

[Диаграмма 50. Доли и объемы производства коньяка в субъектах Сибирского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 122](#_Toc288576934)

[Диаграмма 51. Крупнейшие производители коньяка в РФ, 2009-2010 гг. 123](#_Toc288576935)

[Диаграмма 70. Структура продаж смешанного шотландского виски по ценовым сегментам, 2005-2010 133](#_Toc288576936)

[Диаграмма 71. Структура продаж джина по ценовым сегментам, 2005-2010 134](#_Toc288576937)

[Диаграмма 52. Доли и объемы производства ликероводочных изделий по федеральным округам в России в 2010 году, тыс. дкл. и % 136](#_Toc288576938)

[Диаграмма 53. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Центрального федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 137](#_Toc288576939)

[Диаграмма 54. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Северо-Кавказского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 137](#_Toc288576940)

[Диаграмма 55 Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Приволжского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 138](#_Toc288576941)

[Диаграмма 56. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Северо-Западного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 138](#_Toc288576942)

[Диаграмма 57. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Сибирского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 139](#_Toc288576943)

[Диаграмма 58. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Дальневосточного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 139](#_Toc288576944)

[Диаграмма 59. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Южного федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 140](#_Toc288576945)

[Диаграмма 60. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Уральского федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и % 140](#_Toc288576946)

[Диаграмма 61. Доли и объемы производства ликероводочных изделий по федеральным округам в России в 2009 году, тыс. дкл. и % 141](#_Toc288576947)

[Диаграмма 62. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Северо-Кавказского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 141](#_Toc288576948)

[Диаграмма 63. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Центрального федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 142](#_Toc288576949)

[Диаграмма 64 Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Приволжского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 142](#_Toc288576950)

[Диаграмма 65. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Северо-Западного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 143](#_Toc288576951)

[Диаграмма 66. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Сибирского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 143](#_Toc288576952)

[Диаграмма 67. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Дальневосточного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 144](#_Toc288576953)

[Диаграмма 68. Доли и объемы производства ликероводочных в субъектах Южного федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 144](#_Toc288576954)

[Диаграмма 69. Доли и объемы производства ликероводочных изделий в субъектах Уральского федерального округа в 2009 году, тыс. дкл. и % 145](#_Toc288576955)

[Диаграмма 72. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по стране назначения, тыс. дкл. напитка и %, 2009 г. 146](#_Toc288576956)

[Диаграмма 73. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по стране назначения, тыс. долл. США и %, 2009 г. 146](#_Toc288576957)

[Диаграмма 74. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по стране назначения, тыс. дкл. напитка и %, 2010 г. 147](#_Toc288576958)

[Диаграмма 75. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по стране назначения, тыс. долл. США и %, 2010 г. 147](#_Toc288576959)

[Диаграмма 76. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, тыс. дкл., 2009 г. 148](#_Toc288576960)

[Диаграмма 77. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, стоимость в тыс. долл. США, 2009 г. 149](#_Toc288576961)

[Диаграмма 78. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, тыс. дкл., 2010 г. 149](#_Toc288576962)

[Диаграмма 79. Структура российского экспорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, стоимость в тыс. долл. США, 2010 г. 150](#_Toc288576963)

[Диаграмма 80. Структура потребления водки по странам, % 151](#_Toc288576964)

[Диаграмма 81. Самые популярные экспортные марки водки в 2010 году, тыс. дкл и % 152](#_Toc288576965)

[Диаграмма 82. Самые популярные экспортные марки водки в 2010 году, тыс. долл. США и % 152](#_Toc288576966)

[Диаграмма 83. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по стране происхождения, тыс. дкл. напитка и %, 2009 г. 153](#_Toc288576967)

[Диаграмма 84. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по стране происхождения, тыс. долл. США и %, 2009 г. 153](#_Toc288576968)

[Диаграмма 85. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по стране происхождения, тыс. дкл. напитка и %, 2010 г. 154](#_Toc288576969)

[Диаграмма 86. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по стране происхождения, тыс. долл. США и %, 2010 г. 154](#_Toc288576970)

[Диаграмма 87. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, тыс. дкл. напитка и %, 2009 г. 156](#_Toc288576971)

[Диаграмма 88. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, тыс. долл. США и %, 2009 г. 156](#_Toc288576972)

[Диаграмма 89. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, тыс. дкл. напитка и %, 2010 г. 157](#_Toc288576973)

