



BusinessStat[®]

готовые обзоры рынков



Анализ рынка косметики в России

демонстрационная версия отчета

АДРЕС:

107023, г. Москва
ул. Электrozаводская
д. 23, стр. 8

ТЕЛ.:

+7 (495) 180-04-19

ФАКС:

+7 (495) 180-04-19

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:

info@businessstat.ru

САЙТ:

www.businessstat.ru

Аннотация

По оценкам BusinesStat, в 2025 г продажи косметики в России снизились на 2% до 3,9 млрд шт. Спад вызван снижением реализации косметики в традиционной офлайн-торговле.

Интернет-магазины и маркетплейсы зачастую предоставляют более широкие возможности для выбора товаров, в том числе косметики премиум-сегмента, экологичной продукции, брендов из Южной Кореи, Японии, Китая, Индонезии, а также продукции ряда российских производителей, которые нацелены на развитие онлайн-продаж. Кроме того, традиционные косметические ритейлеры стремятся ускорить свое развитие, расширяя интернет-торговлю, в том числе организуя собственные ПВЗ в регионах.

Рост популярности отечественной косметики и увеличение онлайн-продаж останутся ключевыми драйверами расширения продаж в ближайшее время. Многие компании различных сфер бизнеса, включая производство и продажи косметики, направляют свою маркетинговую активность в интернет. Операторы рынка при этом, продвигая свои товары онлайн, используют как рекламные методы, так и услуги лидеров мнений beauty-блогеров (инфлюенсеров).

Кроме того, продолжится развитие омниканальной модели продаж. Крупнейшие ритейлеры уже начали продавать продукцию под СТМ не только в своих магазинах, но и на сторонних интернет-площадках, а ряд производителей, ранее работавший только через сеть дистрибуции, запустил прямые продажи косметики через собственные онлайн-магазины.

«Анализ рынка косметики в России», подготовленный BusinesStat, включает важнейшие данные, необходимые для понимания текущей конъюнктуры рынка и оценки перспектив его развития:

- объем и оборот рынка, его динамика, тенденции и сценарии развития
- факторы рынка, драйверы и барьеры
- производство, продажи, экспорт и импорт, средние цены
- численность потребителей, объем покупок и годовые затраты на потребителя
- каналы продаж, рейтинг торговых сетей
- баланс спроса, предложения и складских запасов
- рейтинги основных производителей
- уровень конкуренции и инвестиционная привлекательность рынка

В обзоре косметика сегментирована:

- **по видам:** дезодоранты и антиперспиранты, декоративная косметика, средства для бритья, средства для принятия ванн, средства по уходу за волосами, средства по уходу за кожей, средства ухода за зубами, прочая косметика
- **по каналам продаж:** госзакупки, корпоративные закупки, онлайн-продажи, физическая розница, HoReCa

Приведены рейтинги:

- **розничных косметических сетей по выручке от продаж:** Avon, Faberlic, Золотое яблоко, Л'Окситан, Л'Этуаль, Магнит Косметик, Новэкс, Oriflame, Подружка, Рив Гош, Rivoli, Улыбка радуги и др.

При подготовке обзора используется официальная статистика и собранные данные.

Публичные сведения из профильных источников информации

- информационно-аналитические материалы Росстата
- публичные данные о внешнеэкономической деятельности
- корпоративная отчетность

Информация, собранная BusinessStat:

- показатели розничной торговли косметикой
- оценки потребления косметики
- оценки экспертов рынка косметики и парфюмерии

Информацию о смежных рынках вы можете найти в других исследованиях BusinessStat:

- [Анализ интернет-торговли товарами для красоты и здоровья в России](#)
- [Анализ рынка парфюмерии в России](#)
- [Анализ рынка косметологии в России](#)
- [Анализ рынка косметических кремов в России](#)
- [Анализ рынка уходовой косметики для лица в России](#)
- [Анализ рынка уходовой косметики для тела в России](#)
- [Анализ рынка косметики в Казахстане](#)

