



فروشگاه های زنجیره ای

گزارش سالانه بازار مویرگی

(سوپرمارکتی)

۱۴۰۰

فهرست مطالب

۱ سهم بازار گروه های کالایی سوپرمارکتی

۲ برترین های صنعت FMCG

۳ محصولات برتر در سوپرمارکت ها

۴ اثرات سیاست قیمت تولید کننده بر بازار

۵ تغییرات قیمت و میزان تورم در بازار FMCG

 **هایمارت**
فروشگاه های زنجیره ای

لذت خرید عمده و ارزان
۰۲۱ - ۴۷۶۳۸۰۰۰



 **هایمارت**
فروشگاه های زنجیره ای

مقدمه

سال ۱۴۰۰ با فراز و نشیب های زیاد برای تامین کنندگان رو به پایان است. در این سال با توجه به مشکلات مربوط به تامین مواد اولیه و از سویی طرح درج قیمت تولید کننده شاهد تغییرات قابل توجهی در تامین و قیمت کالاها بودیم.

در این راستا گزارش کلان از بازار مویرگی را همانند سال گذشته ولی با جزئیات بیشتر تدارک دیدیم.

مبتهی بر اطلاعات :

۲۴۰۰ سوپرمارکت در ۹ استان

شامل ۹۳۳۱ برند

۸۶ هزار کالا



پراکندگی ۲۴۰۰ سوپرمارکت مورد بررسی در گزارش



اطلاعات پایه گزارش بازار FMCG



۹۰۰ بارکد جدید
در هر هفته



۸۶ هزار بارکد
رصد شده



۹۳۳۱ برند



۳۴۲ گروه کالایی

مفروضات و نکات مهم گزارش

● داده ها و اطلاعات تنها مربوط به سوپرمارکت ها می باشد و قاعدتا گروه ها، برندها و محصولات برتر هم مبتنی بر همین داده ها استخراج شده است.

لذا ممکن است که برخی از برندها که در فروشگاه های زنجیره ای فعالیت گسترده تری نسبت به مویرگی دارند، جایگاه پایین تری را کسب کرده باشند.

● اطلاعات گزارش مربوط به ۹ استان در کشور است و ممکن است که برخی از برندها در استان های دیگر حضور گسترده تری داشته باشند.

● ممکن است برخی از شرکت های برتر، در برخی از گروه های کالایی جایگاه ویژه ای نداشته باشند اما با توجه به حضور در گروه های کالایی متنوع، توانسته اند در مجموع فروش، جایگاه مناسبی را کسب نمایند.

سهم بازار گروه های کالایی سوپرمارکتی



اهمیت اطلاع از اندازه بازار گروه های کالایی مختلف



- شناسایی گروه های مختلف برای لانچ محصول جدید با توجه به اندازه بازار و میزان رقابت.
- شناخت، نسبت به جایگاه فعلی خود در مقایسه با کلان بازار.
- آگاهی از میزان پتانسیل رشد فروش گروه کالاهای موجود.
- تخصیص بودجه بازاریابی متناسب با هر گروه کالایی با توجه به قابلیت توسعه فروش.