[Диаграмма 90. Структура российского импорта крепких алкогольных напитков, по категориям напитков, тыс. долл. США и %, 2010 г. 157](#_Toc288576974)

[Диаграмма 91. Самые популярные экспортные марки коньяка в 2010 году, тыс. дкл. и % 158](#_Toc288576975)

[Диаграмма 92. Самые популярные экспортные марки коньяка в 2010 году, тыс. долл. США и % 158](#_Toc288576976)

# РЕЗЮМЕ

Агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка крепких алкогольных напитков в России. Следует отметить, что 2010 год стал переломным для этой отрасли, которая немало изменилась под влиянием кризиса. В период экономической нестабильности многие производители дорогих алкогольных продуктов класса «Премиум» и «Супер премиум» были практически вытеснены с рынка, в то время как сегмент напитков ценового класса «Эконом», наоборот, вырос. Однако в 2011 году потребители стали вновь обращать внимание на дорогие алкогольные напитки.

Значительно возросло влияние государства на отрасль. Это выражается как в повышенном контроле со стороны недавно созданной федеральной службы Росалкогольрегулирование, так и в растущем влиянии «Росспиртпрома» - сформированной в 2009 году государственной водочной компании.

На рынке становится все заметнее тенденция к монополизации рынка крепкого алкоголя. И в дальнейшем эксперты ожидают продолжения этого тренда. Мелкие игроки будут стремительно покидать рынок – из-за потери лицензий, либо по экономическим причинам; крупные игроки станут менее свободны в своих действиях. Многие крупные «водочные» бизнесмены начали постепенно распродавать алкогольные активы под предлогом того, что рынок стал «скучным» – простор для творчества иссяк, ограничений стало слишком много.

В 2010 году в России было произведено 136 051 тыс. дкл. крепких алкогольных напитков (крепостью более 25%), что на 0,28% больше, чем в 2009 году. В лидерах оказались Центральный, Приволжский и Северо-Западный федеральные округа. При этом объем производства крепких алкогольных напитков в Приволжском и Северо-Западном округах за год существенно сократился – на 9,62% и 23,67% соответственно.

По видам крепких алкогольных напитков в 2010 году больше всего было произведено водки – 96 981 тыс. дкл., что на 7,70% больше, чем в 2009 году. Объем производства коньяка за год сократился – на 28,8%. Объем производства ликеро-водочных и коньячных напитков также упал – на 43,5% и 10,9% соответственно.

Крупнейшими производителями водки в 2010 году стали: «Топаз», «Кристалл», «Омсквинпром», «Татспиртпром», и «Башспирт». Объем производства крупнейших водочных компаний снижался, за исключением «Кристалла», которому удалось нарастить выпуск почти на 16%. Выпуск ликероводочных изделий (ЛВИ, настойки, ликеры, наливки и др.) упал почти в два раза, примерно на треть сократился выпуск коньяков.

Что касается продаж крепких алкогольных напитков в асоблютном выражении, то они в 2010 году упали на 4%, до 1,7 млрд. литров, однако в стоимостном выражении – выросли на 2%, до 546 млрд. руб. Продажи водки, самого популярного крепкого напитка в России (на водку приходится 90% продаж всех крепких напитков), упали на 5% в абсолютном выражении. Продажи бренди и виски, напротив, выросли в объеме – на 4% и 3% соответственно, правда, эти напитки потребляются в России в относительно малых объемах.

В стоимостном выражении в сегменте алкогольных напитков наиболее существенный рост в 2010 году продемонстрировали продажи виски - 42,8% роста по сравнению с показателями предыдущего года. Мощный рост этой категории позволил виски совершить скачок с четвертого на второе место среди всего импортируемого в Россию крепкого алкоголя, опередив коньяки и настойки с ликерами.

ГЛАВА 1. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития рынка крепких алкогольных напитков в России.