Содержание

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ОБЗОРА РЫНКА

КЛАССИФИКАЦИЯ КОСМЕТИКИ

СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ КОСМЕТИКИ

Спрос

- Таблица 1. Спрос на косметику в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 2. Прогноз спроса на косметику в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 3. Продажи и экспорт косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 4. Прогноз продаж и экспорта косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)

Предложение

- Таблица 5. Предложение косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 6. Прогноз предложения косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 7. Производство, импорт и складские запасы косметики на начало года в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 8. Прогноз производства, импорта и складских запасов косметики на начало года в России в 2026-2030 гг (млн шт)

Баланс спроса и предложения

- Таблица 9. Баланс спроса и предложения косметики с учетом складских запасов в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 10. Прогноз баланса спроса и предложения косметики с учетом складских запасов в России в 2026-2030 гг (млн шт)

ПРОДАЖИ КОСМЕТИКИ

Натуральные продажи

- Таблица 11. Продажи косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 12. Прогноз продаж косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 13. Продажи по видам косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 14. Прогноз продаж по видам косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)

Стоимостные продажи

- Таблица 15. Продажи косметики в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 16. Прогноз продаж косметики в России в 2026-2030 гг (млрд руб)
- Таблица 17. Продажи по видам косметики в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 18. Прогноз продаж по видам косметики в России в 2026-2030 гг (млрд руб)

Средняя цена продаж

- Таблица 19. Средняя цена продаж косметики в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
- Таблица 20. Прогноз средней цены продаж косметики в России в 2026-2030 гг (руб за шт)
- Таблица 21. Средняя цена продаж по видам косметики в России в 2021-2025 гг (руб за шт)

- Таблица 22. Прогноз средней цены продаж по видам косметики в России в 2026-2030 гг (руб за шт)

Сравнительная оценка продаж косметики по каналам

- Таблица 23. Продажи косметики по каналам в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 24. Прогноз продаж косметики по каналам в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 25. Продажи косметики по каналам в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 26. Прогноз продаж косметики по каналам в России в 2026-2030 гг (млрд руб)
- Таблица 27. Средняя цена продаж косметики по каналам в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
- Таблица 28. Прогноз средней цены продаж косметики по каналам в России в 2026-2030 гг (руб за шт)

РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ КОСМЕТИКИ

Натуральные продажи

- Таблица 29. Продажи косметики в физической рознице в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 30. Прогноз продаж косметики в физической рознице в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 31. Продажи косметики в физической рознице по регионам России в 2021-2025 гг (млн шт)

Стоимостные продажи

- Таблица 32. Продажи косметики в физической рознице в России в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 33. Прогноз продаж косметики в физической рознице в России в 2026-2030 гг (млрд руб)
- Таблица 34. Продажи косметики в физической рознице по регионам России в 2021-2025 гг (млн руб)

Розничная цена

- Таблица 35. Розничная цена косметики в физической рознице в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
- Таблица 36. Прогноз розничной цены косметики в физической рознице в России в 2026-2030 гг (руб за шт)
- Таблица 37. Розничная цена косметики в физической рознице по регионам России в 2021-2025 гг (руб за шт)

РОЗНИЧНЫЕ КОСМЕТИЧЕСКИЕ СЕТИ

- Таблица 38. Рейтинг розничных косметических сетей по выручке от продаж в 2024 г (млрд руб)

ПОТРЕБЛЕНИЕ КОСМЕТИКИ

- Таблица 39. Численность потребителей косметики в России в 2021-2025 гг (млн чел)
- Таблица 40. Прогноз численности потребителей косметики в России в 2026-2030 гг (млн чел)
- Таблица 41. Доля потребителей косметики от населения России в 2021-2025 гг (млн чел)
- Таблица 42. Прогноз доли потребителей косметики от населения в России в 2026-2030 гг (млн чел)

- Таблица 43. Объем потребления и средние затраты на косметику в России в 2021-2025 гг (шт в год; руб в год)
- Таблица 44. Прогноз объема потребления и средних затрат на косметику в России в 2026-2030 гг (шт в год; руб в год)

