

УТВЕРЖДЕНА  
распоряжением Правительства  
Российской Федерации  
от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

## СТРАТЕГИЯ

### **развития парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации на период до 2030 года и плановый период до 2035 года**

#### **I. Общие положения**

Парфюмерно-косметическая промышленность - одна из перспективных отраслей современной мировой экономики, которая традиционно привлекает внимание широкого круга инвесторов и демонстрирует устойчивые темпы развития даже в кризисные периоды функционирования.

Продукция парфюмерно-косметической промышленности включает главным образом товары повседневного спроса. Потребление характеризуется широким кругом покупателей, высокой диверсификацией по продуктовым и ценовым категориям, постоянным расширением и обновлением ассортимента.

В данной связи разработка эффективной Стратегии развития парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации является одной из актуальных задач укрепления современной российской экономики. Комплексный подход по системному развитию отрасли позволит повысить конкурентоспособность отечественной продукции как на внутреннем, так и на внешних рынках, увеличить вклад отрасли в экономике страны, повысить долю отечественных производителей.

Настоящая Стратегия развития парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации до 2030 года и на плановый период до 2035 года (далее – Стратегия) формирует перспективы развития парфюмерно-косметической промышленности в России и представляет собой систему целей, задач, принципов и приоритетов, направленных на развитие отрасли.

Стратегия подготовлена с учетом национальных целей и стратегических задач, определенных указами Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204

«О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года».

Стратегия соответствует положениям Федерального закона от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» и постановлением Правительства Российской Федерации от 29 октября 2015 г. № 1162 «Об утверждении Правил разработки, корректировки, осуществления мониторинга и контроля реализации отраслевых документов стратегического планирования Российской Федерации по вопросам, находящимся в ведении Правительства Российской Федерации».

Стратегия как документ отраслевого планирования включает цели, задачи, приоритеты и способы их достижения. В рамках формирования Стратегии учтены отраслевые, технологические и экономические аспекты развития отрасли.

Стратегия разработана с учетом следующих нормативных правовых актов:

- Федеральный закон от 31 декабря 2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- Федеральный закон от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике»;
- Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»;
- Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»;
- Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации»;

- Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р;
- Сводная стратегия развития обрабатывающей промышленности Российской Федерации до 2024 года и на период до 2035 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 июня 2020 г. № 1512-р (далее – Сводная стратегия);
- Указ Президента Российской Федерации от 21 декабря 2017 г. № 618 «Об основных направлениях государственной политики по развитию конкуренции»;
- Государственная программа Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 328;
- Паспорт национального проекта «Международная кооперация и экспорт» (протокол президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам Федерации от 24 декабря 2018 г. № 16);
- Государственная программа Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 316;
- Государственная программа Российской Федерации «Развитие внешнеэкономической деятельности», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 330;
- Государственная программа Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2017 г. № 1710;
- Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2036 года;
- Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов;

– Прогноз научно-технологического развития Российской Федерации на период до 2030 года.

Стратегия приведена в соответствие со Сводной стратегией и применяется, в том числе, как инструмент ее реализации.

## II. Анализ текущего состояния парфюмерно-косметической промышленности

### 1. Продукция парфюмерно-косметической промышленности

В парфюмерно-косметической промышленности принято выделять 3 основные категории продукции: парфюмерия, средства гигиены полости рта и косметические средства (Рисунок 1).



1. Общепринятая классификация продукции в отрасли  
Источник: РГКА, ФТС России, Росстат, аналитика SBS Consulting

**Рисунок 1** Принятая классификация парфюмерно-косметической продукции (ПКП)

В каждую категорию входят три и более различных подкатегорий. Список подкатегорий открытый и постоянно пересматривается. Так, например, косметические средства включают более 10 подкатегорий, в зависимости от региона мира.

Перечень кодов общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности ОКПД-2 и перечень кодов единой товарной

номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза для продукции, относимой в терминах данной Стратегии к продукции парфюмерно-косметической промышленности, приведены в приложениях № 1 и № 2 соответственно.

Также по цене парфюмерно-косметическую продукцию принято делить на масс-маркет, миддл-маркет и люкс.

Масс-маркет (Mass market, массовый сегмент) - самая доступная в ценовом отношении косметика. В этом сегменте свои продукты предлагают сотни различных брендов. Продукты категории масс-маркет предназначены для решения основных базовых потребностей косметического ухода – очищение, питания, увлажнения кожи и волос. В России это ценовая категория до 300 рублей за единицу.

Мидл-маркет (Middle market, средний сегмент) - продукты более высокого уровня, чем масс-маркет. В России это широкая ценовая категория от 300 до 2000 рублей за единицу. Продукция мидл-маркет имеет большее функциональное наполнение, чем продукция масс-маркет, и предназначена для решения каких-либо косметологических проблем, либо более значимого и серьезного ухода за кожей. Для изготовления используется более дорогое сырье и упаковка, применяются технологические инновации в изготовлении продуктов.

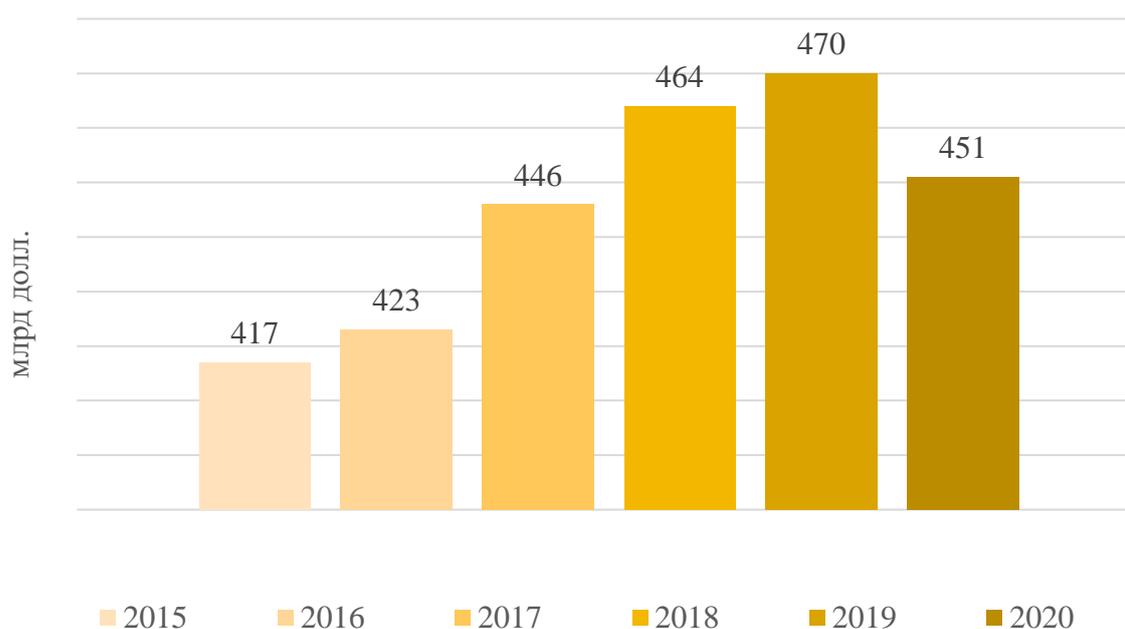
Косметика класса Люкс (Lux, селективная косметика) - косметические средства ценовой категории от 2 000 руб. и выше. Различают селективные продукты или высокоэффективную продукцию со специальными свойствами различных торговых марок и косметические средства, как правило выпускаемые известными брендами, большая доля стоимости которых приходится на дорогостоящие ингредиенты, дорогую эксклюзивную упаковку и рекламно-маркетинговую составляющую.

С точки зрения токсикологии продукты всех ценовых категорий безопасны, и любой косметический продукт, присутствующий в розничной продаже, вне зависимости от цены, проходит строгую процедуру вывода на рынок, одинаковую для продуктов всех ценовых категорий.

Поскольку продукция парфюмерно-косметической промышленности включает широкую номенклатуру средств разной ценовой категории, оценка показателей в стоимостном выражении является более репрезентативной.

## 2. Текущее состояние мирового парфюмерно-косметического рынка

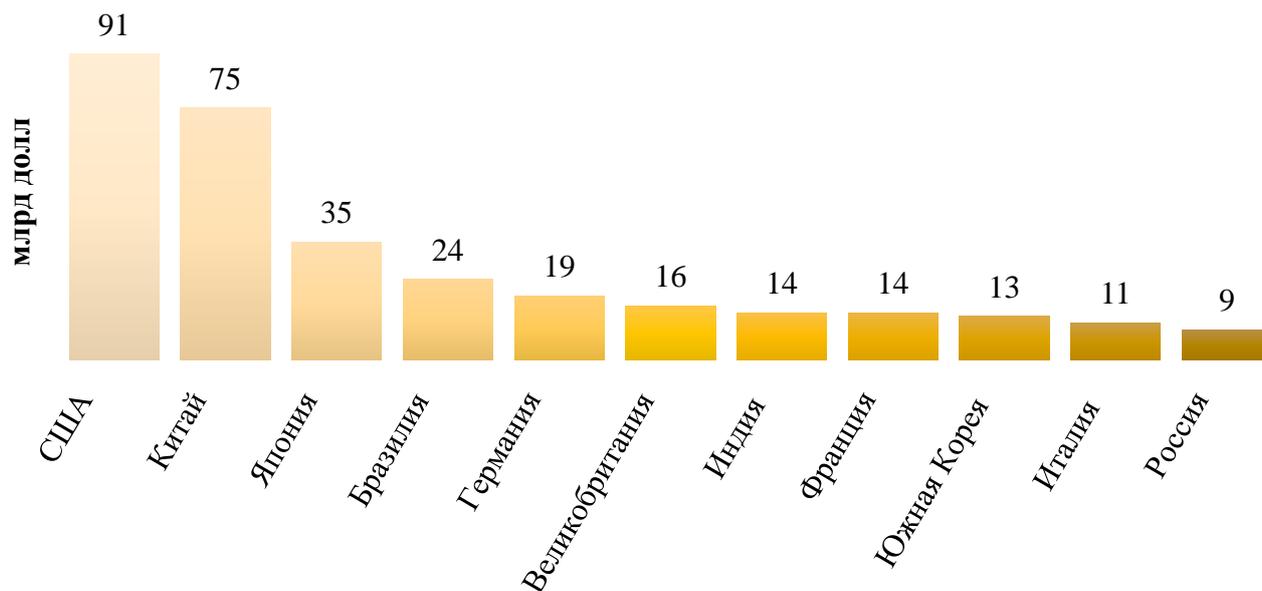
Мировой рынок парфюмерии и косметики демонстрировал стабильный рост на 3% в год, начиная с 2015 г. (*Рисунок 2*).



**Рисунок 2** Динамика потребления парфюмерно-косметической продукции на мировом рынке (в розничных ценах, данные Euromonitor)

Некоторое замедление произошло в 2020 г. в связи с пандемией новой коронавирусной инфекции - потребление уменьшилось на 4% по сравнению с 2019 г. и составило 451 млрд долл., что связано с ограничением пользования косметикой и парфюмерией из-за дистанционной работы, ношением масок, снижением количества массовых мероприятий.

Наибольший уровень потребления парфюмерно-косметической продукции в мире отмечается в высоко развитых и плотно населенных странах: США, Китай и Япония (*Рисунок 3*).



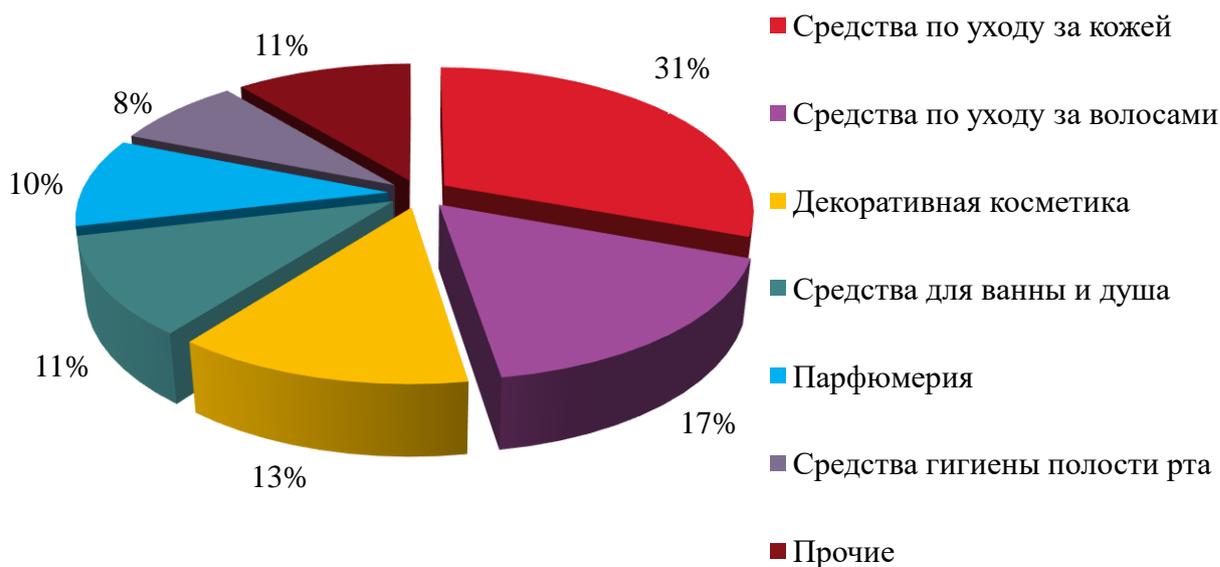
**Рисунок 3** Топ-11 стран потребителей парфюмерно-косметической продукции в 2020 г. (в розничных ценах, данные Euromonitor)

Россия в мировом рейтинге стран-потребителей парфюмерно-косметической продукции занимает 11 место с объемом потребления около 9 млрд долл. в год<sup>1</sup>. Вместе с тем следует отметить, что уровень объемов затрат на парфюмерно-косметическую продукцию в пересчете на душу населения в России сопоставим со среднемировыми показателями<sup>2</sup> – разница затрат по большей части обусловлена относительно низкой ценой потребляемой в России косметики.

В разрезе продуктов первенство в мировом потреблении занимают (**Рисунок 4**) средства по уходу за кожей (31%), далее идут средства по уходу за волосами (17%), декоративная косметика (13%), средства для ванны и душа (11%), парфюмерия (10%), средства гигиены полости рта (8%).

<sup>1</sup> по данным 2020 г.

<sup>2</sup> 65 долл./чел в России (55 место), в мире – 63 долл./чел. – лидеры Гонконг 347 долл./чел, Швейцария 301 долл./чел, Норвегия 293 долл./чел



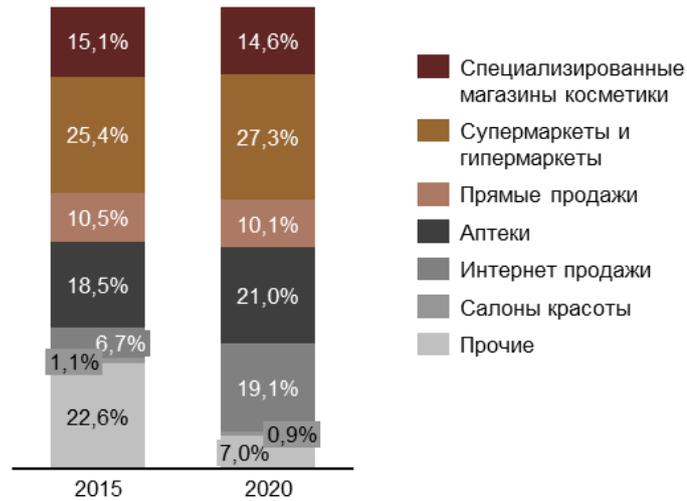
**Рисунок 4** Продуктовая сегментация потребления парфюмерно-косметической продукции на мировом рынке

По оценкам экспертов до 2025 года ожидается рост рынка парфюмерии и косметики в связи с ростом доходов населения в основных странах-потребителях парфюмерно-косметической продукции, развитием урбанизации<sup>3</sup>, опережающим ростом женского населения возрастных групп 30-39, 50-69 лет<sup>4</sup>, расширением использования электронных каналов продаж (повышение доступности совершения покупки). Доля премиального сегмента в целом остаётся стабильной и составляет около 27% в объеме потребления.