Задачи исследования

1. Определить объем и темпы роста производства водки и ликероводочных изделий в России в 2010 г.:
	* По предприятиям производителям
	* По федеральным округам
	* По Субъектам федерации
2. Определить объем и темпы роста производства коньяка в России в 2010 г.:
	* По предприятиям производителям
	* По федеральным округам
	* По Субъектам федерации
3. Определить объем импорта крепких алкогольных напитков в Россию в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении ***по маркам и типам напитков***:
	* абсент
	* аперитив
	* арманьяк
	* бальзам
	* бренди
	* виски
	* водка
	* граппа
	* джин
	* кальвадос
	* коньяк
	* корн
	* ликер
	* настойка
	* ром
	* текила
4. Определить объем импорта крепких алкогольных напитков в Россию в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении ***по маркам***.
5. Определить объем импорта крепких алкогольных напитков в Россию в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении ***по годам***.
6. Определить помесячную динамику импорта крепких алкогольных напитков в Россию в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении ***по маркам***.
7. Определить объем импорта крепких алкогольных напитков в Россию в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении ***по компаниям-отправителям***.
8. Определить объем импорта крепких алкогольных напитков в Россию в натуральном и стоимостном выражении ***по странам происхождения и странам отправления***.
9. Определить объем экспорта водки из России в 2010 г. натуральном и стоимостном выражении по ***маркам.***
10. Определить объем экспорта водки из России в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении по ***годам***.
11. Определить помесячную динамику экспорта водки из России в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении по ***маркам***.
12. Определить объем экспорта водки из России в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении по ***компаниям-отправителям***.
13. Определить объем экспорта водки из России в 2010 г. в натуральном и стоимостном выражении по ***странам происхождения и странам назначения***.

Объект исследования

Российский рынок крепких алкогольных напитков.

Информационная база исследования

1. Базы данных ФСГС РФ
2. Базы данных ФТС РФ
3. Euromonitor
4. Расчеты Discovery Research Group.

# ГЛАВА 3. ОБЩИЕ ПАРАМЕТРЫ РЫНКА КРЕПКИХ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

## §1. Основные тенденции 2010 года

Из всех крепких алкогольных напитков в России в 2010 году выросло лишь производство водки (на %), следует из данных Росстата. Выпуск ликероводочных изделий (ЛВИ, настойки, ликеры, наливки и др.) упал …, примерно … выпуск коньяков. Объемы их производства подкосили прошлогодняя жара и ужесточение требований Росалкогольрегулирования.

Из всей алкогольной продукции в 2010 году наибольший рост продемонстрировало игристое и столовое вино — …% (… млн дал) и …% (… млн дал) соответственно. Из крепкого алкоголя выросло производство только водки на …% — … млн дал. Сильнее всех упало производство ЛВИ: выпуск продукции крепостью менее 25 градусов снизился на …% (… млн дал), продукции крепостью более …% — на …% .. млн дал). Выпуск коньяка в прошлом году также заметно сократился — на …% (… млн дал).

Председатель правления Союза производителей алкогольной продукции Дмитрий Добров отмечает, что 2010 год был в целом не самым благоприятным для потребления алкогольной продукции. В течение лета очень долго сохранялась сильная жара, что, конечно, отразилось на спросе, особенно в группе ЛВИ. На влияние аномальной жары в Восточной Европе в 2010 году жаловался и лидер водочного рынка Central European Distribution Corporation (ТМ "Зеленая марка", "Журавли"), у которого 70% продаж приходится на Россию: в отчетности за третий квартал 2010 года компания зафиксировала снижение продаж на …% — $... млн.

Снижение продаж крепкого алкоголя участники рынка объясняют также ужесточением выдачи лицензий Росалкогольрегулирования (РАР) тем производителям, которые производили суррогатную продукцию под видом различных ЛВИ. Часто под видом натуральных настоек и наливок продавалась продукция с непонятным химическим составом, считает совладелец "Ладоги" ("Царская", "Великий город") Вениамин Грабар. В 2010 году они перестали производить суррогат под угрозой прекращения лицензии, а также в связи с появлением минимальных цен на продукцию свыше 28 градусов. С 1 января 2010 года РАР установило минимальные розничные цены на водку в 89 руб. за 0,5 л, а с 1 июня и на другой алкоголь крепостью более 28%. Из расчета процентного содержания этилового спирта, к примеру, минимальная цена напитка крепостью от 28,01-29 градусов должна составлять 65 руб., от 40,01-41% — 92 руб.

В 2010 году действовало более … лицензий на производство спирта и алкогольной продукции. По итогам контрольных мероприятий в течение года было принято решение о направлении в суд заявлений на аннулирование в общей сложности 123 лицензий.