ПРОИЗВОДСТВО КОСМЕТИКИ

Натуральный объем производства

- Таблица 45. Производство косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 46. Прогноз производства косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 47. Производство по видам косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 48. Прогноз производства по видам косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 49. Производство косметики по федеральным округам России в 2021-2025 гг (млн шт)

Цена производителей

- Таблица 50. Цена производителей косметики в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
- Таблица 51. Прогноз цены производителей косметики в России в 2026-2030 гг (руб за шт)
- Таблица 52. Цена производителей по видам косметики в России в 2021-2025 гг (руб за шт)
- Таблица 53. Прогноз цены производителей по видам косметики в России в 2026-2030 гг (руб за шт)

ПРОИЗВОДИТЕЛИ КОСМЕТИКИ

Рейтинги предприятий отрасли (юрлиц)

- Таблица 54. Рейтинг предприятий отрасли по выручке от продаж в 2024 г (млн руб)
- Таблица 55. Рейтинг предприятий отрасли по прибыли от продаж в 2024 г (млн руб)
- Таблица 56. Рейтинг предприятий отрасли по рентабельности продаж в 2024 г (%)

ПРОФИЛИ ВЕДУЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

ООО «Лаб Индастриз»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Арнест Юнирусь»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Л'Ореаль»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Держатель реестра акционеров
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Фаберлик»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Держатель реестра акционеров
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «НТС «Градиент»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ЭКСПОРТ И ИМПОРТ КОСМЕТИКИ**Баланс экспорта и импорта**

- Таблица 57. Баланс экспорта и импорта косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 58. Прогноз баланса экспорта и импорта косметики в России в 2026-2030 гг (млн шт)

Натуральный экспорт

- Таблица 59. Экспорт косметики из России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 60. Прогноз экспорта косметики из России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 61. Экспорт косметики по видам из России в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 62. Прогноз экспорта косметики по видам из России в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 63. Экспорт косметики по странам мира из России в 2021-2025 гг (тыс шт)

Стоимостный экспорт

- Таблица 64. Экспорт косметики из России в 2021-2025 гг (млн долл)
- Таблица 65. Прогноз экспорта косметики из России в 2026-2030 гг (млн долл)
- Таблица 66. Экспорт косметики по видам из России в 2021-2025 гг (млн долл)
- Таблица 67. Прогноз экспорта косметики по видам из России в 2026-2030 гг (млн долл)
- Таблица 68. Экспорт косметики по странам мира из России в 2021-2025 гг (тыс долл)

Цена экспорта

- Таблица 69. Цена экспорта косметики из России в 2021-2025 гг (долл за шт)
- Таблица 70. Прогноз цены экспорта косметики из России в 2026-2030 гг (долл за шт)
- Таблица 71. Цена экспорта косметики по видам из России в 2021-2025 гг (долл за шт)
- Таблица 72. Прогноз цены экспорта косметики по видам из России в 2026-2030 гг (долл за шт)
- Таблица 73. Цена экспорта косметики по странам мира из России в 2021-2025 гг (долл за шт)

Натуральный импорт

- Таблица 74. Импорт косметики в Россию в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 75. Прогноз импорта косметики в Россию в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 76. Импорт косметики по видам в Россию в 2021-2025 гг (млн шт)
- Таблица 77. Прогноз импорта косметики по видам в Россию в 2026-2030 гг (млн шт)
- Таблица 78. Импорт косметики по странам мира в Россию в 2021-2025 гг (тыс шт)

Стоимостный импорт

- Таблица 79. Импорт косметики в Россию в 2021-2025 гг (млн долл)
- Таблица 80. Прогноз импорта косметики в Россию в 2026-2030 гг (млн долл)
- Таблица 81. Импорт косметики по видам в Россию в 2021-2025 гг (млн долл)
- Таблица 82. Прогноз импорта косметики по видам в Россию в 2026-2030 гг (млн долл)
- Таблица 83. Импорт косметики по странам мира в Россию в 2021-2025 гг (тыс долл)