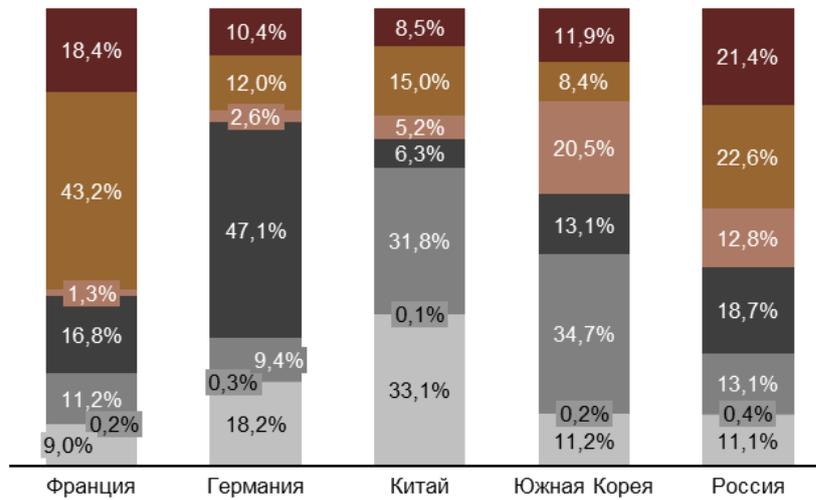
Вклад различных каналов продаж - завершающей стадии, определяющей эффективность всей деятельности предприятий-производителей парфюмерно-косметической продукции, также изменился за последние 5 лет (*Рисунок 5, а*). Значительно увеличился вклад онлайн продаж, в том числе из-за активного продвижения через социальные сети, при этом доля интернет продаж значительно варьируется по странам (*Рисунок 5, б*).

<sup>3</sup> например, в Китае с 54,8% в 2015 г. до 63,9% в 2020 г.

<sup>4</sup> суммарная доля представителей данных групп в общем населении увеличилась с 37,1% в 2015 г. до 37,9% в 2020 г.



а)

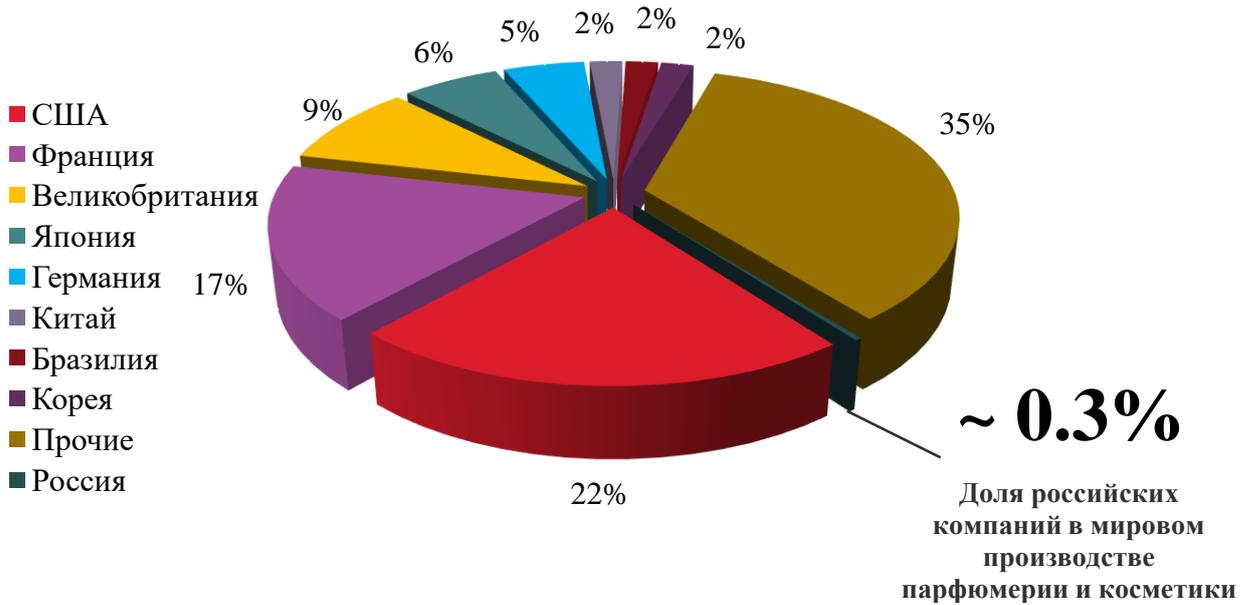


б)

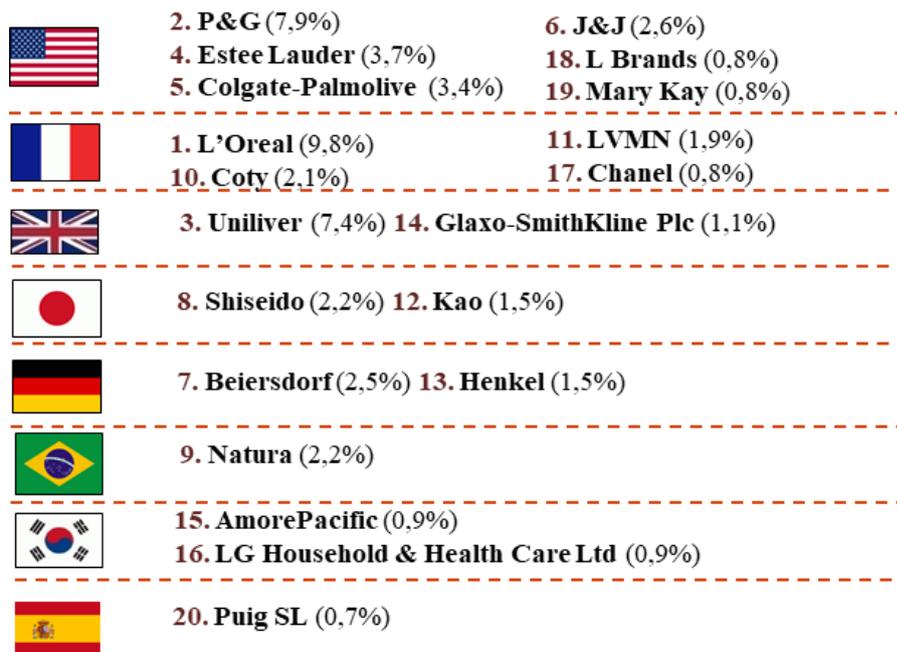
**Рисунок 5** Распределение продаж парфюмерно-косметической продукции по каналам сбыта: а) в мире; б) в разбивке по странам в 2020 г.

Около 2/3 мирового спроса на ПКП обеспечивают компании из 8 стран (**Рисунок 6**), а 20 мировых лидеров в производстве ПКП формируют порядка 55% продаж. Доля российских компаний в мировом производстве составляет менее 1%<sup>5</sup> (**Рисунок 7**).

<sup>5</sup> ~0.3% по данным 2020 г.



**Рисунок 6** Распределение производственных мощностей на мировом рынке парфюмерии и косметики



**Рисунок 7** Топ-20 мировых лидеров по производству парфюмерно-косметической продукции (доля компании в мировых продажах)

На (**Рисунок 8**) перечислены глобальные тренды развития мирового парфюмерно-косметического рынка, среди которых особенно выделяются тренды на персонализацию состава (как правило, для продуктов класса люкс), фокус на экологичность разрабатываемых продуктов, регулярное появление новинок и ужесточение контроля за составом продукции.



**Рисунок 8** Основные тенденции развития мирового парфюмерно-косметического рынка

### **3. Общая характеристика парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации**

Российский рынок парфюмерии и косметики, начиная с 2010 года, демонстрирует стабильный ежегодный рост от 5% до 7%. В мировом рейтинге стран-потребителей ПКП Россия занимает 11 место с объемом потребления около 9 млрд долл в год. При этом 30% рынка удовлетворяется отечественными производителями парфюмерии и косметики (в том числе 20% локализованными иностранными производителями), 70% – за счет импортных поставок.

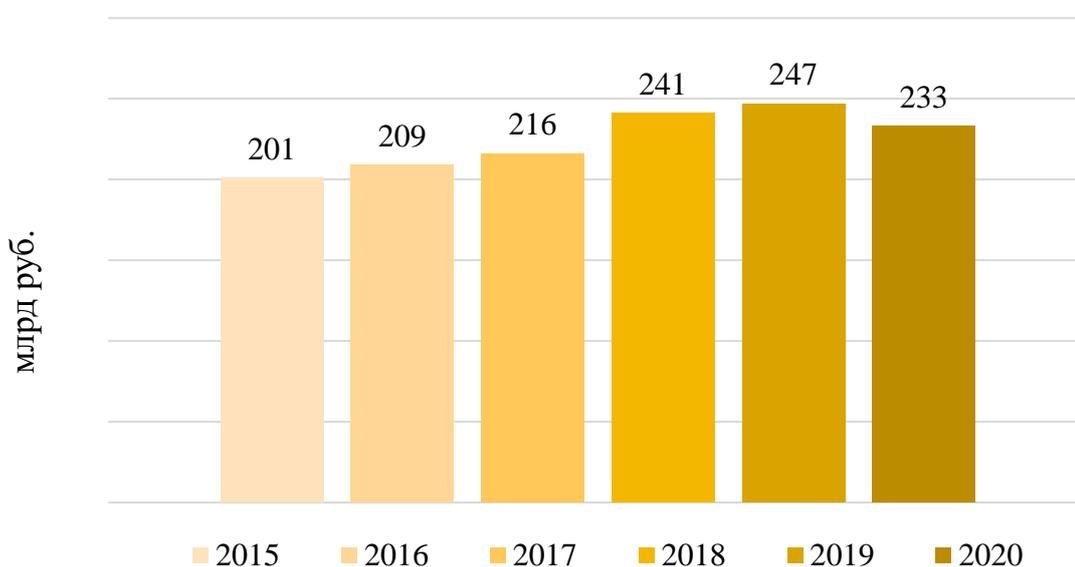
В валовом внутреннем продукте (далее – ВВП) доля отечественной парфюмерно-косметической промышленности составляет около 0,1%. В отрасли занято порядка 25 тыс. работающих.

На рынке ПКП в Российской Федерации значимую роль играют как отечественные, так и зарубежные бренды. Выход зарубежных игроков на российский рынок начался в 90-х годах. В это же время начало развиваться и собственное производство ПКП: были построены полноценные производственные площадки, на которых в настоящее время выпускается не только ПКП для внутреннего рынка, но и

выполняются заказы по контракту для зарубежных компаний. Созданная система законодательного и нормативного регулирования, соответствующая основным международным стандартам, позволила России стать полноценным игроком на мировом рынке косметики.

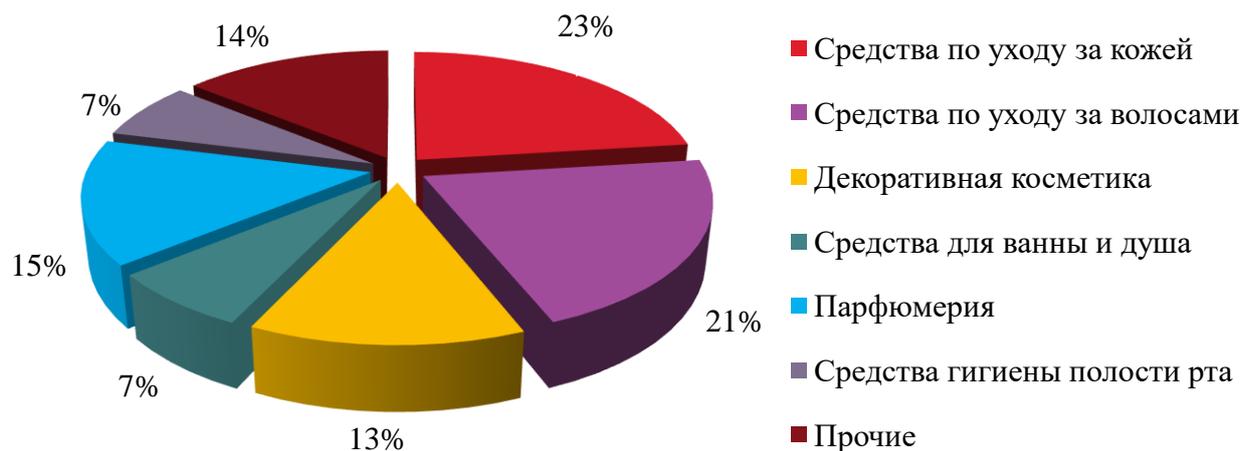
### 3.1. Российский парфюмерно-косметический рынок - потребление

В период 2015 – 2019 гг. российский рынок парфюмерии и косметики также демонстрировал положительную динамику (**Рисунок 9**) и рос ежегодно на 4%. В 2020 году общее потребление парфюмерно-косметической продукции сократилось на 2% по сравнению с 2019 г. из-за ограничений, связанных с пандемией.



**Рисунок 9** Динамика потребления парфюмерно-косметической продукции на российском рынке<sup>6</sup>

<sup>6</sup> в отпускных ценах, расчет на основе данных ФТС России и Росстат



**Рисунок 10** Продуктовая сегментация потребления парфюмерно-косметической продукции на российском рынке

В разрезе продуктовой сегментации российское потребление аналогично общемировому (**Рисунок 10**) - средства по уходу за кожей (23%), средства по уходу за волосами (21%), парфюмерия (15%), декоративная косметика (13%), средства для ванны и душа (7%), средства гигиены полости рта (7%).

На (**Рисунок 11**) перечислены основные факторы, влияющие на спрос ПКП на внутреннем рынке, среди которых следует выделить формирование культуры потребления на фоне падения реальных располагаемых доходов, рост интереса к экологически чистым средствам, повышение интереса к продукции локального производства.

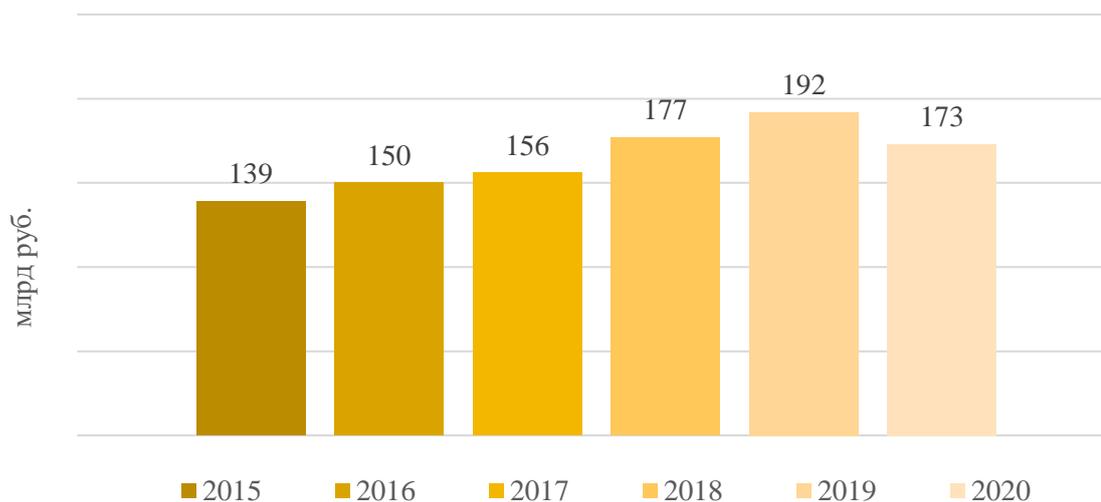
- 
- **Формирование новых моделей потребления:** высокая культура потребительского поведения и уровень осведомленности (за счет активного пользования современных цифровых технологий)
  - **Падение реальных располагаемых доходов** снизило потребительскую активность в целом и повлияло на стратегию выбора  
**Рационализация выбора потребителей:** более прагматичный и практичный подход к покупке, большее внимание к соотношению «цена-качество», снижение импульсивных покупок  
**Перераспределение бюджетов** домохозяйств в пользу парфюмерно-косметической продукции: «красота не терпит кризиса» - экономия на парфюмерно-косметической продукции в последнюю очередь  
Начало активного перехода к **электронной торговле**, в особенности во время пандемии: многие использовали этот канал как более безопасную форму розничной торговли
  - Растущий интерес к **экологически чистым средствам**, натуральным и органическим ингредиентам, к перерабатываемым (или произведенным из переработанных материалов) упаковкам
  - **Развитие внутреннего туризма** как один из драйверов роста потребления продукции локального производства