По мнению господина Грабара, спад 2010 года в производстве коньяка объясняется также уходом с рынка части продукции, которая непосредственно к коньяку имела отдаленное отношение. Однако и в этих … млн дал, что зафиксировал Росстат, на взгляд г-на Грабара, …млн дал — это псевдоконьяк. Сокращали производство коньяка и легальные производители. Всему виной, по его словам, вступившая с 1 января 2010 года новая система уплаты акциза для производителей, которые бутилируют коньяк в России: если прежде они платили акциз только при покупке готового коньяка у производителя (далее он принимался к зачету налоговыми органами), то сейчас они вынуждены повторно его уплачивать при выпуске готовой продукции.

## §2. *Производство крепких алкогольных напитков*

В 2010 году в России было произведено … тыс. дкл. крепких алкогольных напитков (крепостью более 25%), что на ..% больше, чем в 2009 году. В лидерах оказались Центральный (… тыс. дкл.), Приволжский (… тыс. дкл.) и Северо-Западный (… тыс. дкл.) федеральные округа. Подробнее производство крепких алкогольных напитков по федеральным округам и субъектам федерации представлено в Приложении 1.

Таблица 8. Производство крепких алкогольных напитков в России по округам в 2009-2010 гг, тыс. дкл.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | **2009** | **2010** | **Изменение, %** |
| **Центральный ФО, всего** |  |  |  |
| **Приволжский ФО, всего** |  |  |  |
| **Северо-Западный ФО, всего** |  |  |  |
| **Сибирский ФО, всего** |  |  |  |
| **Северо-Кавказский ФО, всего** |  |  |  |
| **Южный ФО, всего** |  |  |  |
| **Дальневосточный ФО, всего** |  |  |  |
| **Уральский ФО, всего** |  |  |  |
| **Россия, всего** |  |  |  |

Диаграмма 5. Производство крепких алкогольных напитков в России по федеральным округам в 2010 году, тыс. дкл. и %

По видам крепких алкогольных напитков в 2010 году больше всего было произведено водки – 96 981 тыс. дкл., что на 7,70% больше, чем в 2009 году. Объем производства коньяка за год сократился – на 28,8%. Объем производства ликеро-водочных и коньячных напитков также упал – на 43,5% и 10,9% соответственно.

Таблица 9. Производство крепких алкогольных напитков в России в 2009-2010 гг., по видам напитков, тыс. дкл.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Напиток** | **2009** | **2010** | **Изменение, %** |
| **Водка** |  |  |  |
| **Кальвадос\*** |  |  |  |
| **Коньяк** |  |  |  |
| **Ликеро-водочные изделия** |  |  |  |
| **Коньячные напитки\*** |  |  |  |
| **Всего** |  |  |  |

\* алкогольный напиток, произведенный из выдержанных или молодых яблочных спиртов или дистиллятов, с использованием компонентов древесины дуба

\*\* включая бренди

Диаграмма 6. Производство крепких алкогольных напитков в России в 2010 году, по видам напитков, тыс. дкл. и %

Крупнейшими российскими производителями водки и ликеро-водочных изделий являются………………………………………………………………………………………………………………………….. Наибольшая доля в структуре российского производства принадлежит …..» (более …%). … занимает второе место по объемам выпускаемой водки и ликеро-водочных изделий в России, производя около ..% данной отечественной алкогольной продукции. Третье место принадлежит … - почти …% производства отечественной водки и ликеро-водочных изделий.

## §3. *Продажи крепких алкогольных напитков*

В 2010 году продажи крепких алкогольных напитков в асоблютном выражении упали на 4%, до 1,7 млрд. литров, однако в стоимостном выражении – выросли на 2%, до 546 млрд. руб. Продажи водки, самого популярного крепкого напитка в России (на водку приходится 90% продаж всех крепких напитков), упали на 5% в абсолютном выражении. Продажи бренди и виски, напротив, выросли в объеме – на 4% и 3%, правда, эти напитки потребляются в России в относительно малых объемах.