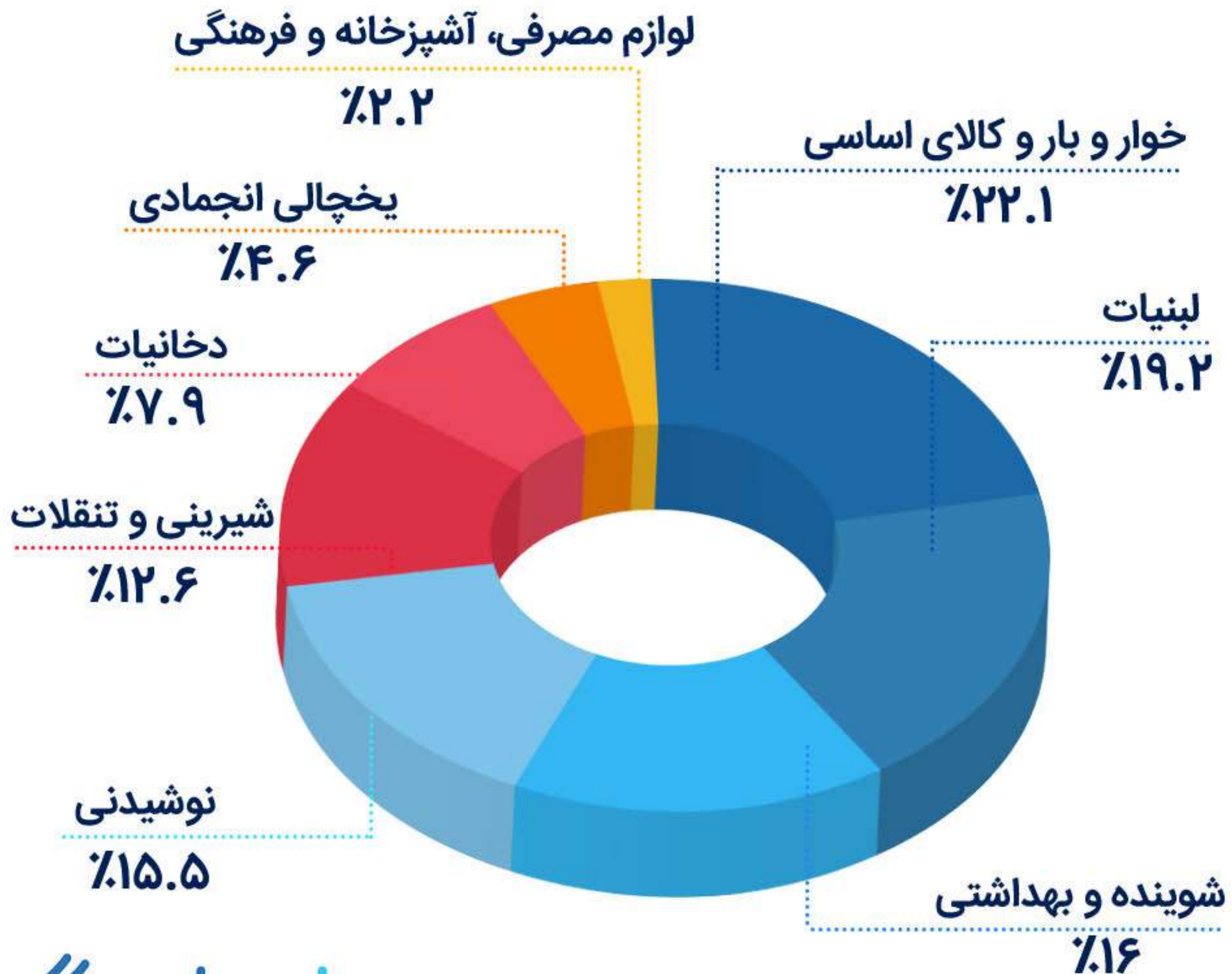
گروه های اصلی (۸ گروه)
گروه های فرعی (۵۵ گروه)
زیر گروه های فرعی (۳۴۲ گروه)

در سه سطح :

- در این بخش به منظور پرهیز از طولانی شدن گزارش تنها اندازه بازار ریالی گروه های اصلی، و پس از آن گروه های فرعی ارائه شده است.

اندازه بازار ریالی گروه کالایی

گروه های اصلی



اندازه بازار ریالی

گروه های منتخب فرعی

۱۳۹۹		۱۴۰۰
۷.۵%	سیگار 	۷.۹%
۵.۶%	نوشیدنی گازدار 	۷.۱%
۴.۴%	روغن 	۴.۵%
۴.۱%	چای و قهوه 	۴%
۳.۸%	بستنی 	۳.۸%
۳.۷%	ماست 	۳.۶%
۳.۴%	پنیر 	۳.۵%
۳.۲%	چیپس و اسنک 	۳.۴%

۱۳۹۹		۱۴۰۰
۲.۸%	آبمیوه و شربت 	۳.۱%
۲.۹%	شیر تازه 	۳%
۳.۲%	پروتئینی 	۳%
۲.۹%	بهداشت مادر و کودک 	۲.۹%
۲.۶%	بیسکویت 	۲.۸%
۲.۹%	شوینده لباس 	۲.۷%
۲.۶%	بهداشت بدن 	۲.۳%



برترین های صنعت FMCG



گلرنگ



آذر



عالیضرد

خوشگوار



بهشهر



چی خیزی



دامران

مخونش



Unilever



رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۰

- در این بخش ۶۰ گروه برتر سال ۱۴۰۰ (بر اساس سهم بازار ریالی) حوزه FMCG معرفی می گردند.

- لازم به ذکر است منظور از گروه، مجموعه شرکت هایی است که یک گروه با آن عنوان شناخته می شوند. به عنوان مثال گروه چی توز شامل شرکت های آبپاعم پرشین، دینا توس، صنایع غذایی دینا، صنایع غذایی سپاس مهر، می باشد. همچنین با توجه به متفاوت بودن نام شرکت ها، از نام تجاری که به آن شهرت دارند استفاده شده است.

رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۰

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۳۹۹

	۲%	۹		۵.۱%	۱
	۱.۵%	۱۰		۴.۷%	۲
	۱.۵%	۱۱		۴.۵%	۳
	۱.۴%	۱۲		۴.۲%	۴
	۱.۳%	۱۳		۲.۹%	۵
	۱.۳%	۱۴		۲.۶%	۶
	۱.۳%	۱۵		۲.۲%	۷
	۱.۲%	۱۶		۲.۱%	۸

▼ زر ماکارون	۰.۶۰%	۲۶	▼ دامراران	۱.۲%	۱۷
▲ دو مینو	۰.۶۰%	۲۷	Zarrin ROYA	۱.۲%	۱۸
▲ مهرام	۰.۵۷%	۲۸	مینو	۱.۱%	۱۹
▲ خومر	۰.۵۵%	۲۹	کاشانه	۱.۱%	۲۰
▲ پیپسی	۰.۵۳%	۳۰	▼ یادسان	۰.۹۴%	۲۱
▼ جای دوغ نرال	۰.۵۱%	۳۱	▲ Unilever	۰.۷۴%	۲۲
▲ هراز haraz	۰.۴۸%	۳۲	▼ دلپذیر	۰.۶۵%	۲۳
▲ آماده لذیذ	۰.۴۸%	۳۳	▲ برکت	۰.۶۴%	۲۴
ستاره استار	۰.۴۸%	۳۴	▼ عالیسا	۰.۶۳%	۲۵

▲ ایستک	۰.۳۵%	۴۴	▲ رانیس	۰.۴۴%	۳۵
▲ پنکوئن	۰.۳۳%	۴۵	▼ تیلونگ	۰.۴۴%	۳۶
▼ راد	۰.۳۲%	۴۶	▲ زنده	۰.۴۳%	۳۷
▲ شیلتون	۰.۳۲%	۴۷	▼ پرژک	۰.۴۱%	۳۸
▼ فیروز	۰.۳۲%	۴۸	▲ پیک	۰.۴۰%	۳۹
▼ حلوی عقاب	۰.۳۲%	۴۹	▼ مانا	۰.۳۹%	۴۰
▲ چای شکرزاد	۰.۳۲%	۵۰	▲ درنا	۰.۳۷%	۴۱
▲ سده‌نان	۰.۳۱%	۵۱	▼ بیتا	۰.۳۶%	۴۲
▲ خانجیات ایران	۰.۳۱%	۵۲	▲ HYPE	۰.۳۵%	۴۳

▼ تک ماکارون	۰.۲۹% (۵۷)	▲ غنچه	۰.۳۰% (۵۳)
▲ روزانه	۰.۲۸% (۵۸)	شکلی Shakelli	۰.۳۰% (۵۴)
▼ سنجابک Sanjabak	۰.۲۸% (۵۹)	▲ Nestlé	۰.۲۹% (۵۵)
▲ تست	۰.۲۸% (۶۰)	▼ صحت	۰.۲۹% (۵۶)





رتبه و سهم بازار برنده های برتر سال ۱۴۰۰

● فعالیت بیش از **۹۳۳۱ برند** در سال ۱۴۰۰ در سطح فروشگاه ها

● معرفی **۶۰ برند برتر** سال ۱۴۰۰

توجه شود که برخی شرکت ها فقط با یک برند و برخی دیگر محصولات خود را با برندهای مختلف به بازار عرضه می کنند.

به عنوان مثال بخش عمده محصولات تولیدی گروه میهن، با یک برند (میهن) می باشد درحالیکه بسیاری از شرکت ها نیز از برندهای مختلف برای گروه های کالایی مختلف خود بهره می برند.

رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۰

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۳۹۹

۱۰		۱.۳%
۱۱		۱.۲% ▼
۱۲		۱.۲% ▼
۱۳		۱% ▲
۱۴		۰.۸۸% ▼
۱۵		۰.۸۶% ▲
۱۶		۰.۸۵% ▼
۱۷		۰.۸۳% ▲
۱۸		۰.۷۸% ▲
۱		۴.۵% ▼
۲		۳.۷% ▲
۳		۳.۶% ▼
۴		۲.۱%
۵		۱.۹% ▼
۶		۱.۸% ▲
۷		۱.۵% ▲
۸		۱.۵% ▲
۹		۱.۵% ▲