**Рисунок 11** Основные факторы, влияющие на спрос парфюмерно-косметической продукции на российском рынке

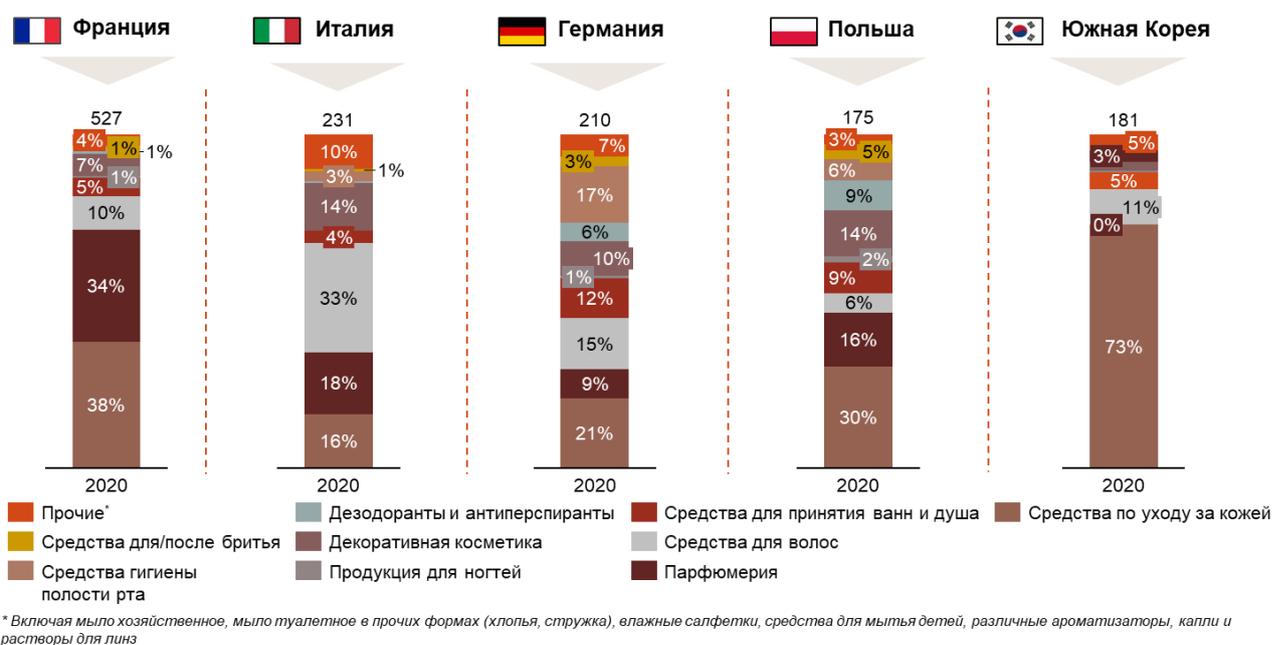
### 3.2. Российский парфюмерно-косметический рынок - импорт

В период с 2015 - 2019 гг. рост объемов импорта составил до 8% ежегодно (**Рисунок 12**). В 2020 г. объем импорта сократился на 10% до 173 млрд руб.

В структуре импорта в разрезе основных стран-поставщиков первое место занимает Франция (21%), Италия (10%), Германия (9%), Южная Корея (9%), Польша (7%). Наибольшую долю в структуре импорта составляют: средства по уходу за кожей (31%), парфюмерия (15%) и средства для волос (18%), декоративная косметика (9%).



**Рисунок 12** Динамика импорта парфюмерно-косметической продукции в Российскую Федерацию<sup>7</sup>



**Рисунок 13** Топ-5 стран импортеров парфюмерно-косметической продукции в Российскую Федерацию<sup>8</sup>

Текущий уровень импортозависимости парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации оценивается в 70-75%. Рынок в долевого соотношении выглядит следующим образом: локализованные иностранные

<sup>7</sup> Данные ФТС по импорту парфюмерно-косметической продукции в млрд долл. переведены в млрд руб. по средневзвешенному курсу доллара в соответствующие периоды

<sup>8</sup> На основе статистической информации ФТС России, аналитика SBS Consulting. Деление по кодам ТН ВЭД для стран с долей импорта продукции более 7% от совокупного импорта 2020 г.

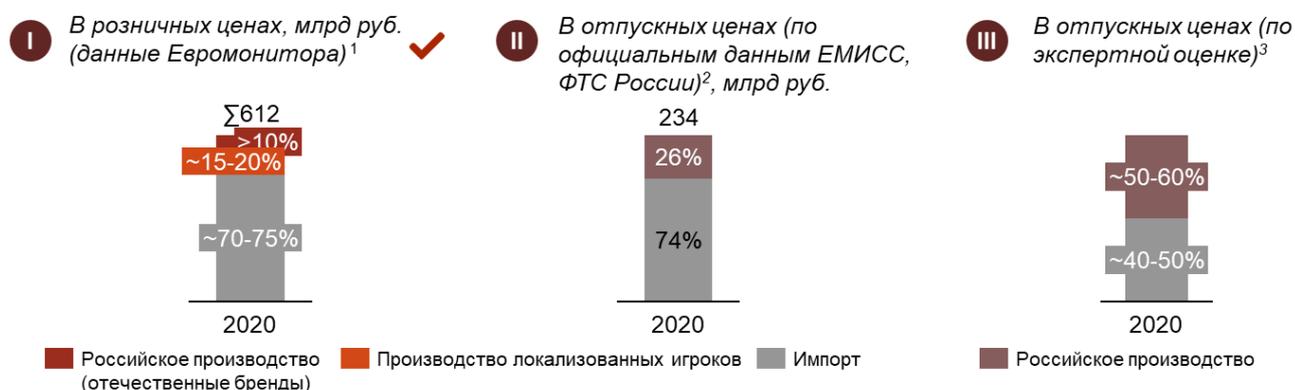
производителей занимают 20%, 10% приходится на российских производителей (Рисунок 14).

Расчет на основе официальных данных ФТС и ЕМИСС не отражает корректную картину в силу ряда причин:

–по отдельным кодам готовой продукции осуществляется ввоз готового сырья и ингредиентов (фактически «разливаемых»/ «упаковываемых» на территории страны), в особенности сырье для декоративной косметики, отдушки;

–высокая доля трансграничной интернет-торговли, в т. ч. продукции, не учитываемой в Российской Федерации (несертифицированной);

–занижение импортной цены и пр.



1. По данным Euromonitor. Доля посчитана по компаниям со значимой долей на рынке с охватом от 60 до 90% рынка. Производство локализованных игроков оценено экспертно, с учетом отсутствия в Евромониторе информации по продажам продукции в разрезе зарубежных компаний, произведенных локализованными игроками и поставок по импорту. 2. По расчетным данным ФТС России. 3. Экспертная оценка по данным РПКА и компаний отрасли. Источник: Euromonitor, ФТС России, аналитика SBS Consulting

**Рисунок 14** Структура российского рынка парфюмерно-косметической продукции в денежном выражении

К текущим особенностям относятся: падение импорта в 2020 г., рост продаж ПКП через интернет. Более высокая доля российского производства в отпускных ценах обусловлена присутствием российской продукции преимущественно в низком и среднем ценовых сегментах.

При этом практически все продуктовые категории ПКП имеют долю импорта в потреблении более 20%.<sup>9</sup> Ориентация на инновационную ПКП – важная черта современного рынка. Поэтому российским предприятиям, в целях успешного ведения деятельности, как на российском, так и международном рынках необходимо

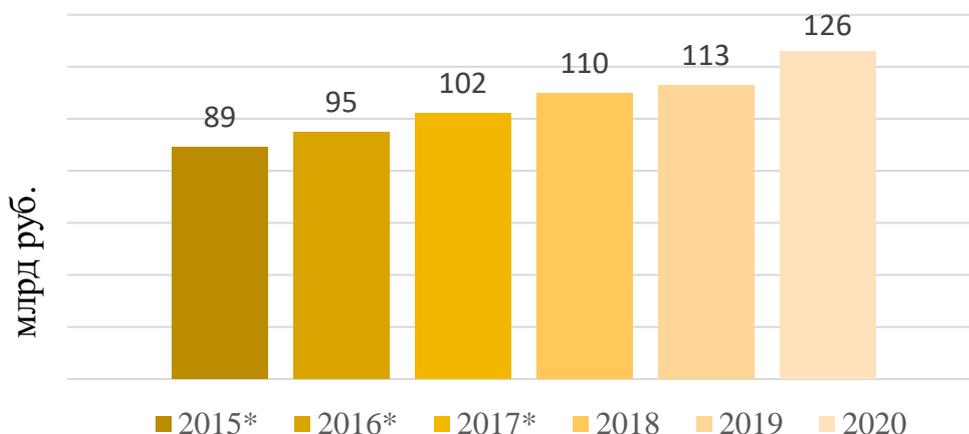
<sup>9</sup> По данным Евромонитор

рассмотреть возможность увеличения доли инновационной продукции в портфелях предприятий.

### 3.3. Российский парфюмерно-косметический рынок - производство

Российское производство парфюмерно-косметической продукции в настоящее время находится в активной фазе развития. Российские производители косметических средств выпускают все виды косметической продукции, включая сложные с точки зрения технологии и наукоемкие, такие как солнцезащитные средства, краски для волос, все виды продукции первой необходимости, в том числе детские косметические средства (шампунь и кремы), твердое мыло, средства по уходу за полостью рта и др.

Объем российского производства ПКП в стоимостном выражении в период 2015 – 2020 г. демонстрировал положительную динамику и в среднем рос на 6-7% в год (*Рисунок 15*).



**Рисунок 15** Динамика российского производства парфюмерно-косметической продукции<sup>10</sup>

Российские производители выпускают продукцию массовой и средней ценовой категории, в единичном порядке также присутствуют и в премиальном сегменте. Главным образом производят (*Рисунок 16*) средства для волос (34%), средства по уходу за кожей (22%), дезодоранты и антиперспиранты (12%), мыло туалетное (8%), средства гигиены полости рта (7%), парфюмерия (5%).

<sup>10</sup> На основе данных ЕМИСС. Данные за 2015-2017 г. приведены оценочно, т.к. за этот период отсутствуют статистические данные в стоимостном выражении с отдельным учетом туалетного мыла – до 2018 г. туалетное мыло учитывалось в статистике совместно с моющими и чистящими средствами, хозяйственным мылом.



**Рисунок 16** Продуктовая сегментация российского производства парфюмерно-косметической продукции

В Российской Федерации производство ПКП осуществляют более 600 компаний, заявляющих себя как российские производители. При этом только 185 из них имеют собственные производственные площадки. 55 компаний имеют собственные торговые марки. На (Рисунок 17) представлена география производства ПКП, которое главным образом сосредоточено на территориях максимального присутствия целевой аудитории - в Европейской части России (в Центральном федеральном округе), в Северо-Западном федеральном округе и в Уральском федеральном округе.

На территории Российской Федерации локализованы 7 крупных зарубежных производителей. Также иностранные производители реализуют контрактное производство на мощностях российских предприятий.

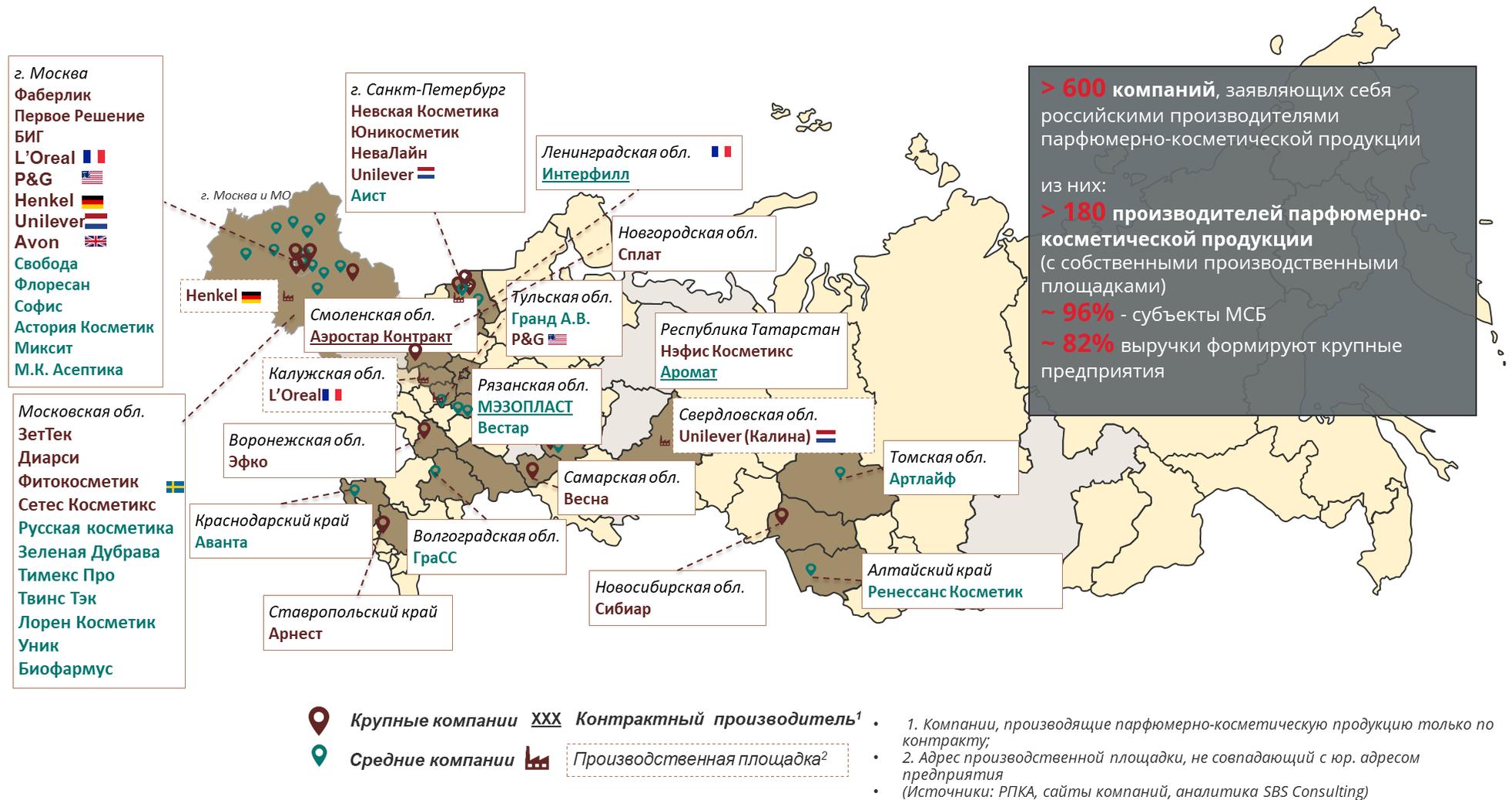


Рисунок 17 Основные крупные и средние производители парфюмерно-косметической продукции на территории Российской Федерации<sup>11</sup>

<sup>11</sup> По данным СПАРК

**Σ16****Крупные компании**

1. Фаберлик (22,5)	7. Первое решение (6,7)	13. ГК Диарси (3,0)
2. Нэфис Косметикс (18,9)	8. НеваЛайн (6,2)	14. АэроСтар Контракт (2,4)
3. Невская Косметика (11,8)	9. Сибиар (5,1)	15. Фитокосметик (2,2)
4. Арнест <sup>1</sup> (11,5)	10. ЗетТек (3,7)	16. ЭФКО (2,1)
5. Юникосметик (8,9)	11. Весна (3,2)	
6. Сплат-Косметика (7,3)	12. БИГ (3,1)	

**Σ22****Средние компании**

1. ГраСС ТД (7,3)	8. Зеленая дубрава* (1,5)	15. Астория Косметик (1,1)
2. Аист (3,9)	9. Тимекс Про (1,4)	16. ТВИНС Тэк* (1,1)
3. Гранд А.В (2,2)	10. Ренессанс Косметик* (1,4)	17. Лорен косметик (1,0)
4. Свобода (1,9)	11. Артлайф* (1,3)	18. Вестар* (1,0)
5. Флоресан (1,6)	12. Аромат (1,3)	19. Миксит (0,9)
6. Софис (1,5)	13. Мэзопласт (1,3)	20. УНИК (0,9)
7. Русская косметика (1,5)	14. Аванта (1,2)	21. М.К. Асептика (0,9)
		22. Биофармус (0,8)

■	Центральный ФО
■	Северо-Западный ФО
■	Южный ФО
■	Северо-Кавказский ФО
■	Приволжский ФО
■	Уральский ФО
■	Сибирский ФО
■	Дальневосточный ФО

**Σ7****Локализованные иностранные компании**

1. Henkel (84,1)	4. P&G (41,0)	7. Интерфилл (2,3)
2. Unilever (81,0)	5. Avon (22,0)	
3. L'Oreal (56,2)	6. Oriflame (2,3)	

**Σ141****Малые и микропредприятия**

...

