

БАД АКТИВНО ВНЕДРЯЮТСЯ НА РЫНОК

- Активная регистрация БАДов в последние несколько лет, в том числе фармацевтическими производителями — сравнимые темпы роста.
- Меньшее число регуляторных ограничений — в том числе по торговым надбавкам.
- Больше возможностей рекламы и продвижения, в том числе:
 - вхождение в область медицины (клинические испытания, научно-практические конференции).
 - Большие рекламные бюджеты
 - Широкий спектр каналов распространения — супермаркеты и магазины, аптеки, магазины здоровья, а также посредством MLM.

ВОСПРИЯТИЕ БАД ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

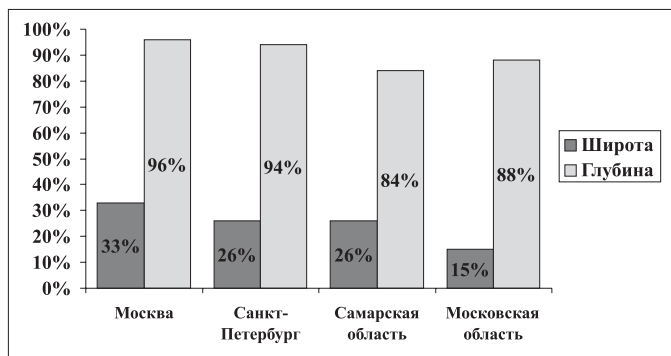
- Не лекарства (44%*), но почти лекарства (25%).
 - Производятся нефармацевтическими компаниями (58%).
 - Состоят только из натуральных компонентов (56%).
 - Намного безопаснее лекарства (64%).
 - Должны быть рекомендованы врачом или фармацевтом (61%).
 - Подходят для лечения нетяжелых заболеваний (66%).
 - БАД не лечит, а используется только для профилактики/оздоровления (75%).
 - Потребители не имеют четкого представления об уровне стоимости БАДов.
 - Потребители не знают, что БАД является дополнением к рациону питания.
 - БАД должен быть в рационе каждого человека (63%).
- Источник: Анкетный опрос потребителей, RMBC*. В скобках указана доля ответов.

ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

- Рынок БАД США
 - Устойчивый рост (с 1997 г) на 10-14% в год.
 - Потребители — более 80% населения.
- Рынок БАД Европы
 - Потребители — более 65% населения.
- Рынок БАД Японии
 - Потребительская активность более 90%.

НАСЫЩЕННОСТЬ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА БАД В РОССИИ ДОСТАТОЧНО ВЫСОКАЯ

Насыщенность аптечного ассортимента БАД

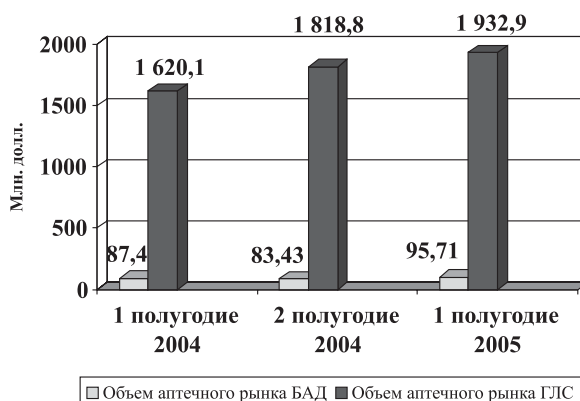


Источник: розничный аудит ГЛС, RMBC

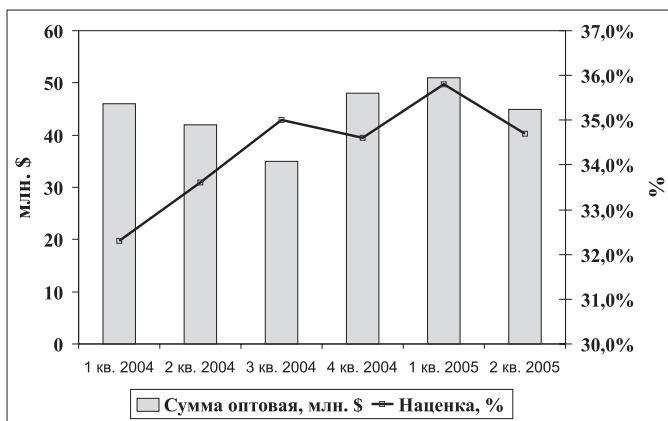
АПТЕЧНЫЙ РЫНОК БАД

АБРАМЕНКО Л.П.
ООО «Эр Эм Би Си»

АПТЕЧНЫЕ ПРОДАЖИ БАД В РОССИИ В 1 ПОЛОВИНЕ 2005 г. ВЫРОСЛИ НА 9,5% ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ 2004 г.