۰.۵۱%	▲	خودمن	۳۰	۰.۷۷%	▼	ماکی بیکی	۱۹
۰.۵۱%	▼	دو غزال	۳۱	۰.۷۶%	▼	پایل	۲۰
۰.۴۸%	▼	گلرنگ	۳۲	۰.۶۵%	▼	دلپذیر	۲۱
۰.۴۸%	▲	هزار	۳۳	۰.۶۴%	▼	عالیسا	۲۲
۰.۴۵%	▲	سان استار	۳۴	۰.۶۰%	▼	زر ماکارون	۲۳
۰.۴۴%	▲	Famila	۳۵	۰.۶۰%	▲	دومینو	۲۴
۰.۴۳%	▼	هایلی	۳۶	۰.۵۸%	▼	Softlan	۲۵
۰.۴۳%	▲	زهره	۳۷	۰.۵۷%	▲	مهرام	۲۶
۰.۴۲%	▼	تلاونگ	۳۸	۰.۵۶%	▲	مولفیکس	۲۷
۰.۴۲%	▼	AME	۳۹	۰.۵۴%	▼	Oila	۲۸
۰.۴۱%	▲	پساک	۴۰	۰.۵۲%	▲	Shibba	۲۹

۵۱	پپسی	▲	۰.۳۶%
۵۲	الیت	▲	۰.۳۶%
۵۳	HYPE	▲	۰.۳۵%
۵۴	ایستگ	▲	۰.۳۵%
۵۵	رامن	▲	۰.۳۵%
۵۶	پمین	▲	۰.۳۵%
۵۷	شیلتون	▲	۰.۳۳%
۵۸	گلنار	▼	۰.۳۳%
۵۹	چای شمس‌سزاد	▲	۰.۳۳%
۶۰	فانتا	▲	۰.۳۲%
۴۱	مانا	▼	۰.۳۹%
۴۲	دوغار	▼	۰.۳۹%
۴۳	Papia	▲	۰.۳۹%
۴۴	چوپان	▼	۰.۳۸%
۴۵	Magna	▲	۰.۳۸%
۴۶	دانا	▲	۰.۳۷%
۴۷	نارنج		۰.۳۷%
۴۸	رانیس	▲	۰.۳۷%
۴۹	دلستر	▲	۰.۳۶%
۵۰	G1	▲	۰.۳۶%

بررسی

سبد محصولات گروه های برتر



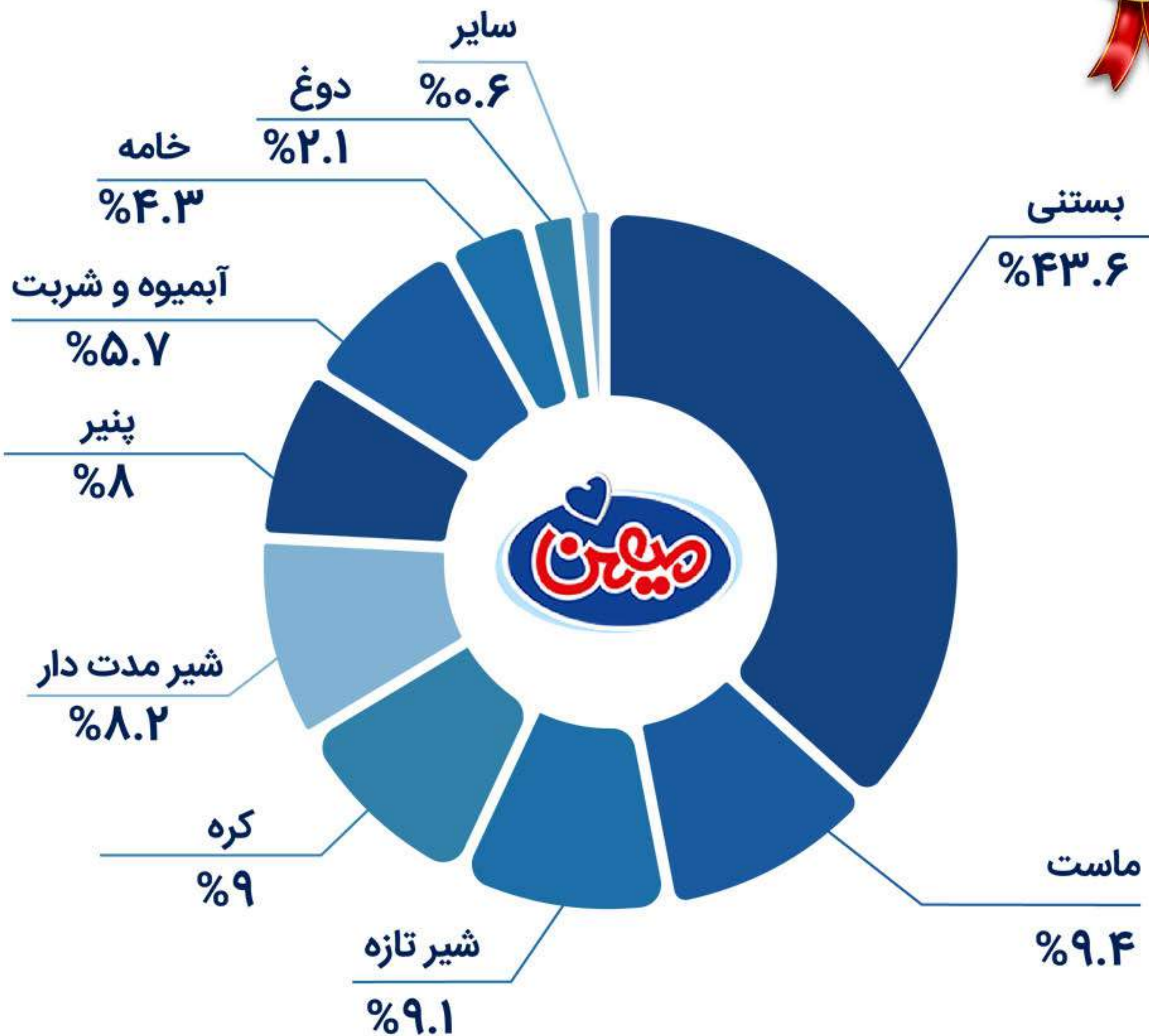
- ترکیب سبد فروش گروه های برتر بازار چگونه است؟