Цена импорта

- Таблица 84. Цена импорта косметики в Россию в 2021-2025 гг (долл за шт)
- Таблица 85. Прогноз цены импорта косметики в Россию в 2026-2030 гг (долл за шт)
- Таблица 86. Цена импорта косметики по видам в Россию в 2021-2025 гг (долл за шт)
- Таблица 87. Прогноз цены импорта косметики по видам в Россию в 2026-2030 гг (долл за шт)
- Таблица 88. Цена импорта косметики по странам мира в Россию в 2021-2025 гг (долл за шт)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОТРАСЛИ

- Таблица 89. Выручка от продаж в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 90. Коммерческие и управленческие расходы в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 91. Себестоимость в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 92. Прибыль от продаж в 2021-2025 гг (млрд руб)
- Таблица 93. Экономическая эффективность в 2021-2025 гг
- Таблица 94. Инвестиции в отрасль в 2021-2025 гг (млн руб)
- Таблица 95. Численность работников отрасли в 2021-2025 гг (тыс чел)
- Таблица 96. Средняя зарплата в отрасли в 2021-2025 гг (тыс руб в год)

Методика подготовки обзора рынка

При подготовке обзора рынка BusinesStat ставит целью собрать максимум информации об анализируемом рынке.

На первой стадии аналитики BusinesStat агрегируют национальную и международную статистику, информацию из деловых и отраслевых изданий. Проводится сбор оценок потребителей или экспертов, мониторинг оптовых или розничных цен. Источники данных для каждого обзора указаны в его аннотации. Под каждой таблицей обзора приведены ссылки на источники. В случае предоставления расчетных или оценочных данных в качестве источника под таблицей указывается BusinesStat.

На втором этапе полученные данные взвешиваются и приводятся к единому непротиворечивому массиву. На этом этапе происходит отбраковка данных, которые представляются аналитику противоречивыми и менее надежными. Выбранные данные должны находиться между собой в полной корреляции, чтобы сделать возможной комплексную оценку рынка. Например, спрос должен быть равен предложению с учетом производства, импорта и экспорта, продаж и складских запасов.

Данные по производству, таможенным операциям, продажам извлекаются из разных источников и первоначально не полностью соответствуют друг другу, что часто требует проведения дополнительных расчетов. В итоге по части уточненных, расчетных параметров рынка BusinesStat сам становится источником данных, что отмечено под соответствующими таблицами.

Третьим этапом работ является построение динамических рядов – прогнозирование. Первичное прогнозирование осуществляется математическими методами, суть которых сводится к анализу ретроспективных данных для построения прогноза. Однако такой анализ может задать лишь общий тренд на стабильных рынках с известной многолетней динамикой. Подобные стабильные рынки в России фактически отсутствуют, из-за чего эффективность математического анализа падает.

Для уточнения прогнозов анализируются факторы, влияющие на развитие рынка. Часть факторов определена достаточно жестко и может быть использована с большой уверенностью для прогнозирования производства, импорта и экспорта. Пример такого фактора – государственное отраслевое регулирование. Часто заранее известна политика правительства в области регулирования импорта, по инвестициям в производство и строительство, субсидированию или, наоборот, увеличению налоговой нагрузки на отрасль. Пользуясь накопленным опытом о влиянии на отрасли подобных изменений, аналитики BusinesStat могут достаточно точно прогнозировать дальнейшее развитие рынка.

Влияние других групп факторов менее выражено либо факторы противоречат друг другу. Чаще всего подобные факторы связаны с динамикой продаж и потребления. Здесь приходится анализировать более широкий круг переменных, часто применяя бенчмарки с соседних рынков, где аналогичная ситуация происходила ранее, или с рынков тех же отраслей других стран, где были аналогичные кейсы. Например, во всех развивающихся странах мира наблюдается схожая динамика потребительского поведения, обусловленная появлением новых категорий товаров, развитием сетевой розницы, приходом международных корпораций.

Применение международных бенчмарков для российских обзоров становится возможным благодаря одновременному анализу BusinesStat рынков в других странах мира. BusinesStat готовит глобальные обзоры, обзоры рынков СНГ и ЕС, а также обзоры рынков отдельных стран мира.