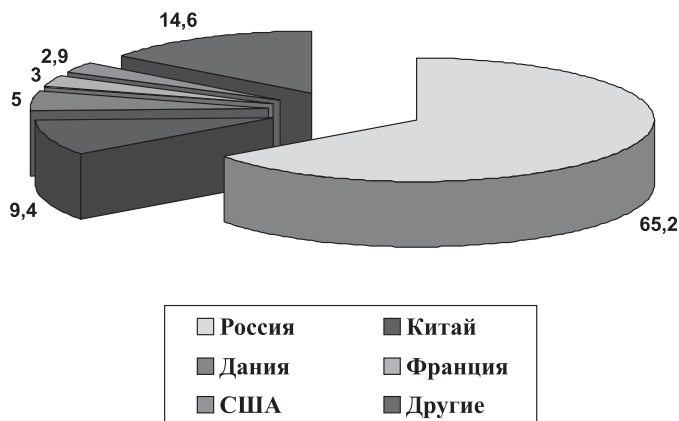
НАИБОЛЬШИЕ ПРОДАЖИ БАД ОТМЕЧАЮТСЯ В 1 И 4 КВАРТАЛАХ



СТРУКТУРА АПТЕЧНОГО РЫНКА БАД ПО ТОРГОВЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ 1 ПОЛОВИНЫ 2004-1-Й ПОЛОВИНЫ 2005 Г.

Место в рейтинге	Доля в общем объеме продаж, %			
	1 пол. 2004	1 пол. 2005		
1	1	Алфавит	3,91	3,91
5	2	Капилар	1,71	3,68
нет продаж	3	Жуйдэмэн для похудения	-	3,54
2	4	Черника форте	3,66	2,98
6	5	Масло зародышей пшеницы Виардо	1,68	2,18
89	6	Омегапол	0,21	1,97
8	7	Атероклефит	1,55	1,66
10	8	Лактофильтрум	1,22	1,57
17	9	Окулист	0,91	1,47
31	10	Стрикс	0,67	1,44
3	11	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения	2,19	1,3
7	12	Идеал	1,59	1,27
4	13	Йод Актив	2,02	1,24
22	14	Артровит	0,81	1,09
11	15	Цыганан	1,17	1,08

БОЛЕЕ 65% БАД РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА



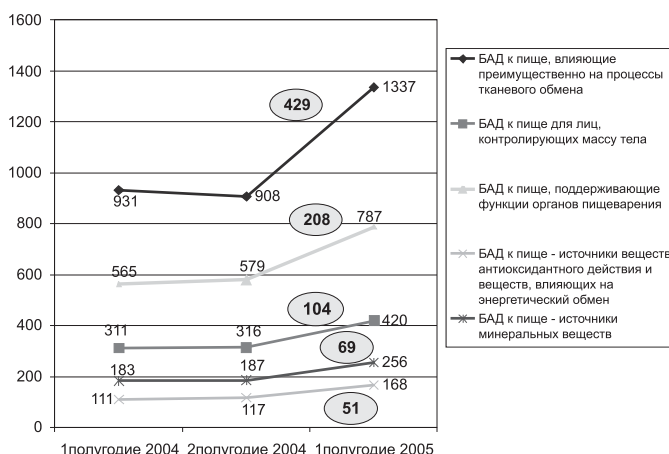
ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 5-ТИ НАИБОЛЕЕ ПРОДАВАЕМЫХ ГРУПП БАД 1-Й ПОЛОВИНЫ 2005 Г.