- در چه گروه هایی از شرکت های رقیب و برتر عقب هستیم؟

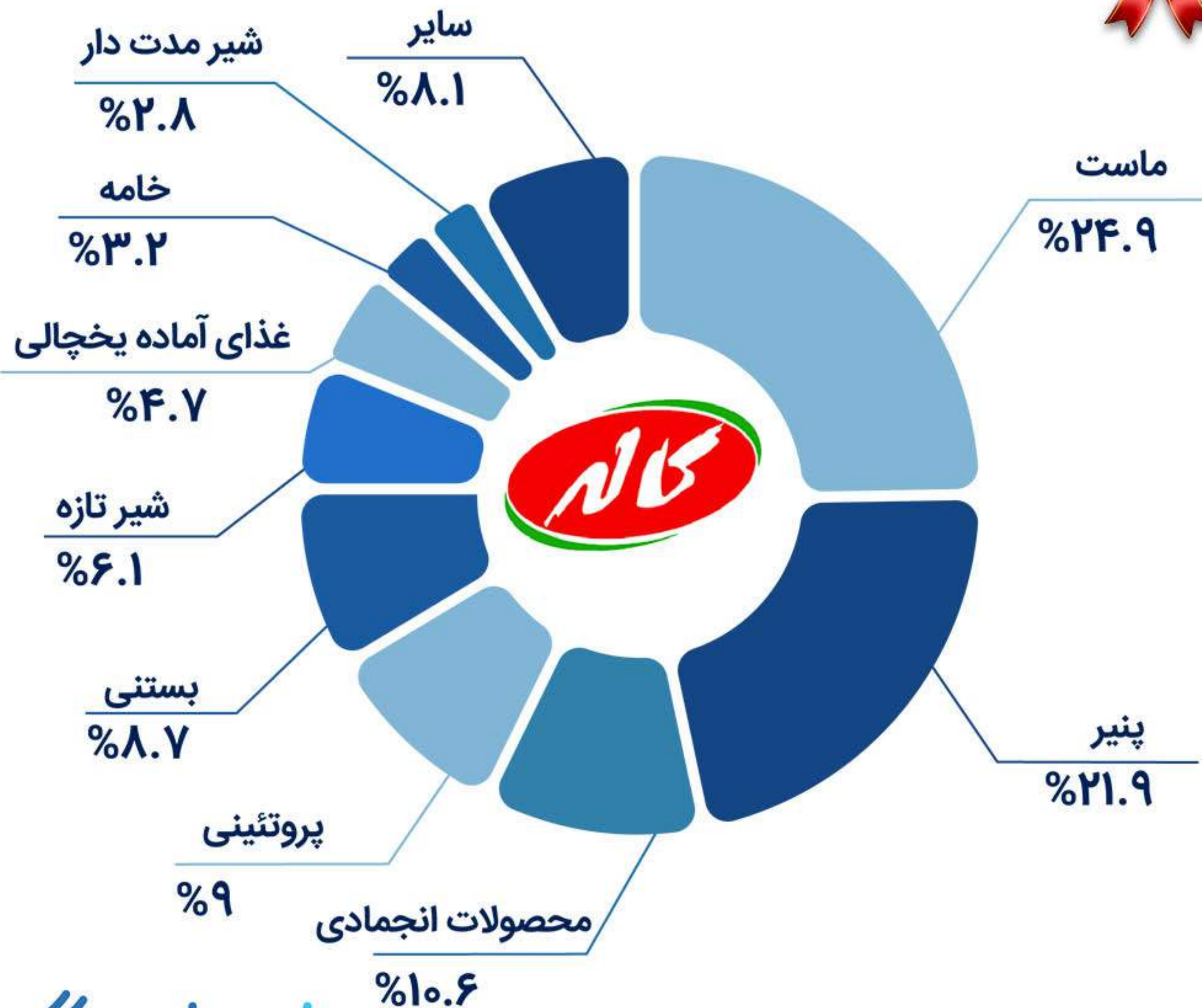
در برخی از گروه ها بخش عمده سهم سبد، تنها به یک گروه اختصاص دارد در حالیکه برخی دیگر در گروه های کالایی متنوعی حضور فعال و تاثیر گذاری را دارند.