\* Предприятия, производящие также продукцию из прочих отраслей (бытовая химия, фармацевтика, производство пищевых добавок и др.)

**Рисунок 18** Ключевые производители парфюмерно-косметической продукции на территории Российской Федерации (общая выручка компании млрд руб.<sup>12</sup>)

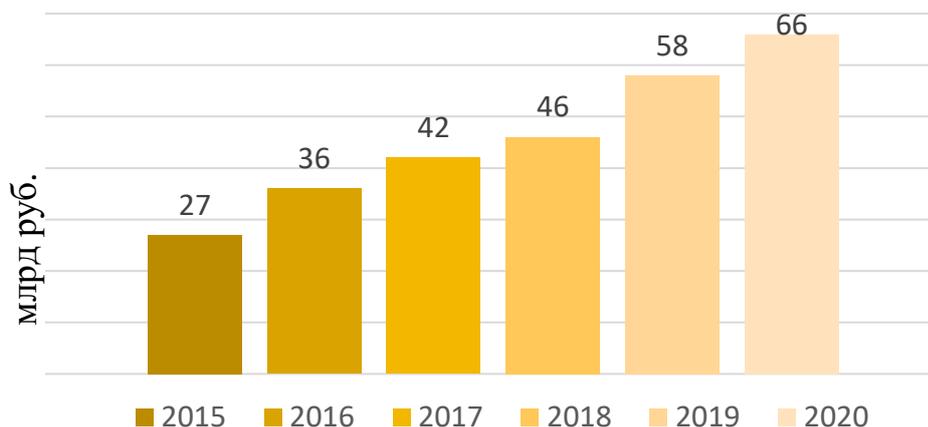
В перспективе не ожидается радикальных изменений среди сегментов данного рынка и его участников.

В период с 2015 по 2020 гг. российские предприятия-производители ПКП вложили более 1 млрд руб. в инвестиционные проекты, направленные на реконструкцию и модернизацию существующих производственных мощностей, а также создание новых производств. На период до 2030 г. планируется реализация инвестиционных проектов на сумму более 5 млрд руб.

### 3.4. Российский парфюмерно-косметический рынок - экспорт

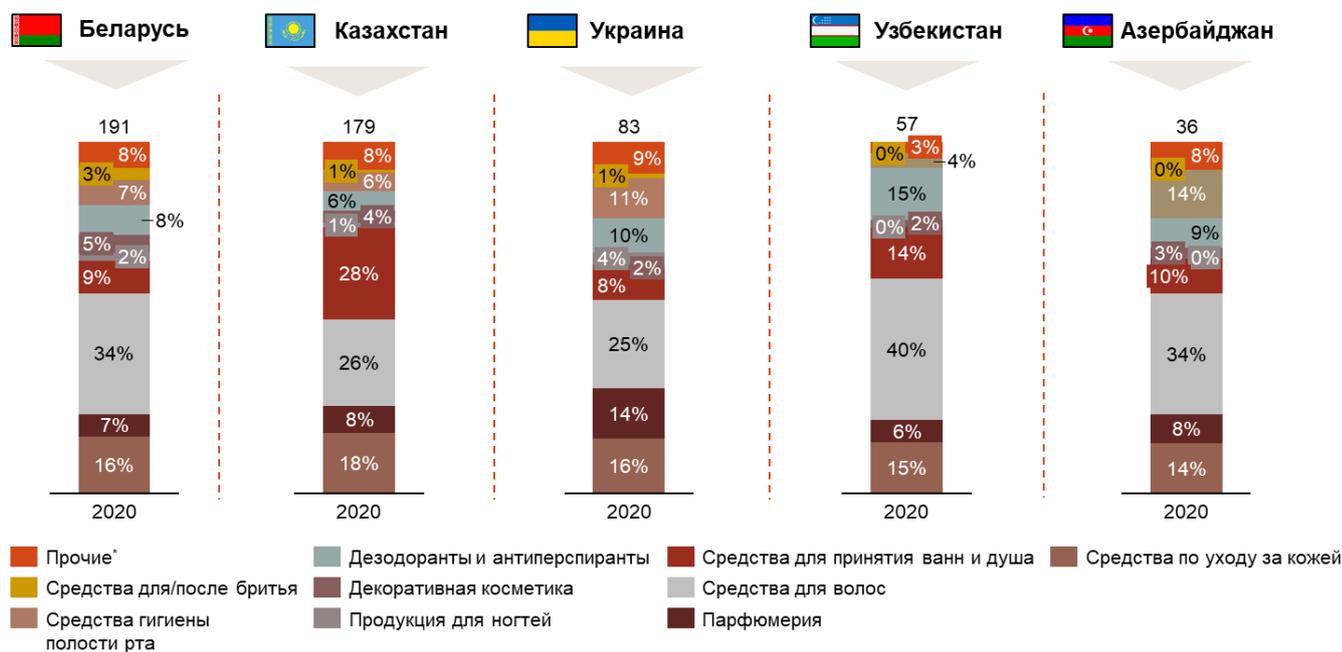
Объем экспорта в период с 2015 по 2020 гг. стабильно рос, и, несмотря даже на пандемию 2020 г., в среднем на 20% ежегодно (**Рисунок 19**).

<sup>12</sup> по данным СПАРК. Классификация: крупные – выручка > 2 млрд руб., средние – выручка от 0,8 до 2 млрд руб., малые – выручка от 0,12 до 0,8 млрд руб., микро – выручка < 0,12 млрд руб.



**Рисунок 19** Динамика экспортных поставок парфюмерно-косметической продукции российского производства<sup>13</sup>

Основными экспортными категориями являются средства для волос, средства по уходу за кожей, дезодоранты и антиперспиранты. Около 45% произведённой продукции реализуется в страны ЕАЭС. Топ 5 стран - Беларусь, Казахстан, Украина, Узбекистан и Азербайджан. При этом от 30 до 50% экспортных поставок обеспечивают локализованные иностранные производители (частично реэкспорт).



**Рисунок 20** Топ-5 стран экспортеров парфюмерно-косметической продукции из Российской Федерации<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Данные ФТС по экспорту парфюмерно-косметической продукции в млрд долл. переведены в млрд руб. по средневзвешенному курсу доллара в соответствующие периоды

<sup>14</sup> На основе статистической информации ФТС России, аналитика SBS Consulting. Деление по кодам ТН ВЭД для стран с долей экспорта российской продукции более 4% от совокупного экспорта 2020 г.

Российские производители ПКП обладают различным уровнем развития экспорта и различным экспортным потенциалом (Рисунок 21).

Характеристики	Оценка в объеме выручки компаний <sup>1</sup>	Примеры	Виды продукции		
 Локализованные производители	30-50%	Россия как канал сбыта продукции ПКП в другие страны	Unilever	<ul style="list-style-type: none"> <li>Дезодоранты и антиперспиранты, средства по уходу за волосами, средства для укладки волос, мыло туалетное твердое, средства по уходу за кожей</li> </ul>	
Крупные и средние российские производители	«Успешные экспортёры»	20-50%	Экспорт – одно из стратегических направлений компании	Арнест <sup>2</sup> Первое решение <sup>3</sup> Эфко Фаберлик	<ul style="list-style-type: none"> <li>Дезодоранты и антиперспиранты, мыло, средства для/после бритья</li> <li>Средства по уходу за волосами, средства по уходу за кожей и пр.</li> <li>Мыло туалетное твердое</li> <li>Средства по уходу за волосами, средства по уходу за кожей, декоративная косметика</li> </ul>
	«Экспортно-ориентированные» компании	10-19%	Экспорт – одно приоритетных направлений компании	Сплат Свобода Диарси Леврана Весна	<ul style="list-style-type: none"> <li>Средства гигиены полости рта</li> <li>Средства по уходу за волосами, мыло, средства гигиены полости рта</li> <li>Средства гигиены полости рта</li> <li>Средства по уходу за кожей, декоративная косметика, средства по уходу за волосами, мыло туалетное</li> <li>Средств по уходу за кожей, средства для принятия ванн, твердое мыло и пр.</li> </ul>
	Компании, ориентированные на внутренний рынок	<10%	Экспорт характеризуется незначительным объемом	Невская Косметика	<ul style="list-style-type: none"> <li>Мыло туалетное твердое, средства по уходу за кожей и пр.</li> </ul>
Малые и микро-компании	10-50%	Разные стратегии в части экспорта, есть ряд успешных	Тиана Новая идея	<ul style="list-style-type: none"> <li>Средства по уходу за кожей: крема, сыворотки и пр.</li> <li>Детская косметика</li> </ul>	

1. Экспертно на основе открытых данных. 2. Доля экспорта в 2020 г. – 30%, планирует удвоить в 2021 г.; 3. Компания заявляет о достижении показателя в 70%  
 Источники: открытые источники, аналитика SBS Consulting

Рисунок 21 Оценка экспортного потенциала российских компаний

### 3.5. Государственное регулирование парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации

Государственное регулирование парфюмерно-косметической промышленности включает государственную поддержку и техническое регулирование.

Российские производители ПКП осуществляют выпуск продукции в соответствии с Техническим регламентом Таможенного союза ТР ТС № 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции», утвержденным Решением Комиссии Таможенного союза от 23 сентября 2011 г. № 799.

В указанном документе перечислены вещества, которые допустимо использовать при производстве ПКП, требования к их физико-химическим, микробиологическим показателям, к содержанию токсичных элементов, токсикологическим и клиническим (клинико-лабораторным) показателям, требования к производственным процессам, производственным помещениям, требования к технологическому оборудованию, к персоналу, требования к сырье,

упаковке, маркировочным материалам, критериям приемки, условиям транспортирования и хранения и др.

Перед выпуском в обращение на таможенной территории Таможенного союза ПКП проходит оценку соответствия требованиям данного технического регламента Таможенного союза, которая в зависимости от типа продукции проводится или в форме декларирования (декларация о соответствии) или в форме государственной регистрации (свидетельство).

На федеральном и региональном уровнях также реализуется широкий спектр мер государственной поддержки промышленным предприятиям (финансовые, налоговые, регуляторные и др.), которыми могут воспользоваться производители ПКП.

На этапе НИОКР сырья и готовой продукции производителям доступны механизмы субсидирования Минпромторга России, грантовая поддержка в рамках действующих программ институтов развития. Для развития производства разработаны общепромышленные меры поддержки, реализуемые через льготные займы, субсидирование затрат на комплексные инвестиционные проекты, субсидирование затрат участникам промышленных кластеров. Высокое значение для предприятий имеет поддержка, оказываемая на региональном уровне. Содействие сбыта ПКП на экспортные рынки осуществляется через механизмы финансовой и нефинансовой поддержки Российского экспортного центра (далее - РЭЦ).

В России также действуют меры поддержки малого и среднего бизнеса. На федеральном уровне реализуется специальная программа по предоставлению субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации для оказания государственной поддержки малым и средним предпринимателям. Программа включает комплекс мер, направленных на удовлетворение потребностей предпринимателей в финансовых, имущественных и информационных ресурсах.

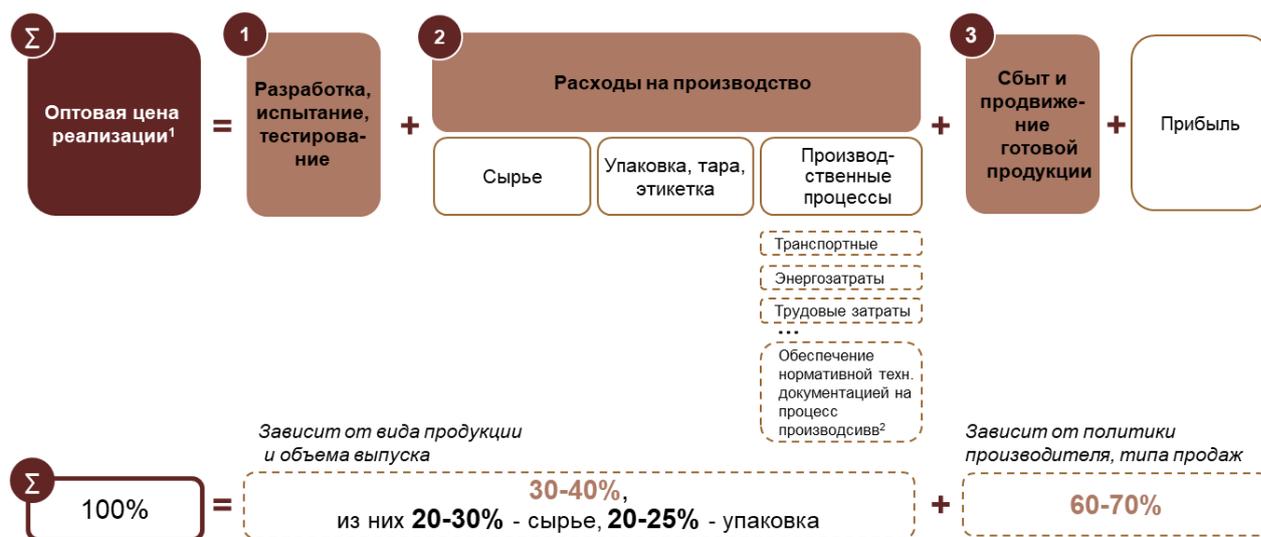
В настоящее время опыт получения государственной поддержки предприятиями парфюмерно-косметической промышленности носит точечный характер, что в целом не позволяет оценить ее влияние на финансово-экономическое состояние отрасли.

### III. Основные направления развития парфюмерно-косметической отрасли промышленности Российской Федерации

#### 1. Ключевые проблемы отечественной парфюмерно-косметической промышленности

Несмотря на положительную динамику развития отрасли, сохраняется ряд проблем и ограничений, замедляющих развитие и снижающих конкурентоспособность российской ПКП (Таблица 1). Их можно разделить на системные (в целом характерные для отрасли) и частные (характерные для отдельных участников отрасли).

Оценка существующих проблемных вопросов российской парфюмерно-косметической промышленности была проведена относительно этапов создания стоимости продукции (*Рисунок 22*).