Группа	Лидеры продаж	Доля в продажах в группе, %
БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена	Алфавит	15,3%
	Черника форте	11,6%
	Стрикс	5,63%
БАД к пище для лиц, контролирующих массу тела	Жуйдэмэн для похудения	19,8%
	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения	7,3%
	Идеал	7,1%
БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения	Лактофильтрум	13,5%
	Наринэ	3,9%
	Биовестин-лакто	3,8%
БАД к пище - источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен	Капилар	45,9%
	Масло зародышей пшеницы Виардо	27,1%
	Астин	6,9%
БАД к пище - источники минеральных веществ	Иод Актив	17,6%
	Селен-Актив	9,8%
	Гематоген Русский детский	8,1%

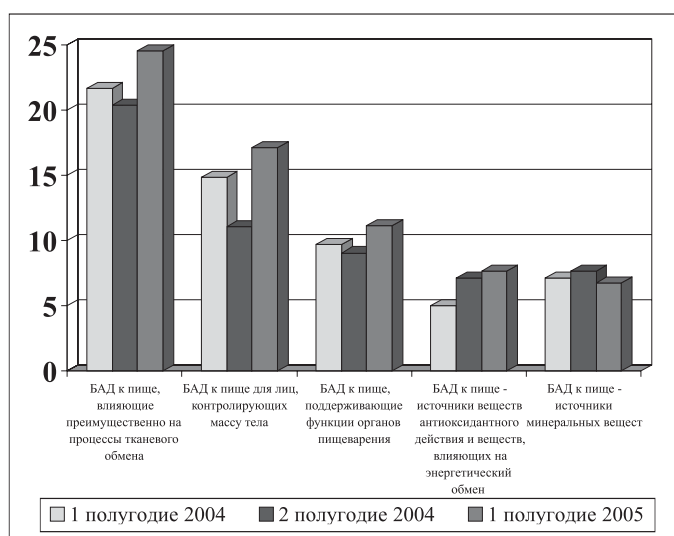
ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ 5-ТИ ВЕДУЩИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ 1-Й ПОЛОВИНЫ 2005 Г.

Производитель	Лидеры продаж	Доля в продажах производителя, %
ЭВАЛАР ЗАО	Черника форте	26,91
	Атероклефит	14,97
	Гарциния-форте	7,78
ДИОД	Капилар	37,08
	Масло зародышей пшеницы Виардо	21,9
	Окулист	14,8
ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН	Жуйдэмэн для похудения	58,13
	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения	21,41
	Андрогерон	10,92
АКВИОН ЗАО	Алфавит	77,92
	Кудесан	5,82
	Алфавит для детей	4,64
КУРОРТМЕДСЕРВИС	Артровит	24,95
	Зимняя вишня	20,95
	Чернега	15,64