Таблица 10. Динамика объема продаж крепких алкогольных напитков в России, 2005-2010 гг., млн литров

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Бренди и коньяк |  |  |  |  |  |  |
| - Бренди |  |  |  |  |  |  |
| - Коньяк |  |  |  |  |  |  |
| Ликеры |  |  |  |  |  |  |
| - Горькие |  |  |  |  |  |  |
| - Крем-ликеры |  |  |  |  |  |  |
| - Прочие ликеры |  |  |  |  |  |  |
| Ром |  |  |  |  |  |  |
| - Темный |  |  |  |  |  |  |
| - Светлый |  |  |  |  |  |  |
| Текила (и Мескаль) |  |  |  |  |  |  |
| Виски |  |  |  |  |  |  |
| - Бурбон/Прочий американский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Канадский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Ирландский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Японский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Смешанный шотландский |  |  |  |  |  |  |
| - Односолодовый шотландский |  |  |  |  |  |  |
| - Прочий виски |  |  |  |  |  |  |
| Белые крепкие спиртные напитки |  |  |  |  |  |  |
| - Джин |  |  |  |  |  |  |
| - Водка |  |  |  |  |  |  |
| Прочие крепкие алкогольные напитки |  |  |  |  |  |  |
| - Абсент |  |  |  |  |  |  |
| - Граппа |  |  |  |  |  |  |
| - Наливка |  |  |  |  |  |  |
| Всего |  |  |  |  |  |  |

Таблица 11. Продажи крепких алкогольных напитков по категориям, 2005-2010, млрд. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Бренди и коньяк |  |  |  |  |  |  |
| - Бренди |  |  |  |  |  |  |
| - Коньяк |  |  |  |  |  |  |
| Ликеры |  |  |  |  |  |  |
| - Горькие |  |  |  |  |  |  |
| - Крем-ликеры |  |  |  |  |  |  |
| - Прочие ликеры |  |  |  |  |  |  |
| Ром |  |  |  |  |  |  |
| - Темный |  |  |  |  |  |  |
| - Светлый |  |  |  |  |  |  |
| Текила (и Мескаль) |  |  |  |  |  |  |
| Виски |  |  |  |  |  |  |
| - Бурбон/Прочий американский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Канадский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Ирландский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Японский виски |  |  |  |  |  |  |
| - Смешанный шотландский |  |  |  |  |  |  |
| - Односолодовый шотландский |  |  |  |  |  |  |
| - Прочий виски |  |  |  |  |  |  |
| Белые крепкие спиртные напитки |  |  |  |  |  |  |
| - Джин |  |  |  |  |  |  |
| - Водка |  |  |  |  |  |  |
| Прочие крепкие алкогольные напитки |  |  |  |  |  |  |
| - Абсент |  |  |  |  |  |  |
| - Граппа |  |  |  |  |  |  |
| - Наливка |  |  |  |  |  |  |
| Всего |  |  |  |  |  |  |

Таблица 12. Прирост объема продаж крепких алкогольных напитков в натуральном выражении по категориям, 2005-2010, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | 2009/10 | средний рост 2005/10 | общий прирост 2005/10 |
| Бренди и коньяк | 4,1 |  |  |
| - Бренди | 4,4 |  |  |
| - Коньяк | -6,5 |  |  |
| Ликеры | -6,7 |  |  |
| - Горькие | -8,9 |  |  |
| - Крем-ликеры | -5,7 |  |  |
| - Прочие ликеры | -7,3 |  |  |
| Ром | 2,5 |  |  |
| - Темный | 3 |  |  |
| - Светлый | 1,9 |  |  |
| Текила (и Мескаль) | 1,2 |  |  |
| Виски | 3,2 |  |  |
| - Бурбон/Прочий американский виски | -1,3 |  |  |
| - Канадский виски | 0,4 |  |  |
| - Ирландский виски | 8,5 |  |  |
| - Японский виски | - |  |  |
| - Смешанный шотландский | 3,3 |  |  |
| - Односолодовый шотландский | -5,5 |  |  |
| - Прочий виски | - |  |  |
| Белые крепкие спиртные напитки | -4,6 |  |  |
| - Джин | 0,3 |  |  |
| - Водка | -4,6 |  |  |
| Прочие крепкие алкогольные напитки | 0,1 |  |  |
| - Абсент | -1,5 |  |  |
| - Граппа | -3,9 |  |  |
| - Наливка | 0,1 |  |  |
| Всего | -3,80 |  |  |