Классификация косметики

Всю косметику можно разделить на две большие группы:

- **Декоративная косметика**, предназначенная для улучшения внешнего вида и маскировки изъянов кожи, а также для создания макияжа, маникюра и педикюра.
- **Уходовая косметика**, предназначенная для ухода за кожей лица, тела, волосами. Она создана для поддержания красоты и молодости кожи, а также для решения различных косметических проблем (повышенная жирность кожи, морщины, шелушение, сухость). В группу включены также дезодоранты и антиперспиранты, средства для бритья, средства для принятия ванн, средства ухода за зубами.

В обзоре выделены следующие виды косметики без дополнительных детализаций:

- дезодоранты и антиперспиранты
- декоративная косметика
- средства для бритья
- средства для принятия ванн
- средства по уходу за волосами
- средства по уходу за кожей
- средства ухода за зубами
- прочая косметика

Производство косметики относится к отрасли ОКВЭД 2 (20.42) «Производство парфюмерных и косметических средств». В главе «Экономические показатели отрасли» приведена информация по данному коду.

Информация о соседних рынках содержится на сайте [BusinesStat](https://businessstat.ru), в категории «[Косметика и парфюмерия](#)».

Продажи косметики

Росстат не ведет учет всех товарных позиций, а рассчитывает объем продаж только на уровне отраслей.

Прямое сложение производства и импорта не дает точного объема продаж продукции на рынке. Существуют складские запасы, не реализуемые одновременно с производством. Часть продукции может быть впоследствии переработана либо утилизирована. Кроме того, Росстат не учитывает теневое производство и импорт, и только оценочно учитывает производство и продажи в малых предприятиях и домохозяйствах.

BusinesStat берет за основу данные Росстата (внутреннее производство) и Федеральной таможенной службы (экспорт и импорт), с помощью экспертных оценок и собственных исследований розничной и оптовой торговли рассчитывает складские запасы, теневое производство и прочие факторы рынка, влияющие на продажи.

Натуральные продажи

Таблица 11. Продажи косметики в России в 2021-2025 гг (млн шт)

Параметр	2021	2022	2023	2024	2025
Продажи (млн шт)	3 686	3 544	3 897	3 942	3 858
Динамика (% к предыдущему году)	-	-3,9	10,0	1,2	-2,1

Источник: расчеты BusinesStat

В 2021-2025 гг продажи косметики в России варьировали от 3,5 до 3,9 млрд шт. За исключением 2022 г и 2025 г продажи росли ежегодно, основной прирост пришелся на 2023 г – 10% относительно предыдущего года.

В 2022 г объемы реализации косметики уменьшились на 4% к предыдущему году. Спад произошел из-за существенного роста цен вкупе с падением располагаемых доходов россиян, а также в связи с сокращением ассортимента в рознице. Так, из-за санкций были прекращены поставки в Россию косметики ряда известных зарубежных брендов, среди которых Biotherm, Bourjois, CeraVe, Clinique, CoverGirl, Jo Malone London, Dior, Estee Lauder, Guerlain, Johnson & Johnson, La Roche-Posay, Londa, Make up for ever, Maybelline NY, Max Factor, Ralph Lauren, Rimmel, Sally Hansen, Schwarzkopf, Sephora, Shiseido, Urban Decay, Wella. По оценкам участников рынка, международные компании контролировали около 70% российского рынка косметики. Помимо весомого импорта, крупными производителями косметики выступают транснациональные корпорации, локализовавшие производство в стране. Более существенного сокращения продаж косметики удалось избежать благодаря перераспределению спроса в сторону аналогичной продукции более низких ценовых сегментов и так называемому «эффекту губной помады»: в кризисные времена потребителям, чтобы порадовать себя, проще и дешевле приобрести косметическое средство, чем, например, обновить гардероб.