КОЛИЧЕСТВО НАИМЕНОВАНИЙ БАД В ГРУППАХ ПОСТОЯННО РАСТЕТ

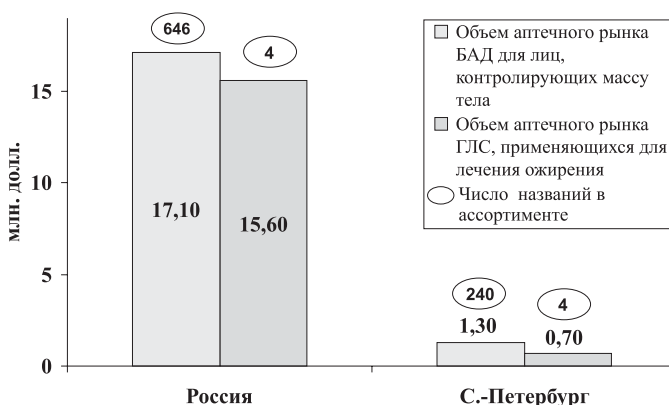


ДОЛЯ 5-ТИ ВЕДУЩИХ ГРУПП СОСТАВЛЯЕТ БОЛЕЕ 66% ОБЪЕМА РЫНКА БАД



БАД ДЛЯ КОНТРОЛЯ МАССЫ ТЕЛА ИМЕЮТ ПРОДАЖИ, АНАЛОГИЧНЫЕ ЛЕКАРСТВАМ ДЛЯ ПОХУДЕНИЯ

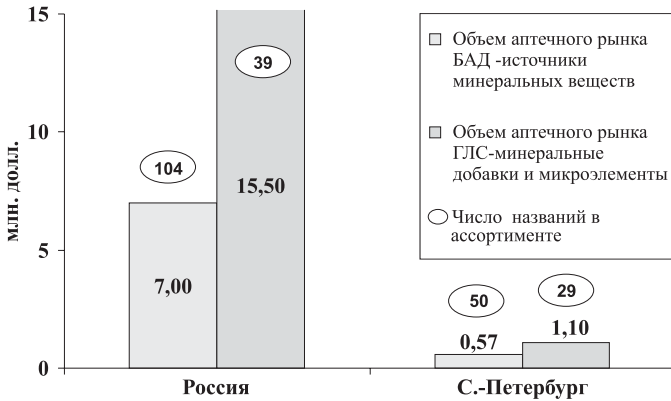
Объемы аптечного рынка БАД для лиц, контролирующих массу тела и ГЛС, применяющихся для лечения ожирения (в оптовых ценах), 1 полугодие 2005 г.



Источник: Розничный аудит ГЛС, RMBC.

АПТЕЧНЫЕ ПРОДАЖИ КАЖДОГО ЛС-МИНЕРАЛЬНОЙ ДОБАВКИ В 2 РАЗА ВЫШЕ, ЧЕМ КАЖДОГО БАД-ИСТОЧНИКА МИНЕРАЛЬНЫХ ВЕЩЕСТВ

Объемы аптечного рынка БАД-источников минеральных веществ и ГЛС-минеральных добавок (в оптовых ценах), Россия, 1-е полугодие 2005 г.



Источник: розничный аудит ГЛС, RMBC

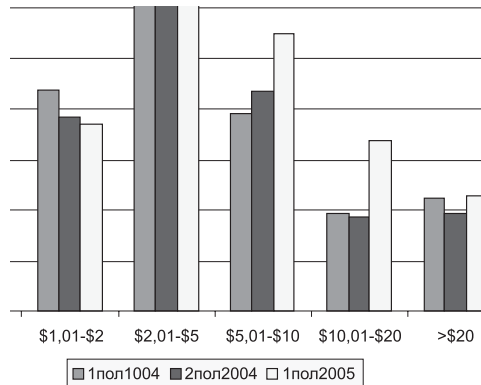
НАИВЫСШАЯ СРЕДНЯЯ РОЗНИЧНАЯ ЦЕНА У ГРУППЫ БАД, ВЛИЯЮЩИХ НА ГУМОРАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ РЕГУЛЯЦИИ ОБМЕНА ВЕЩЕСТВ

Средние розничные цены БАД по группам



НАИБОЛЬШИЕ ПРОДАЖИ ИМЕЮТ БАД С ЦЕНОЙ ОТ 2 ДО 5 \$ (В РОЗНИЧНЫХ ЦЕНАХ)

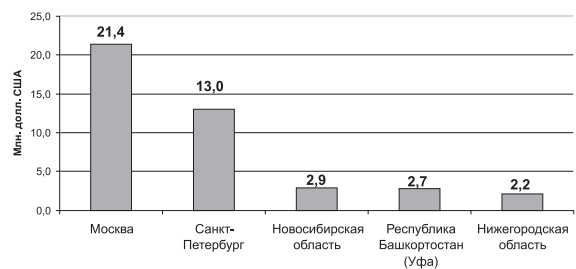
Ценовая сегментация российского розничного рынка БАД 2004 г. - 1 половины 2005 г.



ЛИДЕРЫ ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ

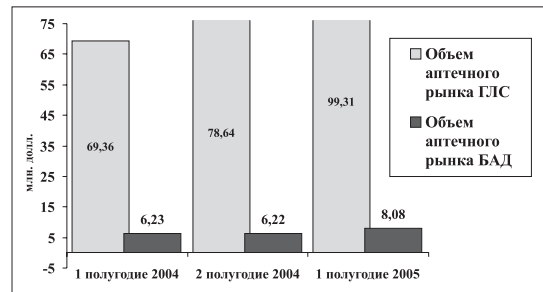
<=\$1	\$1,01-\$2	\$2,01-\$5	\$5,01-\$10	\$10,01-\$20	>\$20
Гематоген Русский детский	Черника форте	Алфавит	Капилар	Жуйдэмэн для похудения	Имедин Время Совершенства
Мумие Алтайское очищенное	Йод Актив	Масло зародышей пшеницы Виардо	Омегапол	Идеал	Золотой конек
Гематоген Русский Новый с кокосом в шоколаде	Кальцид	Атероклефит	Стрикс	Чай Канкура	Андрогерон
Антиполицай Классик	Селен-Актив	Лактофильтрум	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения	Вука Вука	Юй Шу
Валерианы драже Вечернее	Антипохмелин Антип	Черника форте	Динамизан	Астин	Целласене