توجه شود که نسبت فروش، بر اساس قیمت فروش رفته کالا در سوپرمارکت محاسبه شده و با توجه به حاشیه سود متفاوت گروه های کالایی، ممکن است متفاوت از نسبت فروش شرکت به فروشگاه ها باشد.

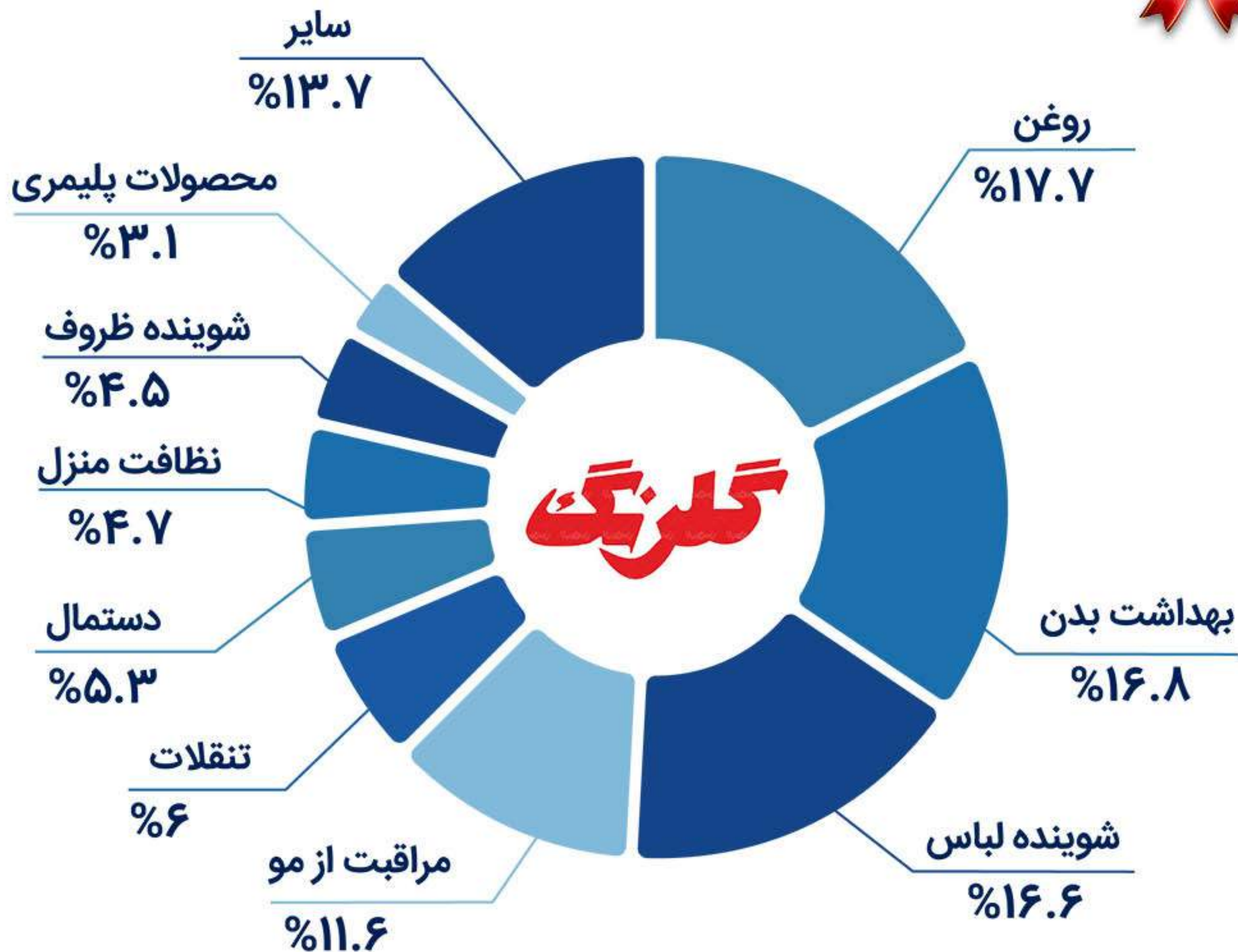
سبد محصولات گروه میهن



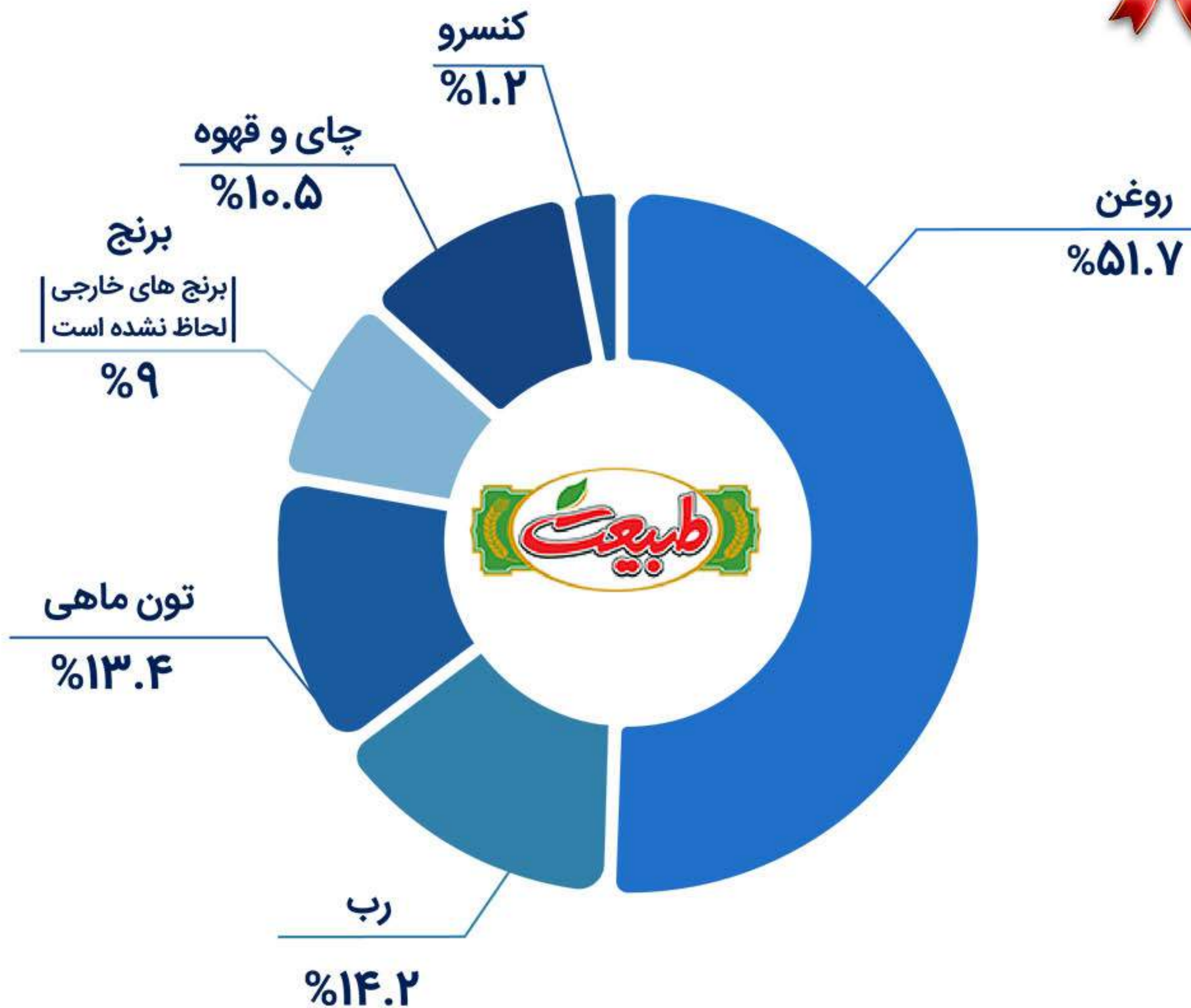