Кризисы 2020 и 2022 г, несмотря на все возникшие сложности, дали толчок развитию новых **тенденций** на российском косметическом рынке:

- **Сегмент недорогой косметики.** В условиях низкого уровня доходов покупателей оптимальное соотношение цены и качества становится важным критерием выбора, и предпочтение отдается менее дорогим средствам. Продажи косметики в России осуществляются как через несетевые специализированные магазины, так и через торговые сети различных форматов. Парфюмерно-косметические торговые сети

формируют большую часть оборота рынка, однако в последние годы активно развивается формат дискаунтеров, в ассортименте которых помимо прочего представлена парфюмерия, косметика, бытовая химия, средства гигиены и хозяйствы (Фикс Прайс, Галамарт, Чижик). Данный формат поддерживает общий объем продаж на рынке, так как предлагает бюджетный сегмент косметики, при этом находясь в шаговой доступности относительно мест проживания. Также в ответ на изменение потребительских предпочтений премиальные бренды создают более доступные версии своих продуктов для массовой розничной торговли.

- **Онлайн-продажи.** В связи с невозможностью посещения торговых офлайн-точек в 2020 г потребители стали активнее покупать косметику в интернет-магазинах, включая маркетплейсы. Россияне оценили удобство данного канала продаж и продолжили пользоваться им и после пандемии, чему способствовало ускорение ритма жизни. С уходом западных брендов из России интерес к онлайн-каналу увеличился – продукцию иностранных производителей можно приобрести через интернет.
- **Средства для ухода.** В период самоизоляции отмечался рост спроса на уходовую косметику при сокращении продаж декоративной одновременно. В 2021 г потребители большую часть времени находились дома, соответственно, необходимость в покупке декоративной косметики снизилась, при этом они стали больше заботиться о своем здоровье и внешнем виде, что стимулировало спрос на средства для ухода за кожей лица и тела. Не имея возможности посещать салоны красоты, часть потребителей даже перешла на домашние бьюти-процедуры, приобретая профессиональную косметику в интернете. В дальнейшем тренд на уход за собой усилился. Участники рынка сообщают о расширении возрастных границ потребления уходовой косметики: пользоваться косметикой россияне начинают все раньше, задолго до появления признаков старения, а заканчивают все позже, поскольку привыкли ухаживать за собой с юности.
- **Российские бренды.** После ухода с рынка части зарубежных игроков отечественные производители существенно усилили свое присутствие на рынке. Многие из них предлагают качественную экологически чистую косметику, ничуть не уступающую импортным брендам. Особой привлекательности и национального колорита некоторым российским средствам придает использование локальных ингредиентов, например, трав и ягод, произрастающих на территории страны. Эти особенности, как правило, подчеркиваются в маркетинговых кампаниях. Попробовав косметику местных производителей, потребители охотно продолжают ей пользоваться, и доверие к отечественной продукции растет.

В 2023-2024 гг продажи косметики в России увеличились на 11%. Ключевыми драйверами роста выступили:

- **Восстановление платежеспособности потребителей.** Стабилизация ситуации в стране благоприятно сказалась на потребительских привычках. Ажиотажный спрос в других сферах сменился пониманием, что полной изоляции от большинства привычных товаров не случится, всегда можно найти альтернативы как среди отечественных производителей, так и среди иностранных. В результате россияне вернулись к гармоничной модели распределения своих потребностей без ущерба для каких-либо из сфер интересов.
- **Расширение ассортимента продукции.** Схема параллельного импорта позволяет сохранять представленность ушедших с рынка импортных брендов в сетевых магазинах и онлайн. Иностранные локализованные производители продали свои российские активы и продолжили работу, русифицировав номенклатуру (Henkel, Unilever). Кроме того, укрепили позиции производители косметических средств из стран, не поддерживающих санкции. Они ведут активную маркетинговую стратегию и предлагают качественную продукцию по более привлекательным ценам, чем западные конкуренты.

В 2025 г продажи косметики в России снизились на 2,1% вследствие сокращения реализации в физической рознице. Падение офлайн-продаж обусловлено активным развитием отечественных брендов, предпочитающих продвигать свою продукцию через онлайн-платформы. Дополнительным фактором выступает предложение на электронных торговых площадках продукции зарубежных марок, не представленных на российском рынке. Это создает серьезную конкуренцию традиционным магазинам и торговым центрам.