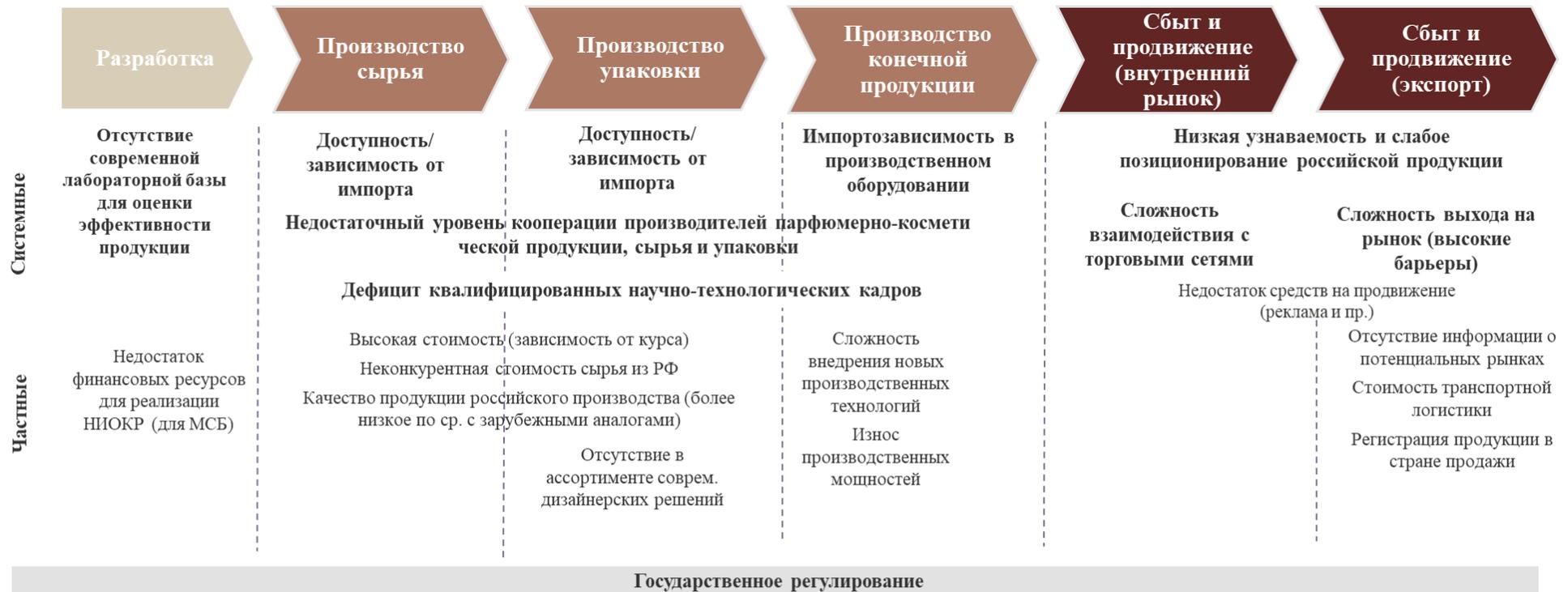
**Из-за недостатка внутренних компетенций в производстве сырья и упаковки до 20% выручки уходит за рубеж<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Экспертная оценка доли затрат в оптовой цене (данные компаний); Указаны средние значения, могут варьироваться в зависимости от видов продукции, сырья и упаковки, производителя; <sup>2</sup> Подготовка информационного досье по продукции, в т.ч. сертификата (подтверждения соответствия); <sup>3</sup> При закупке сырья и упаковки у сторонних поставщиков  
Источник: аналитика SBS Consulting

**Рисунок 22** Основные элементы создания стоимости парфюмерно-косметической продукции собственного бренда

Таблица 1

Перечень существующих проблемных вопросов парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации (по этапам создания стоимости)



Техническое регулирование (технические регламенты): проблемы с оперативным внесением изменений.

Регулирование оборота сырья и продукции: недостаточная согласованность межведомственного взаимодействия по вопросам регулирования оборота сырья и парфюмерно-косметической продукции на российском рынке, в частности в вопросах связанных с системами прослеживаемости движения товаров.

Регулирование спиртосодержащей продукции, акцизы: акцизы на этиловый спирт

Таможенное регулирование: сложные таможенные процедуры, высокие пошлины на сырье и пр.

## Разработка

В связи с быстрым ростом парфюмерно-косметического рынка и высоким уровнем конкуренции целесообразным решением становится организация производства наукоемкой продукции. Вместе с тем, в настоящее время только крупные российские производители ПКП имеют возможность испытывать продукцию в собственных научно-исследовательских лабораториях. Размер затрат российских производителей на проведение НИОКР составляет менее 1% выручки и значительно уступает в сравнении с иностранными конкурентами<sup>15</sup>.

Создание специализированных лабораторий, обладающих компетенциями в оценке эффективности научных разработок ПКП, а также в проведении оценки ее качества и подтверждении заявленных в описании продукции эффектов может стать действенным инструментом в развитии отрасли.

## Сырье



### I. Основные (базовые) ингредиенты

- Растворители и экстрагенты (вода, спирты)
- Поверхностно-активные вещества
- Эмульгаторы
- Полимеры (синтетические и природные)
- Углеводороды и высшие карбоновые кислоты
- Воски
- Растительные масла
- Жиры животного происхождения
- Регуляторы pH
- Пропелленты для аэрозолей
- Пластификаторы



### II. Вспомогательные ингредиенты

#### Функциональные ингредиенты и специальные добавки

- Пигменты, наполнители и красители
- Консерванты
- Ингредиенты с антимикробным действием
- Ингредиенты для защиты от солнца и загара
- Отбеливающие и осветляющие ингредиенты
- Отдушки
- Увлажняющие вещества
- Системы доставки активных веществ в кожу
- Пилинги и скрабы (абразивы)

#### Биологически-активные вещества

- Аминокислоты, белки, пептиды
- Витамины
- Гидроксикислоты
- Эфирные масла и натуральные душистые вещества
- Растительные экстракты
- Биотехнологические продукты

**Рисунок 23** Классификация ингредиентов, используемых в производстве парфюмерно-косметической продукции<sup>16</sup>

<sup>15</sup> На примере отдельных компаний (в мире - на примере Beiersdorf (1,8%), L'Oréal (3,9%), Kose (1,9%), Kao (3,4%), Unilever (1,6%); в России – по данным крупных отечественных компаний.

<sup>16</sup> Принятая в парфюмерно-косметической промышленности, может отличаться от других подходов к классификации сырья (Источник: РПКА)

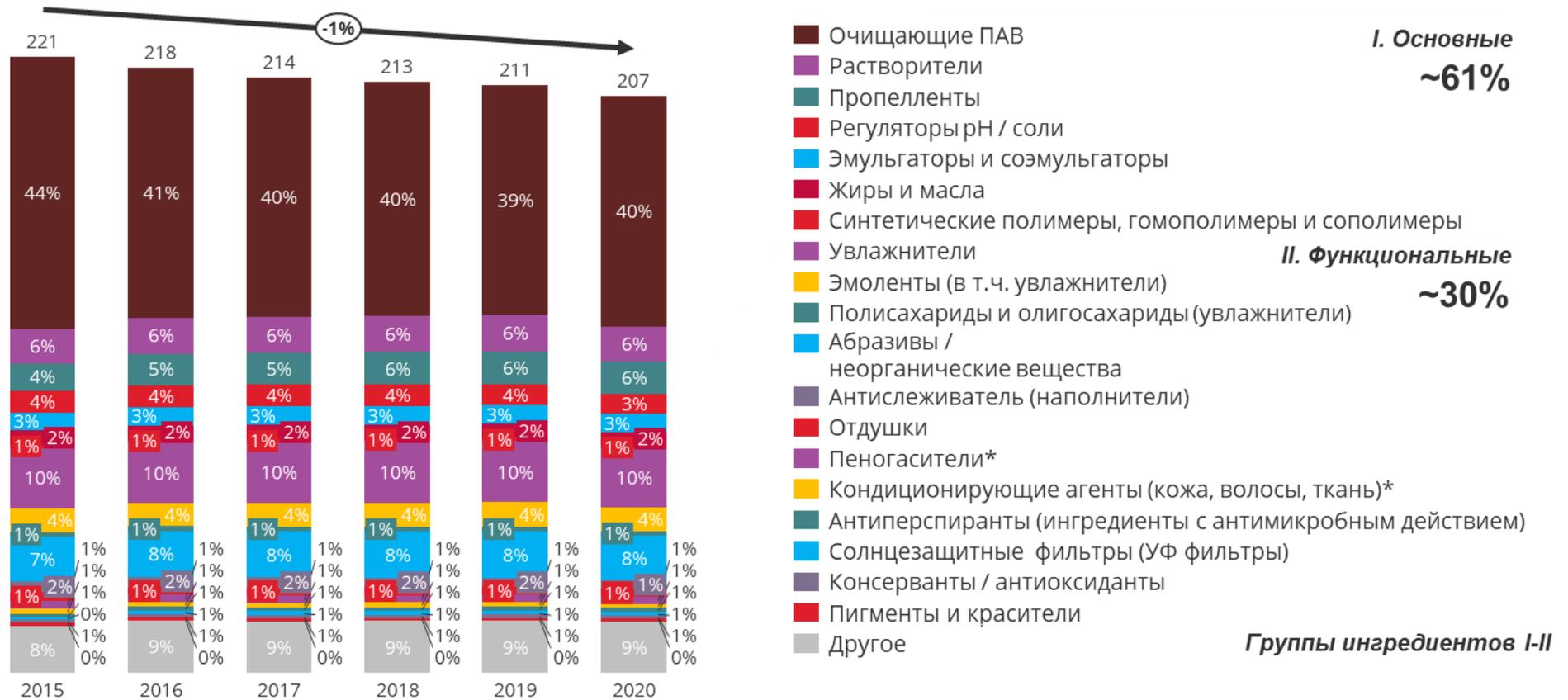
Сырье (ингредиенты) для ПКП производится из первичного сырья, которое может быть синтетического или природного происхождения. Также сырье для производства ПКП разделяют на основное и вспомогательное. К основному сырью относят растворители, поверхностно-активные вещества (далее – ПАВ), эмульгаторы, масла и др. К вспомогательному сырью относят функциональные ингредиенты (консерванты, красители, антибактериальные ингредиенты и др.) и биологически-активные вещества (аминокислоты, белки, пептиды, витамины и др.) (*Рисунок 23*).

Всего в мире зарегистрировано более 25 тыс. ингредиентов – в России применяется около 5 тыс.

В целом, за период 2015–2020 гг. общий объем потребления сырья для производства ПКП снижался в среднем на 1% в год с преобладанием в структуре очищающих ПАВ (*Рисунок 24*). Объем используемого сырья (за исключением воды) оценивается в 207 тыс. тонн в год, в том числе растительного происхождения (эфирные масла, растительные экстракты и масла и др.) - 2,4 тыс. тонн. К 2030 году прогнозируется рост потребления сырья для парфюмерно-косметической промышленности до 230 тыс. тонн.

На рынке сырья для ПКП осуществляют деятельность около 40 отечественных компаний - производителей как синтетического, так и природного сырья. Преимущественно компании являются представителями среднего (7%) и малого (72%) бизнеса. Специализация российских производителей сырья для ПКП широкая по отраслям (выпускают продукцию также для пищевой и фармацевтической промышленности), но узкая по ассортименту – одна компания, как правило, выпускает одну группу ингредиентов для ПКП (например, эфирное масло, ПАВ, эмульгаторы и прочее).

## Ключевые группы ингредиентов



\* Включает большое количество классов химических веществ

**Рисунок 24** Динамика использования ингредиентов для производства парфюмерно-косметической продукции, %, тыс. тонн<sup>17</sup>

<sup>17</sup> За исключением воды – вода занимает около 54% в общем объеме ингредиентов. Источник – аналитика SBS Consulting на основе данных Euromonitor

По экспертным оценкам общая доля импорта сырья для производства ПКП на российском рынке составляет примерно 90%, что свидетельствует о критически высоком уровне импортозависимости. Доля использования отечественного синтетического сырья не превышает 15%, растительного - до 20%. На российском рынке в большом объеме представлено растительное сырье из стран Юго-Восточной Азии. Большая часть синтетического сырья импортируется из стран ЕС.

Низкая обеспеченность косметическим сырьем российского производства обусловлена совокупностью причин: невысокое качество, неконкурентная цена, недостаточный уровень кооперации между производителями сырья и парфюмерно-косметической продукции (*Рисунок 26*). Вместе с тем, существует потенциал развития производств сырья для ПКП по отдельным видам синтетических продуктов - спиртов, пигментов и красителей, кремнийорганических добавок, ПАВ и др.

Перечень перспективных направлений для импортозамещения включает более 25 позиций.

#### Перспективные направления для развития российского производства

По данным компаний, РПКА<sup>1</sup>

- Мочевина 
- Отдушки парфюмерные 
- Красители и пигменты органические и неорганические 
- Воск пчелиный 
- Лаурилглюкозид 
- Глицерин 
- Глицерил стеарат цитрат 
- Соли жирных кислот 
- Пропиленгликоль 
- Цетеариловый спирт 
- Сорбитол 
- Диоксид кремния 
- Гелеобразователи ( в т.ч. на основе акрилатов) 
- Ланолин 
- Кислота гликолевая 
- Натрий карбоксиметилцеллюлоза 
- Натрия лауретсульфат 
- Кремнийорганические полимеры (циклометикон) 
- Изопропилмиририлат 
- Изопропиловый спирт 
- Изопропилпальмитат 
- Масла минеральные, в т.ч. высоковязкое (65-75 сПз) 
- Эфирные масла натуральные 
- Минеральное сырье (глины) 
- Сырье животного происхождения 
- Биотехнологические продукты ( пробиотики, растительные комплексы) 
- Продукты комплексной переработки природного сырья: (виноделие, водоросли, морские беспозвоночные, овощные культуры) 
- Растительные экстракты, воски и прочие производные 
- Растительные масла жирные и их производные (подсолнечное, соевое, амаранта, касторовое, льняное, кунжутное) 

При этом текущая ситуация по данным видам сырья в РФ различается:

 <p><b>100% отсутствие отдельных категорий в РФ</b></p>	 <p><b>Производители в РФ есть, но продукция неконкурентоспособна, либо ее мало (ПАВ, глицерин, натрий карбоксиметилцеллюлоза и пр.)</b></p>	 <p><b>Перспективные направления/ Производители в РФ есть, но нужна технологическая, нормативная, финансовая, экспертная поддержка (растительные экстракты и масла, эфирные масла и пр.)</b></p>
--	---	---

1. Сводная оценка мнения компаний-производителей ПКП, требуется оценка экономической целесообразности и опрос компаний-производителей сырья в России  
 Источник: РПКА, аналитика SBS Consulting

 Природное сырье  
 Синтетическое сырье

**Рисунок 25** Перспективные направления для развития российского производства сырья

**Общие проблемы:**

- **Недостаточный уровень кооперации** производителей сырья и парфюмерно-косметической продукции
- **Дефицит квалифицированных научно-технологических кадров**, в частности недостаток специалистов, компетентных в переработке растительного сырья
- Недостаток доступных и прозрачных источников финансирования (в т.ч. на НИОКР для компаний МСБ)

**По производимым видам сырья в России:**

- **Качество не соответствует** техническим требованиям отрасли
- **Высокая цена** в сравнении с зарубежными аналогами

**По отсутствующим видам сырья в России:**

- **Недостаток компетенций** в России для вывода новых видов сырья, существующих на стадии лабораторных разработок, на рынок
- **Отсутствие в России современных технологий и оборудования** для производств по переработке сырья
- По ряду видов сырья – **низкая экономическая целесообразность** запуска производств сырья для парфюмерно-косметической продукции

**Потенциал развития производства**

Благоприятные природно-климатические условия  
Наличие экологически чистых зон

Перспективные регионы:  
Сибирский регион, Крым, Алтай, Адыгея, Краснодарский край, Ставропольский край и пр.



Сохранившиеся компетенции в производстве

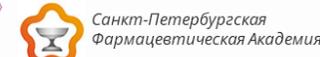
Производство уникальных эфирных масел (лаванда, кориандр, шалфей, фенхель...) и растительных полупродуктов



Производство олеохимической продукции для парфюмерно-косметической продукции



Потенциал в части научно-исследовательской базы (специализированные институты и лаборатории, кадровые ресурсы и др.)



**Необходима технологическая, нормативная, финансовая, экспертная поддержка**

**Рисунок 26** Существующие проблемы и потенциал развития рынка сырья для производства парфюмерно-косметической продукции

Применительно к тенденциям на рынке сырья для производства ПКП следует отметить:

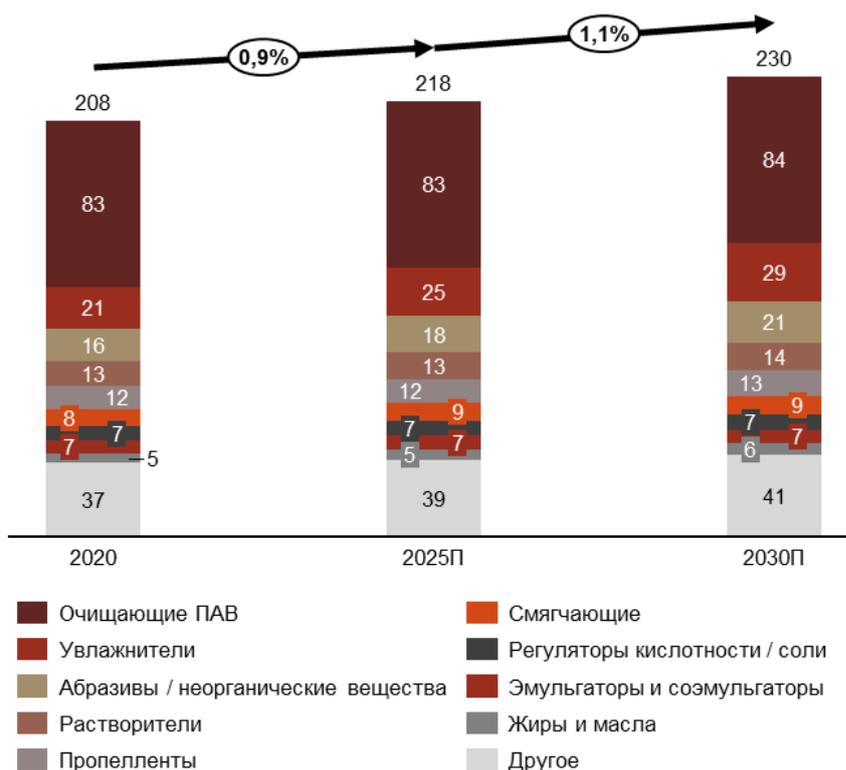
1) Повышенное внимание к натуральной и органической косметике, рост спроса на продукты без использования добавок, модифицирующих текстуру и запах.