ОБЪЕМЫ РЫНКА БАД ПО РЕГИОНАМ, 2004 Г.



РЫНОК БАД ЗНАЧИТЕЛЬНО МЕНЬШЕ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

Объемы аптечного рынка БАД и ГЛС Санкт-Петербурга (в оптовых ценах), 2004-1 полугодие 2005 г.



СТРУКТУРА АПТЕЧНОГО РЫНКА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПО ТОРГОВЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ 1-Й ПОЛОВИНЫ 2005 Г.

РОССИЯ	Санкт - Петербург		Торговое наименование
1 полугодие 2005	1 полугодие 2004	1 полугодие 2005	
2	5	1	Капилар
1	4	2	Алфавит
6	15	3	Омегапол
3	нет	4	Жуйдэмэн для похудения
48	2	5	Здравушка
59	7	6	Эубикор
11	1	7	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения
36	3	8	Эквит Зоркость черника, морковь
5	9	9	Масло зародышей пшеницы Виардо
9	40	10	Окулист
4	10	11	Черника форте
28	нет	12	Андрогерон
40	11	13	Биовестин-лакто
13	12	14	Йод Актив
21	19	15	Чай Канкура

СТРУКТУРА АПТЕЧНОГО РЫНКА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ 1-Й ПОЛОВИНЫ 2004 Г.

Место в общероссийском рейтинге	Место в рейтинге	Производитель	Доля в общем объеме продаж, %
2	1	ДИОД	6,42%
4	2	ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН	5,60%
1	3	ЭВАЛАР ЗАО	5,59%
21	4	ФАРМАКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ПАСТЕРА	5,38%
14	5	ВИС ООО	4,64%
23	6	БИОФИТ	4,38%
6	7	НАТУР ПРОДУКТ	3,47%
34	8	МЕДИЦИНСКАЯ КОМПАНИЯ НАРОДНАЯ МЕДИЦИНА ООО	2,95%
77	9	ФАРМАКОР ПРОДАКШН ООО	2,60%
3	10	АКВИОН ЗАО	2,51%

СТРУКТУРА АПТЕЧНОГО РЫНКА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЯМ 1-Й ПОЛОВИНЫ 2005 Г.

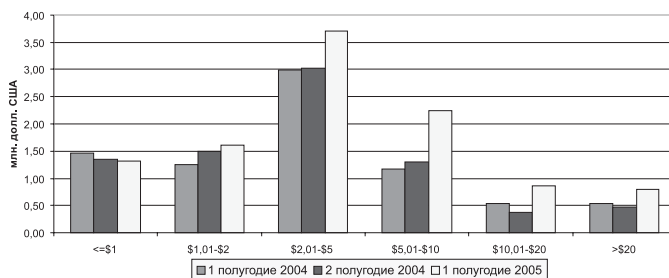
РОССИЯ	Санкт - Петербург		Производитель
	1 полугодие 2005	1 полугодие 2004	
2	1	1	ДИОД
3	2	2	ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН
7	5	3	ВИС ООО
1	4	4	ЭВАЛАР ЗАО
4	10	5	АКВИОН ЗАО
9	7	6	НАТУР ПРОДУКТ
34	3	7	ФАРМАКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ПАСТЕРА
33	8	8	МЕДИЦИНСКАЯ КОМПАНИЯ НАРОДНАЯ МЕДИЦИНА ООО
5	11	9	КУРОРТМЕДСЕРВИС
51	12	10	ВАЛМЕД ООО
25	6	11	БИОФИТ
66	9	12	ФАРМАКОР ПРОДАКШН ООО
6	18	13	ФЕРРОСАН АГ
13	13	14	ЕЛАНДА
106	16	15	АКВАМИР

СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО РЫНКА БАД САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ПО ГРУППАМ 1-Е ПОЛУГОДИЕ 2005 Г.