Таблица 13. Прирост объема продаж крепких алкогольных напитков в денежном выражении по категориям, 2005-2010, %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | 2009/10 | 2005-10 CAGR | 2005/10 TOTAL |
| Бренди и коньяк |  |  |  |
| - Бренди |  |  |  |
| - Коньяк |  |  |  |
| Ликеры |  |  |  |
| - Горькие |  |  |  |
| - Крем-ликеры |  |  |  |
| - Прочие ликеры |  |  |  |
| Ром |  |  |  |
| - Темный |  |  |  |
| - Светлый |  |  |  |
| Текила (и Мескаль) |  |  |  |
| Виски |  |  |  |
| - Бурбон/Прочий американский виски |  |  |  |
| - Канадский виски |  |  |  |
| - Ирландский виски |  |  |  |
| - Японский виски |  |  |  |
| - Смешанный шотландский |  |  |  |
| - Односолодовый шотландский |  |  |  |
| - Прочий виски |  |  |  |
| Белые крепкие спиртные напитки |  |  |  |
| - Джин |  |  |  |
| - Водка |  |  |  |
| Прочие крепкие алкогольные напитки |  |  |  |
| - Абсент |  |  |  |
| - Граппа |  |  |  |
| - Наливка |  |  |  |
| Всего |  |  |  |

Расходы на алкогольную продукцию остаются одной из наиболее значимых статей в бюджете россиян. На алкогольные напитки (в том числе слабоалкогольные коктейли и пиво) приходится около …% общих доходов российских граждан. Водка традиционно является самым популярным напитком и в стоимостном выражении российский рынок водки оценивается в сумму порядка … миллиардов долларов.

Структура потребления крепкого алкоголя выглядит следующим образом: лидером среди различных видов крепкой алкогольной продукции - водка. Ее предпочитают примерно …% потребителей алкоголя. Второе место разделили коньяк - …% потребителей и настойки, наливки - …% потребителей. Остальные виды: виски, джин, ром, самогон предпочитают не более…3% россиян.

2-5 июля 2010 года Аналитический Центр Юрия Левады (Левада-Центр) провел опрос по репрезентативной выборке 1600  россиян в возрасте 18 лет и  старше в 130  населенных пунктах 45 регионов страны. Большинство респондентов употребляют алкогольные напитки достаточно редко. …% опрошенных вообще обоходятся без алкоголя, всего …% употребляют алкоголь несколько раз в неделю (см. таб. 8 и диаграмму 5).

Таблица 14. Употребляете ли вы алкогольные напитки, и если да, то как часто?

|  |  |
| --- | --- |
| никогда |  |
| реже, чем раз в месяц |  |
| примерно раз в месяц |  |
| два-четыре раза в месяц |  |
| примерно раз в неделю |  |
| несколько раз в неделю |  |
| затруднились ответить |  |

Диаграмма 7. Употребляете ли вы алкогольные напитки, и если да, то как часто?

Среди совсем непьющих больше всего пенсионеров (…%), студентов и учащихся (…%), домохозяек (…%) и в целом женщин (…%), россиян старше 55  лет (..%), с образованием ниже среднего (…%), москвичей (…%) и жителей сельских населенных пунктов (…%). Чаще всего пьют алкогольные напитки несколько раз в неделю рабочие (…%), служащие (…%) и в целом мужчины (…%), а также жители Москвы (…%).

Среди тех, кто употребляет алкогольные напитки, большинство выпивает за вечер рюмку водки или бокал вина (34%). Всего 1% респондентов выпивает более бутылки водки или двух бутылок вина за вечер (см. таб. 9 и диаграмму 6).

Таблица 15. Сколько алкоголя вы в среднем выпиваете за вечер? (в % от числа опрошенных, употребляющих алкогольные напитки)

|  |  |
| --- | --- |
| меньше рюмки водки/стакана вина/бутылки пива за вечер |  |
| примерно рюмку водки/стакан вина/бутылку пива за  вечер |  |
| примерно две рюмки водки/полбутылки вина/литр пива за вечер |  |
| примерно стакан водки/бутылку вина/два литра пива за  вечер |  |
| примерно бутылку водки/две бутылки вина/четыре литра пива за вечер |  |
| более бутылки водки/двух бутылок вина/четырех литров пива за вечер |  |
| затруднились ответить |  |

Диаграмма 8. Сколько алкоголя вы в среднем выпиваете за вечер? (в % от числа опрошенных, употребляющих алкогольные напитки)

Среди малопьющих (меньше рюмки водки/стакана вина/бутылки пива за вечер) больше всего студентов и учащихся (49%), пенсионеров и домохозяек (по 25%) и в целом женщин (27%), россиян старше 55 лет (24%), с образованием ниже среднего (20%), москвичей (42%) и жителей других городов с населением более 500 тысяч человек (26%). Чаще всего пьют помногу алкогольные напитки (примерно бутылку водки/две бутылки вина/четыре литра пива за вечер) безработные (9%), служащие (7%) и в целом мужчины (7%), россияне старше 55лет (8%) и жители сельских поселений (6%).