2) Рост использования ингредиентов растительного происхождения как высоко очищенных, так и экстрактов целиком.

4) Рост использования биотехнологических продуктов (в т.ч. экстрактов культуры клеток растений).

5) Постоянная актуализация списка ограничений и запретов на применение отдельных ингредиентов.

На (*Рисунок 27*) представлен экспертный прогноз потребления сырья для производства ПКП.



**Рисунок 27** Экспертный прогноз потребления сырья для парфюмерно-косметической продукции на российском рынке, тыс. тонн<sup>18</sup>

Наиболее перспективным направлением развития производств на территории России отдельных видов сырьевых ингредиентов для ПКП является повышение

<sup>18</sup> По данным Euromonitor, аналитика SBS Consulting

внимания к задаче импортозамещения, а в долгосрочной перспективе - повышение доступности ингредиентов российского производства.

### **Упаковка**

Упаковочные материалы по методологии Национальной Конфедерации Упаковщиков (НК ПАК) подразделяются на пластиковые, картонные и бумажные, стеклянные, металлические, прочие. В сегменте пластиковой упаковки на упаковку для парфюмерно-косметической продукции приходится 3–4%<sup>19</sup>. Картонная и бумажная упаковка для ПКП преимущественно является вторичной упаковкой – исключение составляет бумажная упаковка для твердого мыла.

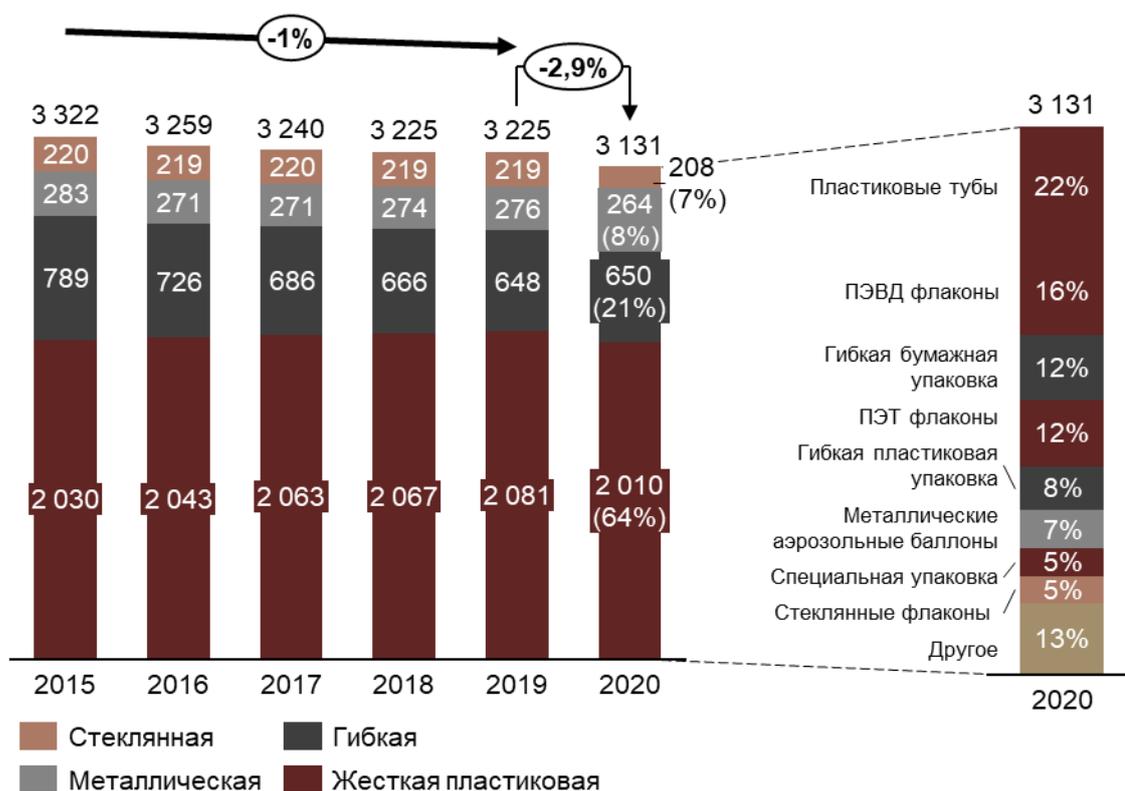
Отличительной особенностью упаковки для ПКП является многообразие форм и исходных материалов. По форме упаковка может быть в виде банок, флаконов, туб, саше, баллонов и комплектующих (крышки, дозаторы, помпы и другое). По материалу упаковка подразделяется на металлическую, стеклянную и пластиковую. На пластиковую упаковку (в целом по упаковке, не только для косметики) приходится порядка 38%, 36% - картонная и бумажная упаковка, 12% и 10% занимают стеклянная и металлическая виды упаковки. Пластиковая упаковка – основной вид упаковки для ПКП, поскольку из пластика может быть сделана любая форма первичной упаковки.

В целом, за период 2015–2020 гг. общий объем потребления снижался в среднем на 1% в год с преобладанием в структуре жесткой пластиковой упаковки (Рисунок 28).

Среди факторов снижения потребления жесткой пластиковой упаковки выделяется тренд на устойчивое развитие, важной частью которого является снижение потребления пластика, и экономия, проявляющаяся в покупке шампуней, гелей для душа в больших упаковках. Потребление стеклянной и металлической упаковки снизилось в 2020 г. из-за периода самоизоляции, так как данные виды упаковок преимущественно используются применительно к парфюмерии и дезодорантам, наиболее потерявшим спрос продуктам в пандемию.

---

<sup>19</sup> по данным компании INVENTRA в 2017 г.



**Рисунок 28** Динамика российского рынка первичной упаковки для парфюмерно-косметической продукции, млн шт.<sup>20</sup>

На российском рынке упаковки для ПКП осуществляют деятельность около 30 основных российских производителей. Преимущественно компании являются представителями малого (64%) и среднего (21%) бизнеса. Специализация российских производителей упаковки для ПКП по отраслям и ассортименту довольно широкая - продукция выпускается сразу для нескольких отраслей (пищевая промышленность, бытовая химия и другое), и сразу в нескольких видах (флаконы, банки, тубы, коробки, комплектующие и др.). Российское производство упаковки для ПКП оценивается около 30% в объеме рынка.

**Таблица 2**

<sup>20</sup> Источник: Euromonitor, аналитика SBS Consulting

Расчетные данные по Euromonitor (по состоянию на 02.07.2021); не включены категории вторичной упаковки («бумажные контейнеры» и «пластиковые блистеры»). Пластиковые блистеры могут быть первичной упаковкой для патчей для глаз – вторичной упаковкой в данном продукте будет гибкая пластиковая упаковка. Но в данной форме патчи выпускаются редко – их объем незначительный (как правило, патчи выпускаются в банках, без вторичной упаковки).

## Текущие проблемы и перспективы развития российских производств упаковки для парфюмерно-косметической продукции

Вид упаковки	Пластиковая	Стеклоянная	Металлическая
Кол-во российских производителей	26	5	4
Уровень развития	Средний	Низкий	Средний
Проблемы / ограничения развития в России	<ul style="list-style-type: none"> <li>Более низкое качество по сравнению с зарубежными аналогами, в отдельных случаях – неконкурентная цена.</li> <li>Дефицит кадров, способных предложить современные дизайнерские решения.</li> <li>Недостаточный уровень кооперации производителей сырья и парфюмерно-косметической продукции.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Разрозненность производителей (отсутствие кооперации, недобросовестная конкуренция).</li> <li>Недостаток вторичного сырья (стеклобоя).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Высокая доля импорта белой жести (сырья для производства упаковки).</li> </ul>
	Перспективные направления развития	<ul style="list-style-type: none"> <li>Тенденция к постепенной замене пластика на другие материалы.</li> <li>Недостаток вторичного сырья для дальнейшей переработки.</li> <li>Высокий потенциал расширения производства упаковки для парфюмерно-косметической продукции на действующих предприятиях с целью импортозамещения.</li> <li>Возможность развития производства и экспорта комплектующих к упаковке (дозаторы, пипетки, крышки и т.д.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Высокий потенциал производства, в том числе для экспорта, упаковки для парфюмерно-косметической продукции из стекла.</li> </ul>
Высокий потенциал роста для предприятий, занимающихся декорированием			

К тенденциям в развитии упаковочных решений для ПКП относят:

1) Изменение дизайна упаковки (конструкции, аппликаторов, оформления): ставка на простоту формы упаковки в парфюмерии, создание необычных форм упаковок для зубной пасты (флакон с помпой, пластиковая коробка и т.п.).

2) Рост производства бесконтактной упаковки (позволяют наносить косметику без прикосновения пальцев) вследствие влияния пандемии COVID-19 и желания производителей предлагать оригинальные дизайнерские решения в упаковке.

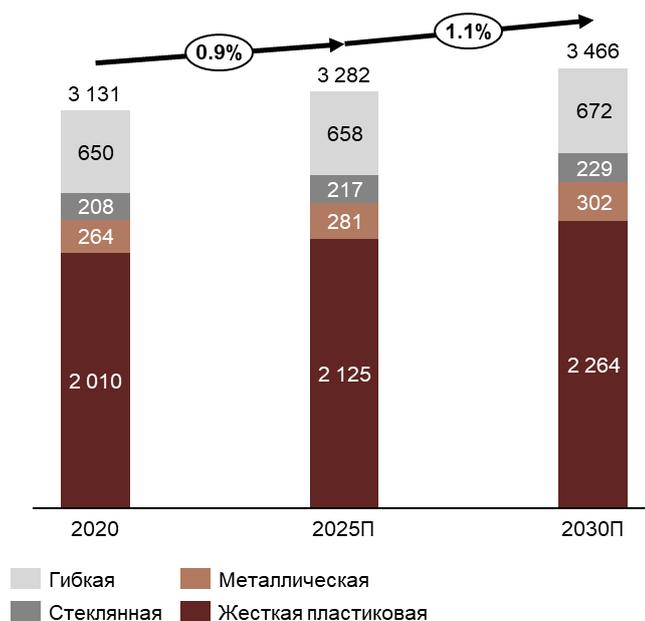
3) Организация сбора и переработка пластиковой упаковки.

4) Рост потребления «экологичной» упаковки (бумага, дерево, перерабатываемый пластик).

5) Рост производства упаковки для продукции мелкой фасовки.

6) Законодательное стимулирование переработки упаковки (например, введение платы экологического сбора в случае отказа от переработки упаковки).

На (**Рисунок 29**) представлен экспертный прогноз потребления упаковки для производства ПКП.



**Рисунок 29** Экспертный прогноз потребления упаковки для парфюмерно-косметической продукции на российском рынке, млн шт.<sup>21</sup>

## Производство

Большое разнообразие технологических операций в производстве ПКП требует оснащения предприятий широким спектром оборудования различной степени сложности и стоимости (от простых ёмкостных аппаратов до сложных реакторов и multifunctional аппаратов). Ассортимент российского оборудования представлен отдельными видами, в то время как иностранные поставщики предлагают комплексные решения. Российское оборудование в основном ориентировано на компании малого масштаба производства. Производство высокотехнологичного оборудования в России отсутствует или уступает зарубежному (в части автоматизации, электронной составляющей).

В целом на рынке оборудования для производства ПКП существует высокая импортозависимость (порядка 70%), наиболее импортозависимые сегменты – лабораторное оборудование, процессинговое оборудование (для операций вакуумирования, перемешивания, гомогенизации, измельчения, нагрева и охлаждения), упаковочное оборудование, этикетировочное оборудование. Основные поставщики – страны ЕС (Франция, Германия), азиатские страны.

<sup>21</sup> По данным Euromonitor, аналитика SBS Consulting

## **Сбыт**

Российская парфюмерно-косметическая отрасль сталкивается с проблемами и на этапе реализации продукции. На внутренний рынок сложно выйти новым компаниям (сложность взаимодействия с торговыми сетями), а также низкая узнаваемость российской косметики (в силу низких затрат на продвижение продукции). На внешних рынках также существуют высокие барьеры выхода, связанные с отсутствием информации о потенциальных рынках сбыта, стоимостью транспортной логистики, высокой стоимостью регистрации продукции в стране продажи и пр.

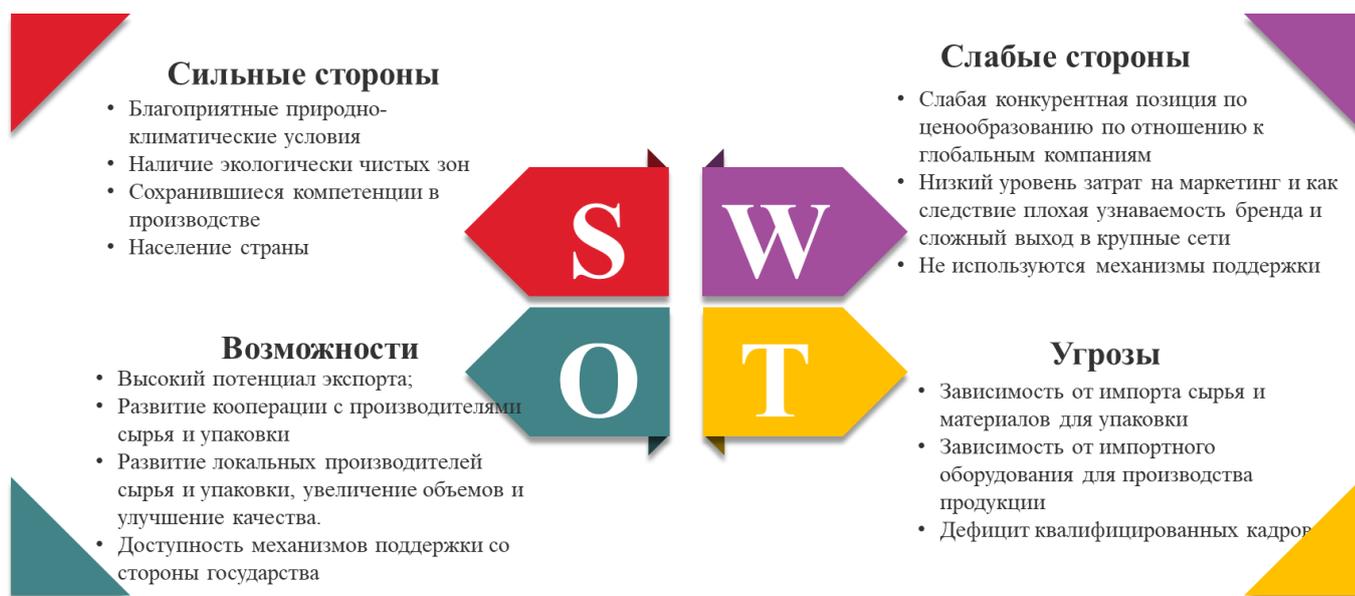
## **2. Приоритетные направления реализации настоящей Стратегии**

Совместно с экспертами отрасли проведена оценка уровня конкурентоспособности продукции отрасли парфюмерно-косметической промышленности и проанализирован потенциал ее развития. Результат проведенного анализа представлен на **Рисунок 30**.