РОССИЯ	Санкт - Петербург		Группа
	1 полугодие 2005	1 полугодие 2004	
1	1	1	БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена
3	3	2	БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения
2	2	3	БАД к пище для лиц, контролируемых массу тела
4	8	4	БАД к пище - источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен
7	7	5	БАД к пище, влияющие на функцию сердечно-сосудистой системы
8	4	6	БАД к пище, поддерживающие функцию опорно-двигательного аппарата
5	5	7	БАД к пище - источники минеральных веществ
6	9	8	БАД к пище, влияющие на гуморальные факторы регуляции обмена веществ
9	12	9	БАД различных групп
11	6	10	БАД к пище, влияющие на процесс детоксикации и способствующие выведению из организма чужеродных и токсичных веществ

НАИБОЛЬШИЕ ПРОДАЖИ ИМЕЮТ БАД С ЦЕНОЙ ОТ 2 ДО 5 \$ (В РОЗНИЧНЫХ ЦЕНАХ)

Ценовая сегментация розничного рынка БАД в Санкт-Петербурге 2004–1 полугодии 2005 г.



ЛИДЕРЫ ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ОБЩЕРОССИЙСКОГО РЫНКА

	<=\$1	\$1,01-\$2	\$2,01-\$5	\$5,01-\$10	\$10,01-\$20	>\$20
Здравушка (широт из расторопши)	Эубикор	Капилар	Омегапол	Идеал	Эрдик	
Мумие Алтайское очищенное	Черника форте	Алфавит	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения	Жуйдэмэн для похудения	Имедин Время Совершенства	
Антипохмелин Антип	Биовестин-лакто	Здравушка	Чай Канкура	Экстракт Беркут	Андрогерон	
Гематоген Русский детский	Йод Актив	Эквит Зоркость черника, морковь	Глюкозамин-хондроитиновый комплекс	Окувайт лютеин	Золотой конек	
Чай Фитолокс №9 Дилектин с листьями брусники почечный	Кальцид	Масло зародышей пшеницы Виардо	Динамизан	Вука Вука	Целласене	

СРЕДНИЕ РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ МЕНЬШЕ ОБЩЕРОССИЙСКИХ В СРЕДНЕМ НА 5-12%

№	Торговое наименование	Форма выпуска	Лекарственная форма	Производитель	Средняя розничная цена		% Расхождений
					Россия	Санкт-Петербург	
1	Омегапол	450 мг №90	капсулы	ВИС ООО	\$8,53	\$7,61	12%
2	Жуйдэмэн для похудения	500 мг №60	капсулы	ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН	\$17,34	\$16,95	2%
3	Алфавит	№60	таблетки	АКВИОН ЗАО	\$3,27	\$2,92	12%
4	Капилар	250 мг №100	таблетки	ДИОД	\$6,07	\$5,30	15%
5	Чай Жуйдэмэн №1 для похудения	3 г №20	чай растительный	ПЕКИНСКИЙ ЦЕНТР ПРОДАЖИ ЖУЙДЭМЭН	\$9,12	\$8,47	8%
6	Здравушка	600 мг №30	таблетки	ФАРМАКОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ ПАСТЕРА	\$4,13	\$3,96	5%
7	Эубикор	3 г №30	порошок	ВАЛМЕД ООО	\$2,14	\$2,05	4%
8	Эквит Зоркость черника, морковь	300 мг №100	таблетки	БИОФИТ	\$5,13	\$4,89	5%
9	Масло зародышей пшеницы Виардо	300 мг №60	капсулы	ДИОД	\$4,03	\$3,69	9%
10	Капилар	250 мг №200	таблетки	ДИОД	\$10,23	\$9,38	9%

ВЫВОДЫ

- Рынок БАД продолжает расти и развиваться.
- Более 65% аптечных продаж приходится на отечественные БАД.
- Средние розничные цены в Санкт-Петербурге меньше общероссийских.
- Наиболее продаваемые БАД — с ценой от 2,01 до 5 долларов США.