## §4. *Цены на крепкие алкогольные напитки*

В 2010-2011 гг. цены производителей на основные виды крепких алкогольных напитков росли. Особенно сильно подорожали настойки – на …. Коньяк сильно подорожал во втором квартале 2010 года, а затем немного подешевел, до …б./дкл. За год средние цены производителей увеличились на …% для водки и на - для коньяка.

Таблица 16. Средние по РФ цены производителей на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | янв '10 | апр '10 | июл '10 | окт '10 | янв '11 | Изменение, янв'11/янв'10 |
| Коньяк |  |  |  |  |  |  |
| Водка |  |  |  |  |  |  |
| Настойки |  |  |  |  |  |  |
| Спирт |  |  |  |  |  |  |

Диаграмма 9. Средние по РФ цены производителей на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл.

Потребительские цены также выросли, однако не так существенно – на водку повышенного качества всего на 1%, на коньяк – на …%, если сравнивать уровень цен в январе 2011 года и в январе 2010 года.

Таблица 17. Средние по РФ потребительские цены на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | янв '10 | апр '10 | июл '10 | окт '10 | янв '11 | Изменение, янв'11/янв'10 |
| Коньяк | . | 800 | 803 | 814 | 835 | 6 |
| Водка повышенного качества | 428 | 436 | 438 | 444 | 431 | 1 |
| Водка обычного качества | 218 | 223 | 225 | 228 | 237 | 9 |

Диаграмма 10. Средние по РФ потребительские цены на отдельные виды крепких алкогольных напитков в 2010-2011 гг., руб./дкл.

## §5. *Перспективы консолидации отрасли*

# ГЛАВА 4. РОССИЙСКИЙ РЫНОК ВОДКИ

Как уже было сказано выше, по данным Росстата, из всех крепких алкогольных напитков в России в 2010 году выросло лишь производство водки (на …%). При этом, до кризиса потребление водки падало из-за сокращения численности населения России, а также в связи с переходом россиян на другие, более дорогие виды крепких алкогольных напитков — такие как коньяк, вино и т.д. Но с наступлением кризиса этот процесс прекратился, в основном по причине дешевизны водки. Так, в 2005-2009 гг. потребление водки и ЛВИ сократилось на …% до .. л на человека в год, а к 2014 г. этот параметр снизится лишь до … л.

По мнению руководителя Центра исследований федерального и региональных рынков алкоголя (ЦИФРРА) Вадима Дробиза, годовой объем легальной водки и ЛВИ в России составляет около 1100 млн л. Еще не менее 1200 млн л - это нелегальная водка и суррогаты (технические жидкости, парфюмерия, аптечные настойки, самогон и т.д.).

Крупнейшими производителями водки в 2010 году стали: … (см. таб. 14 и диаграмму 7). Объем производства крупнейших водочных компаний снижался, за исключением …, которому удалось нарастить выпуск почти на …%.

Таблица 18. Крупнейшие производители водки в РФ, 2009-2010 гг.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Предприятие** | **Регион** | **Произведено (млн дал)** | **Динамика (%)** |
| **2009 год** | **2010 год** |
| Топаз (группа CEDC) | Московская область |  |  |  |
| Кристалл | Москва |  |  |  |
| Омсквинпром | Омск |  |  |  |
| Татспиртпром | Татарстан |  |  |  |
| Башспирт | Башкирия |  |  |  |
| Весь рынок |   |  |  |  |

Диаграмма 11. Крупнейшие производители водки в РФ, 2009-2010 гг.

*И*

До кризиса объемы продаж водки ценовых сегментов «Супер премиум» и «Премиум» росли, в то время как на сегмент «Эконом» приходилось чуть больше половины рынка. После кризиса сегменты «Супер премиум» и «Премиум» оказались на докризисном уровне, а сегмент «Эконом» стал занимать почти … рынка (см. таб. 15 и диаграмму 8). Доля ароматизированной водки в общем объеме продаж за последние 5 лет незначительно снизилась – с …% в 2005 до ..% в 2010 году (см. таб. 16 и диаграмму 9).