К сильным сторонам, на основе которых может быть построена работа по развитию отрасли, относятся наличие благоприятных природно-климатических ресурсов и экологически чистых зон. Существующие производственные предприятия обладают хорошими компетенциями по производству продуктов широкого перечня продуктовых сегментов. Также к важным ресурсам роста относится и население страны - один из важнейших стратегических ресурсов как потенциальных потребителей ПКП<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Составляет порядка 20% населения Европы (145,9 млн. чел население России в 2021 г., 750,6 млн чел население Европы в 2021 г.)



**Рисунок 30** Анализ потенциала развития отрасли парфюмерно-косметической промышленности

В ходе проводимой работы по развитию отрасли необходимо принимать во внимание и имеющиеся угрозы, которые могут сдерживать развитие отрасли – это высокая зависимость от импорта сырья и материалов, от импортного оборудования. Также отдельная проблема, характерная не только для парфюмерно-косметической отрасли промышленности, это дефицит квалифицированных кадров.

Возможности по развитию отрасли - это расширение перечня рынков присутствия российской продукции, доработка механизмов поддержки со стороны государства, развитие кооперации российских производителей ПКП с производителями сырья и упаковочных материалов, что также позволит расширить перечень производимых компонентов и улучшить их качество.

Проводимая работа позволит отечественным производителям ПКП усилить свои позиции на внутреннем рынке и повысит конкурентоспособность отечественной продукции при экспорте.

#### IV. Цели и задачи Стратегии

В соответствии с приоритетами отрасли<sup>23</sup> стратегической целью является:

Обеспечение развития производств ПКП, способной успешно конкурировать как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

<sup>23</sup> Экспортно-ориентированное развитие и расширение присутствия на внутреннем рынке (импортозамещение)

Для достижения поставленной цели требуется решение следующего комплекса задач:

- 1) Системная поддержка развития научного-технологического потенциала отрасли.
- 2) Содействие модернизации и расширению производственных возможностей.
- 3) Содействие развитию российских производств сырья и упаковки.
- 4) Стимулирование спроса на российскую ПКП, в т. ч. через повышение доступности к торговым сетям.
- 5) Содействие расширению экспортного потенциала и продвижению отечественной продукции за рубежом.
- 6) Содействие в формировании позитивного имиджа и продвижении российской ПКП на внутреннем и внешнем рынках.
- 7) Актуализация нормативной правовой базы регулирования отрасли парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации.
- 8) Совершенствование системы подготовки и переподготовки профильных кадров для предприятий парфюмерно-косметической промышленности.

Для решения перечисленных задач планируется разработка мероприятий «Дорожной карты» по реализации Стратегии, которые будут включать следующие виды деятельности:

- Корректировка действующих НПА и разработке новых механизмов поддержки (при необходимости).
- Совершенствование таможенно-тарифного регулирования.
- Совершенствование системы технического регулирования и регулирования оборота продукции.
- Продвижение отечественной продукции на внутреннем и внешнем рынках.
- Совершенствование системы подготовки профильных кадров.
- Совершенствование системы статистического и информационно-аналитического учета.
- Развитие производств отечественного сырья для ПКП.

- Развитие производств упаковочных материалов для ПКП.
- Развитие производств оборудования для производства ПКП.
- Обеспечение системного развития научного-технологического потенциала отрасли.
- Содействие модернизации и повышению конкурентоспособности производств.

## **V. Сценарии развития парфюмерно-косметической промышленности Российской Федерации**

Прогноз развития парфюмерно-косметической промышленности представлен до 2030 года и на плановый период до 2035 года.

В качестве ключевых были выделены 3 показателя:

- потребление ПКП (в отпускных ценах, млрд руб.);
- производство ПКП (в отпускных ценах, млрд руб.);
- экспорт ПКП (в отпускных ценах, млрд руб.).

Прогнозирование строилось в двух сценариях: базовом и целевом.

Базовый (инерционный) - сохранение позиций российских производителей на российском и глобальном рынке, умеренный рост экспорта, сохранение текущей государственной поддержки.

Целевой (оптимистичный) сценарий - усиление позиций российских производителей, активный рост экспорта, масштабная государственная поддержка отрасли.

По мнению экспертного отраслевого сообщества, в ближайшие годы не ожидается стремительного роста рынка, что обусловлено как экономическими факторами, так и ситуацией с пандемией COVID-19.

В соответствии с принятым подходом показатели развития производства и экспорта были рассчитаны с учетом следующих предпосылок:

- доля продукции российского производства в отпускных ценах на российском рынке – 50% (в базовом сценарии доля сохранится на том же уровне; в оптимистичном (целевом) сценарии увеличится до 52%);

–доля экспорта в производстве – 40% (прогнозируемые предпосылки по среднегодовым темпами роста экспорта с 2020 по 2030 год: в базовом сценарии 7% в год, в оптимистичном – 12% в год).

Оптимальной стратегией представляется реализация целевого варианта развития отрасли в рамках трех основных этапов.

На первом этапе (подготовительный, 2022-2024 годы) планируется реализовать мероприятия по подготовке нормативной правовой базы в части введения новых механизмов, адаптации существующих мер и снятия базовых ограничений, препятствующих развитию отрасли в целом. Развитие парфюмерно-косметической промышленности в указанный период будет характеризоваться началом интенсивного роста.

Второй этап (трансформация, 2024-2030 годы) будет характеризоваться экстенсивным ростом. Широкая реализация комплекса мер поддержки будет способствовать наращиванию присутствия российских производителей на внутреннем рынке и развитию экспортного потенциала, в том числе посредством активного выхода на новые рынки и расширения продуктового предложения.

Третий этап (2030 – 2035 годы) ожидается, что проведенные мероприятия создадут платформу для устойчивого наращивания объемов инвестиций и выполнения целевых задач Стратегии к 2035 году. Стратегические инициативы и мероприятия по реализации Стратегии будут определяться с учетом результатов реализации мероприятий и конъюнктуры парфюмерно-косметического рынка, что позволит обеспечить адаптивность внедрения Стратегии.

## **VI. Значения ключевых показателей, которых должна достигнуть парфюмерно-косметическая промышленность к окончанию срока действия стратегии развития**

В рамках реализации Стратегии будет обеспечена комплексная поддержка парфюмерно-косметической промышленности за счет совершенствования действующих инструментов промышленной политики и введения новых регуляторных механизмов, а также эффективного внутриведомственного и

межведомственного взаимодействия, что позволит достигнуть следующих результатов (Рисунок 31-Рисунок 33).

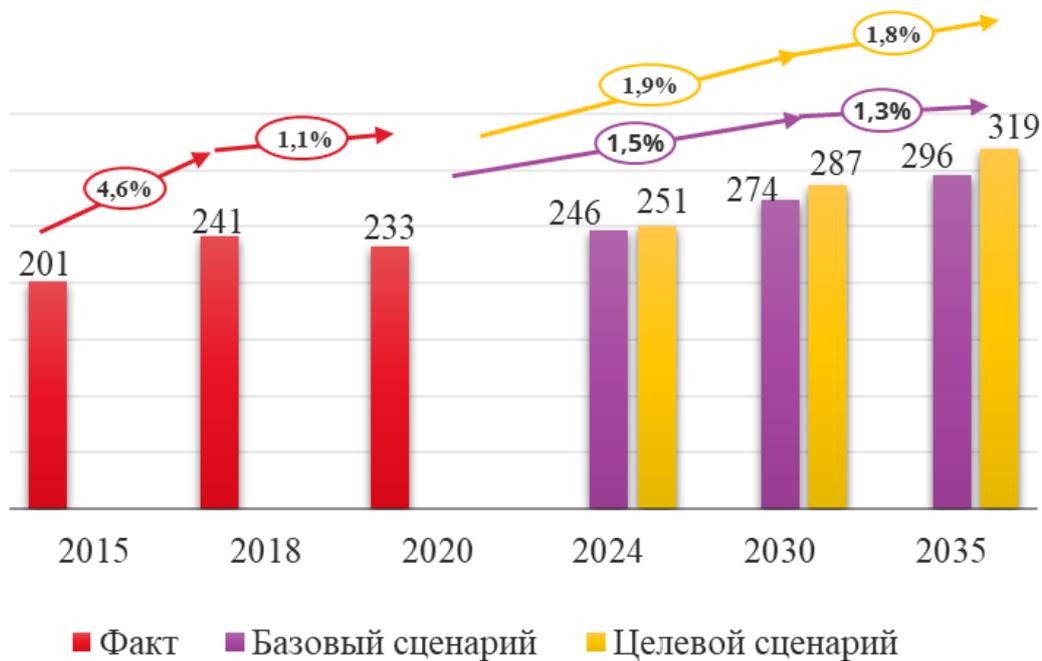


Рисунок 31 Прогноз потребления парфюмерно-косметической продукции, млрд руб.

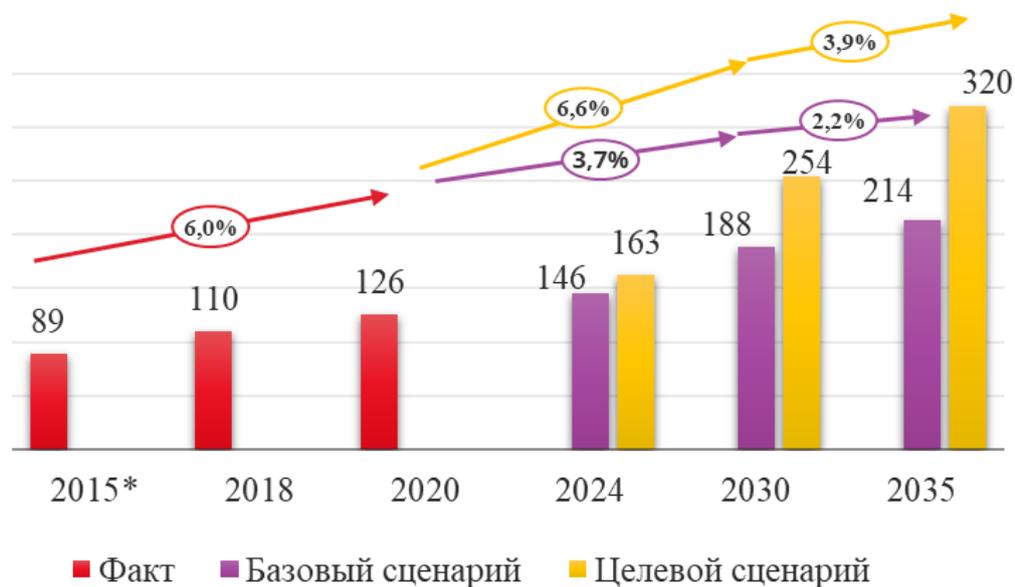
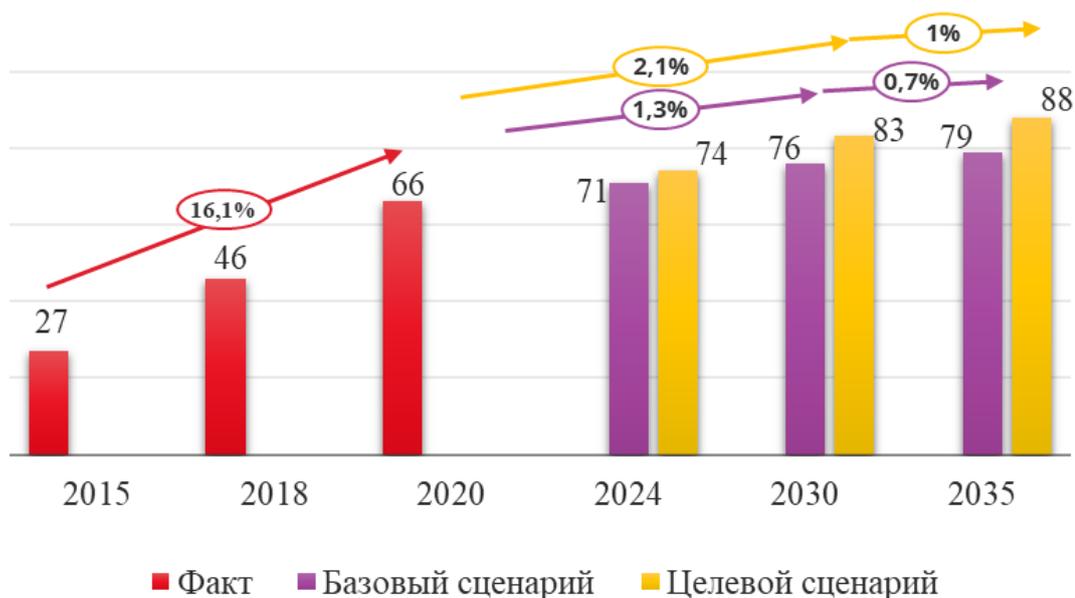


Рисунок 32 Прогноз производства парфюмерно-косметической продукции, млрд руб.



**Рисунок 33** Прогноз экспорта парфюмерно-косметической продукции, млрд руб.

Реализация Стратегии позволит увеличивать прямой вклад парфюмерно-косметической промышленности в ВВП до 0,16% к 2030 году.<sup>24</sup>

Развитие внутреннего производства сырья и упаковки, отечественных брендов парфюмерии и косметики позволит минимизировать потери российской экономики и увеличить добавленную стоимость на производимую ПКП внутри страны.

Формирование новой ниши производства сырья и ингредиентов природного происхождения, даст высокий положительный эффект как для развития производства натуральной и органической косметической продукции в России, так и для прочих отраслей (например, химической, пищевой и фармацевтической отраслей промышленности).

На уровне предприятий повысится эффективность и конкурентоспособность производства, усилится инвестиционная активность, что будет способствовать повышению конкурентоспособности отечественной ПКП на российском и мировом рынке.

<sup>24</sup> В базовом сценарии прогноза социально-экономического развития Российской Федерации

## **VII. Ключевые риски реализации настоящей Стратегии**

Реализация настоящей Стратегии сопряжена с рисками, которые могут препятствовать достижению запланированных результатов. К ключевым рискам, с которыми может столкнуться парфюмерно-косметическая промышленность в период реализации настоящей Стратегии, относятся кризисные явления в экономике, отток кадров, увеличение конкуренции со стороны стран, располагающих ресурсами, невыполнение стратегий в смежных отраслях, недобросовестная конкуренция со стороны торговых партнеров, техногенные катастрофы.

### **1. Макроэкономические риски**

#### **- Кризисные явления в экономике**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: высокая.*

*Вероятность реализации: высокая.*

Снижение темпов роста экономики и уровня инвестиционной активности, повышение уровня инфляции и высокий курс рубля, вероятность ухудшения внутренней и внешней конъюнктуры цен на парфюмерно-косметические товары осложняют достижение целей настоящей Стратегии.

Падение курса рубля по отношению к основным валютам способствует повышению конкурентоспособности продукции российской парфюмерно-косметической промышленности на внутреннем рынке, а также развитию ее экспорта. В то же время высокая степень зависимости от импортных сырья, упаковки и оборудования делает их еще менее доступными для российских компаний в условиях снижения курса рубля.

Для минимизации риска необходимы стимулирование спроса на ПКП на внутреннем и внешнем рынках, предоставление налоговых льгот производителям инновационной ПКП, стимулирование импортозамещения в поставках Сырья, упаковки и оборудования для парфюмерно-косметической промышленности, а также стимулирование привлечения инвестиций в парфюмерно-косметическую промышленность и реализация прочих форм поддержки отечественных производителей ПКП.

**- Отток кадров**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: низкая.*

*Вероятность реализации: средняя.*

Низкая привлекательность российской парфюмерно-косметической промышленности для молодых специалистов, обусловленная более низким уровнем заработной платы и менее комфортными условиями труда, чем в странах Европы и США, создает предпосылки для продолжения оттока профессиональных кадров из России, что может привести к замедлению технологического развития российской парфюмерно-косметической промышленности.