Таблица 19. Структура продаж водки по ценовым сегментам, 2005-2010 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Супер премиум |  |  |  |  |  |  |
| Премиум |  |  |  |  |  |  |
| Стандарт |  |  |  |  |  |  |
| Эконом |  |  |  |  |  |  |
| Всего |  |  |  |  |  |  |

Диаграмма 12. Структура продаж водки по ценовым сегментам, 2005-2010 гг.

Таблица 20. Структура продаж водки по видам (ароматизированная и неароматизированная), 2005-2010 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
| Ароматизированная |  |  |  |  |  |  |
| Неароматизированная |  |  |  |  |  |  |

Диаграмма 13. Структура продаж водки по видам (ароматизированная и неароматизированная), 2005-2010 гг.



Сейчас … вляется абсолютным лидером российского рынка крепкого алкоголя с долей более … по стоимости. В каждом ценовом сегменте у CEDC есть водочный бренд №1: … в сегменте суб-премиум, … в среднеценовом сегменте и … в эконом-сегменте рынка. Кроме того, по объему продаж .. - это водка №1 в России и №2 в мире.

…% бизнеса CEDC приходится на Россию. На долю Польши и Венгрии - …%. В ближайшие планы компании входит расширение предложения на российском рынке. … предстоит разнообразить свой марочный портфель – войти в новые рыночные сегменты и начать работать с другими категориями крепкого алкоголя.

## §1. Производство водки

Регионами с наибольшими объемами производства водки как в 2010, так и в 2009 гг. стали: Московская область, Москва и Омская область. В 2009 году в лидерах были те же регионы. В 2010 году в Москве и Московской области производство водки увеличилось на 14% и 24% соответственно, в то время как в Омской области – сократилось на 4%: с 6 177 тыс. дкл. в 2009 году до 5 955 тыс. дкл. в 2010 году. Подробнее производство водки по федеральным округам и субъектам в 2009-2010 гг. представлено в Приложении 2.

### *2010 год*

Наибольший объем водки в 2010 году был произведен в Центральном федеральном округе – 39 900 тыс. дкл. На втором месте оказался Приволжский федеральный округ (20 460 тыс. дкл.). Замыкает тройку лидеров Сибирский федеральный округ (16 983 тыс. дкл.).

Диаграмма 14. Доли и объемы производства водки по федеральным округам в России в 2010 году, тыс. дкл. и %

В Центральном федеральном округе больше всего водки было произведено в Московской области (… тыс. дкл.), далее следуют Москва (… тыс. дкл.) и Тульская область (… тыс. дкл.).

Диаграмма 15. Доли и объемы производства водки в субъектах Центрального федерального округа в 2010 году, тыс. дкл. и %

##

## §2. Цены на водку

Средние по РФ потребительские цены на водку обычного качества выросли с … рублей за литр в январе 2010 года до … рублей за литр в январе 2011 года. Самая дорогая водка – в Чукотском автономном округе, где литр этой алкогольной продукции в январе 2011 года стоил … руб, самая дешевая – в республике Ингушетия – … руб.

Кстати, по словам Вениамина Грабара, президента ОАО «Промышленная группа „Ладога“», если речь идет о легальном производстве, то производить водку с розничной ценой ниже 89 рублей экономически невозможно. Например, в 2010 году «Ладога» производила водку «Беломорканал», которая в рознице стоит 90–91 руб за 0,5 л. Это социальный продукт, рентабельность которого – ноль. Она продается только на Северо­Западе, потому что везти такую водку в другие регионы убыточно с учетом транспортных расходов. «Ладога» занимается ее производством только для поддержания доли рынка, поскольку сегмент «народной» водки в России значительный – почти 40% от общего объема продаж.

Таблица 21. Динамика средних потребительских цен на водку крепостью 40% об. спирта и выше, руб./литр

|  |  |
| --- | --- |
| **Дата** | **Цена за литр, руб.** |
| **29.12.2009** |  |
| **25.01.2010** |  |
| **24.02.2010** |  |
| **29.03.2010** |  |
| **26.04.2010** |  |
| **31.05.2010** |  |
| **28.06.2010** |  |
| **26.07.2010** |  |
| **30.08.2010** |  |
| **27.09.2010** |  |
| **25.10.2010** |  |
| **29.11.2010** |  |
| **27.12.2010** |  |
| **31.01.2011** |  |
| **07.02.2011** |  |

Диаграмма 32. Динамика средних потребительских цен на водку, 2010-2011 гг., руб. за литр

*Источник: Росстат*

## §3. Самые известные водочные бренды