Для минимизации риска необходима выработка эффективной кадровой политики в парфюмерно-косметической промышленности, включая:

- разработку основных параметров потребности в трудовых ресурсах для реализации Стратегии;
- мониторинг кадровой потребности предприятий парфюмерно-косметической промышленности;
- организацию профессиональной ориентации граждан в целях выбора сферы деятельности (профессии), трудоустройства, прохождения профессионального обучения и получения дополнительного профессионального образования в целях трудоустройства на предприятия парфюмерно-косметической промышленности;
- повышение эффективности использования кадров путем развития профессиональной мобильности кадров предприятий парфюмерно-косметической промышленности;
- увеличение потока выпускников по востребованным в отрасли профессиям, специальностям, направлениям подготовки;
- соответствие содержания образовательных программ применяемым технологиям;
- целевой набор студентов в образовательные организации высшего образования и профессиональные образовательные организации, осуществляющие подготовку по профессиям, специальностям, направлениям подготовки в

соответствии с потребностями предприятий парфюмерно-косметической промышленности;

- развитие и распространение формы сотрудничества «ВУЗ – бизнес-сообщество – предприятие» и на профессиональные образовательные организации, которые готовят квалифицированных рабочих, служащих и специалистов среднего звена по программам среднего профессионального образования;

- сертификацию персонала предприятий парфюмерно-косметической промышленности.

#### **- Регуляторно-политические риски**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: средняя.*

*Вероятность реализации: средняя.*

Регуляторно-политические риски связаны с изменением государственной политики, которая может оказать негативное влияние на развитие отрасли и состояние российских производителей. Наиболее критичными регуляторно-политическими рисками являются:

- санкции в отношении ввоза сырья и упаковки, используемых для производства парфюмерии и косметики;

- изменение торговых отношений со странами-партнерами (введение дополнительных заградительных пошлин и протекционистских мер защиты рынка);

- ужесточение государственного регулирования отрасли (в том числе в сфере производства и оборота ПКП).

Для минимизации рисков, связанных с санкциями, необходима реализация мер по развитию внутреннего производства сырья и упаковки.

Для снижения последствий от возможного ограничения доступа российской парфюмерно-косметической продукции на внешние рынки предлагается расширение географии экспортных поставок, в том числе в Азиатский регион, страны Ближнего Востока и Африки.

Введение дополнительных механизмов контроля за производством и сбытом парфюмерно-косметической продукции на внутреннем рынке может создавать дополнительные финансовые сложности для компаний в силу того, что большинство

российских компаний производят косметику в низком и среднем ценовых сегментах. Повышение себестоимости снизит привлекательность товара для дистрибьютера и в конечном итоге – потребителя. Минимизация влияния риска возможна через повышение уровня взаимодействия между органами федеральной исполнительной власти и представителями бизнеса при принятии регуляторных механизмов.

## **2. Операционные риски**

### **- Увеличение конкуренции со стороны стран, располагающих ресурсами**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: высокая.*

*Вероятность реализации: высокая.*

Крупнейшие страны мира развивают парфюмерно-косметическую промышленность как одно из перспективных направлений экономики. При этом существуют модели локализации иностранного производства (Китай) и модели развития собственных брендов (Франция, Германия).

Стимулирование продвижения парфюмерно-косметической продукции на внешние рынки осуществляется посредством мер государственной поддержки экспорта и повышения конкурентоспособности продукции.

В отдельных странах принимаются специальные программы развития экспорта парфюмерно-косметической продукции (Франция, Польша). Поддержка экспортеров осуществляется через налоговые льготы (например, освобождение налога на прибыль с экспортного оборота, освобождение от налога на добавленную стоимость на импортируемое сырье) и финансовые стимулы (льготные займы на создание и развитие производства, гранты на модернизацию). Кроме того, распространены меры защиты внутреннего рынка и интересов отечественных производителей (например, в Китае действует облегченный механизм вывода локальной продукции на рынок, в Белоруссии установлены требования по наличию минимального количества разновидностей товаров белорусского производства, в том числе ПКП, в магазинах).

В мире особое внимание уделяется механизмам выставочной деятельности и информационной поддержки предприятий как наиболее эффективным для оптимального и успешного позиционирования продукции на глобальном рынке.

Серьезная поддержка выставочной деятельности позволяет принимать участие в крупнейших международных экспозициях в рамках единых национальных павильонов (Франция, Германия, Италия, Польша, Южная Корея и другие). Государство содействует проведению развернутой информационной поддержки национальных товаров через различные каналы (печатные издания, реклама на телевидении, интернет ресурсы).

Кроме оказания финансовых мер поддержки, государство способствует формированию благоприятной инфраструктуры для развития отрасли через:

- специализированные институты развития (например, в Южной Корее создан институт развития косметической промышленности «Korea Cosmetic Industry Institute», ориентированный на научно-технологическое и техническое развитие, информационную поддержку с целью повышения конкурентоспособности южнокорейской индустрии на глобальном рынке);

- специализированные кластеры, объединяющие участников отрасли, задействованных на всех этапах создания ПКП (университеты, лаборатории, производственные компании, производители сырья и прочие).

Для минимизации риска необходимо пересмотр долгосрочной политики в отношении формирования российской модели развития парфюмерно-косметических производств и их кооперации с производителями и поставщиками сырья и упаковочных материалов.

**- Недобросовестная конкуренция со стороны торговых партнеров**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: средняя.*

*Вероятность реализации: низкая.*

Введение импортных пошлин на товары из России членами ВТО, демпинг на российском рынке со стороны КНР и другие проявления недобросовестной конкуренции, в том числе санкционного характера, могут серьезно усложнить доступ к рынку для российских производителей.

Для минимизации риска необходимо максимально эффективное использование инструментов ВТО, а именно мониторинг ситуации на международных рынках и выполнения странами-участницами обязательств в отношении российских

производителей, поддержка российских производителей в организации разбирательств по условиям торговли, информирование и консультирование предприятий по вопросам правовых основ ВТО.

В то же время отсутствие внешнего регулирующего органа позволяет странам, не являющимся членами ВТО, использовать любые механизмы защиты внутреннего рынка, что может негативно сказаться на экспортных возможностях российских производителей. Для нивелирования данного риска необходимо развитие положительных партнерских отношений со странами-импортерами. Также возможным решением может быть локализация производства или создание совместных предприятий с локальными игроками на экспортных рынках.

#### **- Техногенные катастрофы**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: низкая.*

*Вероятность реализации: низкая.*

С учётом средней текущей степени износа основных производственных фондов на отечественных предприятиях производителях парфюмерно-косметической продукции и учитывая особенности организации производства ПКП, довольно низкая вероятность возникновения техногенных аварий и нанесения существенного ущерба окружающей среде, которые потребуют дополнительных затрат, приведут к сокращению средств на развитие предприятий парфюмерно-косметической промышленности, в том числе за счет снижения инвестиционной привлекательности отрасли.

По мере реализации настоящей Стратегии данные риски будут постепенно снижаться.

#### **- Научно-технологические риски**

*Степень влияния на достижение желаемых результатов: высокая.*

*Вероятность реализации: средняя.*

Основными научно-технологическими рисками являются отсутствие высококвалифицированных кадров, низкий уровень в разработке инновационной ПКП и оснащении производства, не соответствующий мировым трендам.

Хеджирование риска возможно за счет, во-первых, реализации мер по стимулированию производства сырья и ингредиентов с использованием уникальных природных ресурсов России, во-вторых, за счет усовершенствования образовательных программ подготовки кадров и профессиональных стандартов.

### **VIII. Мониторинг и контроль реализации Стратегии**

Мониторинг реализации Стратегии базируется на данных отраслевого статистического наблюдения, первичной информации от организаций парфюмерно-косметической промышленности, аналитике научно-исследовательских организаций, а также на других официальных данных. Мониторинг реализации Стратегии ведется в течение всего периода ее действия и предполагает сбор, консолидацию и обработку количественной и качественной информации.

В целях проведения непрерывного и эффективного мониторинга с вовлечением широкого круга заинтересованных участников, в том числе представителей отрасли, будет создана межведомственная рабочая группа по вопросам реализации Стратегии развития парфюмерно-косметической промышленности.

Контроль реализации Стратегии осуществляет Правительство Российской Федерации на основании доклада Министерства промышленности и торговли Российской Федерации, подготовленного по итогам года.

Доклад о ходе реализации Стратегии включает в себя:

аналитическую справку о реализации Стратегии;

сведения о конкретных результатах, в том числе о значениях целевых показателей, достигнутых за отчетный период, и об исполненных и неисполненных мероприятиях (с анализом причин неисполнения);

анализ факторов, повлиявших на ход реализации Стратегии;

данные об использованных бюджетных ассигнованиях на реализацию мероприятий государственных программ Российской Федерации, обеспечивающих реализацию Стратегии;

предложения о необходимости корректировки Стратегии.

Положения Стратегии корректируются по мере уточнения ее приоритетов на основе данных мониторинга.

**IX. Оценка необходимых объемов ресурсного обеспечения реализации мероприятий стратегии развития парфюмерно-косметической промышленности**

Реализация настоящей Стратегии не предполагает привлечения дополнительных бюджетных средств.

**Перечень кодов ОКПД-2, в которых классифицируется  
парфюмерно-косметическая продукция**

<b>Код ОКПД-2</b>	<b>Наименование продукции</b>
<b>20.41.31</b>	<b>Мыло и органические поверхностно-активные вещества и средства, используемые в качестве мыла; бумага, вата, войлок, фетр и нетканые материалы, пропитанные или покрытые мылом или моющим средством</b>
- 20.41.31.110	Мыло туалетное твердое
- 20.41.31.111	Мыло туалетное марки \"Нейтральное\"
- 20.41.31.112	Мыло туалетное марки \"Экстра\"
- 20.41.31.113	Мыло туалетное марки \"Детское\"
- 20.41.31.114	Мыло туалетное марки \"Ординарное\"
- 20.41.31.119	Мыло туалетное твердое прочее
- 20.41.31.130	Мыло туалетное жидкое
<b>20.42.1</b>	<b>Средства парфюмерные и косметические</b>
<b>20.42.11</b>	<b>Духи и туалетная вода</b>
- 20.42.11.110	Духи
- 20.42.11.120	Вода туалетная
- 20.42.11.130	Одеколоры
<b>20.42.12</b>	<b>Средства для макияжа губ и глаз</b>
- 20.42.12.110	Средства для макияжа губ
- 20.42.12.120	Средства для макияжа глаз
<b>20.42.13</b>	<b>Средства для маникюра или педикюра</b>
- 20.42.13.000	Средства для маникюра или педикюра
<b>20.42.14</b>	<b>Пудра косметическая или туалетная</b>
- 20.42.14.110	Пудры и крем-пудры
- 20.42.14.120	Гримы, гуммозы
- 20.42.14.130	Тальк и прочие присыпки для детей
- 20.42.14.140	Румяна, маскирующие карандаши для лица
<b>20.42.15</b>	<b>Средства для ухода за кожей, макияжа или защитные средства для кожи (включая солнцезащитные и для загара), не включенные в другие группировки</b>
- 20.42.15.110	Средства косметические для макияжа лица, не включенные в другие группировки
- 20.42.15.120	Средства для очистки кожи лица (в том числе для удаления косметики и грима)
- 20.42.15.130	Средства для ухода за кожей лица: лосьоны, кремы, специальные средства
- 20.42.15.131	Кремы жидкие для ухода за кожей лица, питательные и с биологически активными веществами
- 20.42.15.132	Кремы густые для ухода за кожей лица, питательные и с биологически активными веществами
- 20.42.15.133	Лосьоны для ухода за кожей лица
- 20.42.15.139	Средства для ухода за кожей лица прочие
- 20.42.15.140	Средства для ухода за кожей тела: лосьоны, кремы (в том числе детские)

<b>Код ОКПД-2</b>	<b>Наименование продукции</b>
- 20.42.15.141	Кремы для рук
- 20.42.15.142	Кремы для ног
- 20.42.15.143	Кремы детские
- 20.42.15.144	Вазелины
- 20.42.15.145	Лосьоны для ухода за кожей тела
- 20.42.15.149	Средства для ухода за кожей тела прочие
- 20.42.15.150	Средства защитные для кожи (включая солнцезащитные и для загара), не включенные в другие группировки
- 20.42.15.190	Средства косметические для ухода за кожей прочие, не включенные в другие группировки
<b>20.42.16</b>	<b>Шампуни, лаки для волос, средства для завивки или распрямления волос</b>
- 20.42.16.110	Шампуни
- 20.42.16.120	Лаки для волос
- 20.42.16.130	Средства для завивки или распрямления волос
<b>20.42.17</b>	<b>Лосьоны и прочие средства для волос, не включенные в другие группировки</b>
- 20.42.17.110	Лосьоны
- 20.42.17.120	Средства для волос прочие, не включенные в другие группировки
<b>20.42.18</b>	<b>Средства гигиены полости рта и зубов (включая фиксирующие пасты и порошки для зубных протезов), нити для чистки зубов</b>
- 20.42.18.110	Средства для чистки зубов
- 20.42.18.111	Пасты зубные
- 20.42.18.112	Порошки зубные
- 20.42.18.120	Пасты фиксирующие и порошки для зубных протезов
- 20.42.18.130	Нити для чистки зубов
- 20.42.18.190	Средства гигиены полости рта и зубов прочие
<b>20.42.19</b>	<b>Средства для бритья; дезодоранты и антиперспиранты; средства для ванн, прочие парфюмерные, косметические или туалетные средства, не включенные в другие группировки</b>
- 20.42.19.110	Средства для бритья
- 20.42.19.120	Дезодоранты и антиперспиранты
- 20.42.19.130	Средства для ванн
- 20.42.19.190	Средства парфюмерные, косметические и туалетные средства прочие, не включенные в другие группировки

**Перечень кодов ТН ВЭД, в которых классифицируется  
парфюмерно-косметическая продукция**

<b>Код ТН ВЭД</b>	<b>Наименование продукции</b>
<b>3303</b>	<b>Духи и туалетная вода</b>
- 3303 00 100	- духи
- 3303 00 900	- туалетная вода
<b>3304</b>	<b>Косметические средства или средства для макияжа и средства для ухода за кожей (кроме лекарственных), включая средства против загара или для загара; средства для маникюра или педикюра</b>
- 3304 10 000	- средства для макияжа губ
- 3304 20 000	- средства для макияжа глаз
- 3304 30 000	- средства для маникюра или педикюра
- 3304 91 000	-- пудра, включая компактную
- 3304 99 000	-- прочие
<b>3305</b>	<b>Средства для волос:</b>
- 3305 10 000	- шампуни
- 3305 20 000	- средства для перманентной завивки или распрямления волос
- 3305 30 000	- лаки для волос
- 3305 90 000	- прочие
-- 3305 90 000 1	Лосьоны для волос
-- 3305 90 000 9	Прочие
<b>3306</b>	<b>Средства для гигиены полости рта или зубов включая фиксирующие порошки и пасты для зубных протезов; нитки, используемые для очистки межзубных промежутков (зубной шелк), в индивидуальной упаковке для розничной продажи:</b>
- 3306 10 000	- средства для чистки зубов
- 3306 20 000	- нитки, используемые для очистки межзубных промежутков (зубной шелк)
- 3306 90 000	- прочие
<b>3307</b>	<b>Средства, используемые до, во время или после бритья, дезодоранты индивидуального назначения составы для принятия ванн, средства для удаления волос и прочие парфюмерные, косметические или туалетные средства, в другом месте не поименованные или не включенные; дезодоранты для помещений, ароматизированные или неароматизированные, обладающие или не обладающие дезинфицирующими свойствами:</b>
- 3307 10 000	- средства, используемые до, во время или после бритья
- 3307 20 000	- дезодоранты и антиперспиранты индивидуального назначения
- 3307 30 000	- ароматизированные соли и прочие составы для принятия ванн
<b>3401</b>	<b>- мыло и поверхностно-активные органические вещества и средства в форме брусков, кусков или в виде формованных изделий и бумага, вата, войлок или фетр и нетканые материалы пропитанные или покрытые мылом или моющим средством:</b>
- 3401 1	Мыло и поверхностно-активные органические вещества и средства в форме брусков, кусков или в виде формованных изделий и бумага, вата, войлок или фетр и нетканые материалы, пропитанные или покрытые мылом или моющим средством
-- 3401 11 000 1	Мыло туалетное (включая мыло, содержащие лекарственные средства)
-- 3401 11 000 9	прочие

<b>Код ТН ВЭД</b>	<b>Наименование продукции</b>
-- 3401 19 000 0	Прочее
- 3401 2	Мыло в прочих формах
--3401 20 100 0	- хлопья, вафли, гранулы или порошки
-- 3401 20 900 0	- прочие
- 3401 30 000 0	Поверхностно-активные органические вещества и средства для мытья кожи в виде жидкости или крема, расфасованные для розничной продажи, содержащие или не содержащие мыло