سبد محصولات گروه کاله



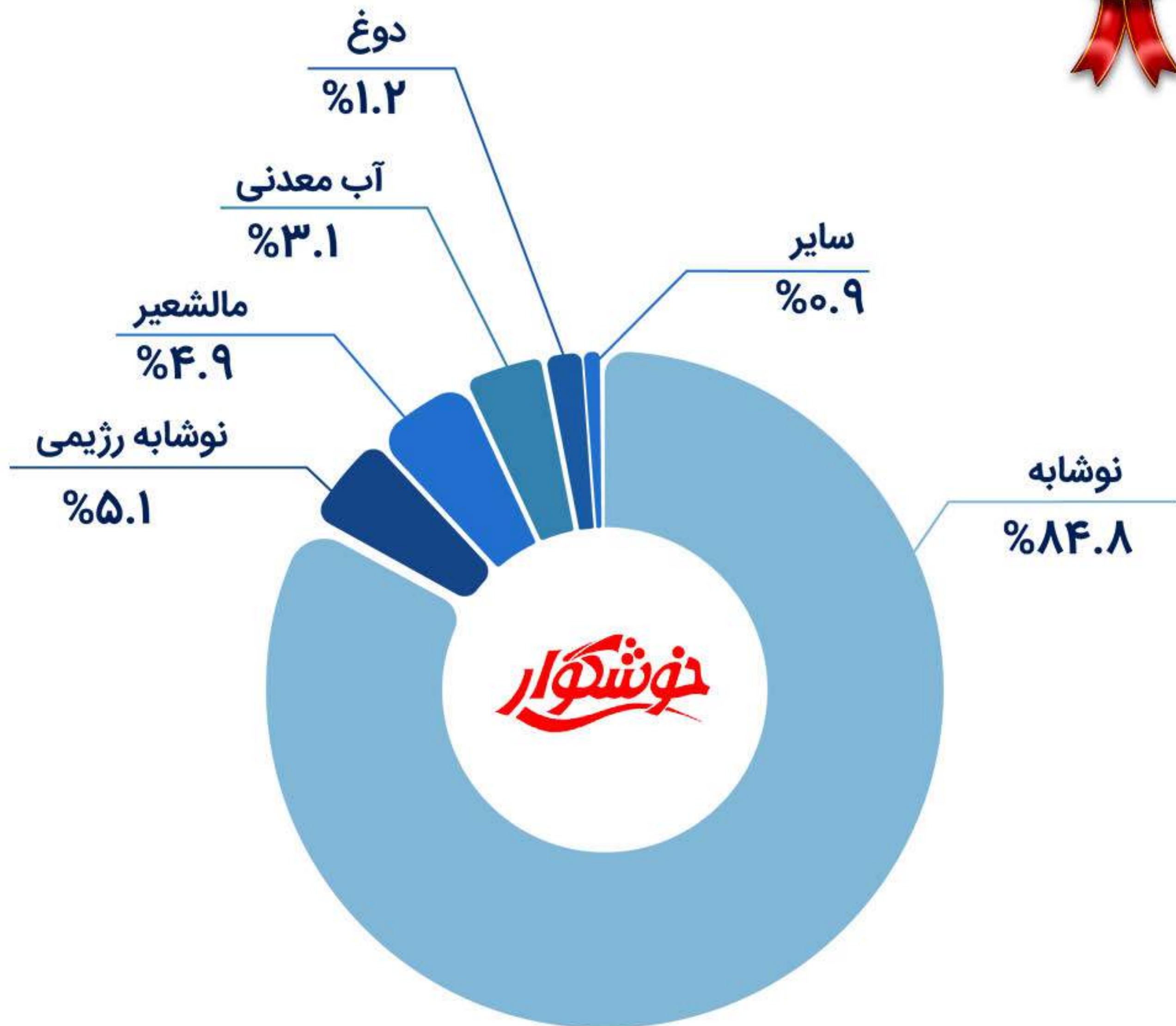
سبد محصولات گروه گلرنگ



سبد محصولات گروه طبیعت

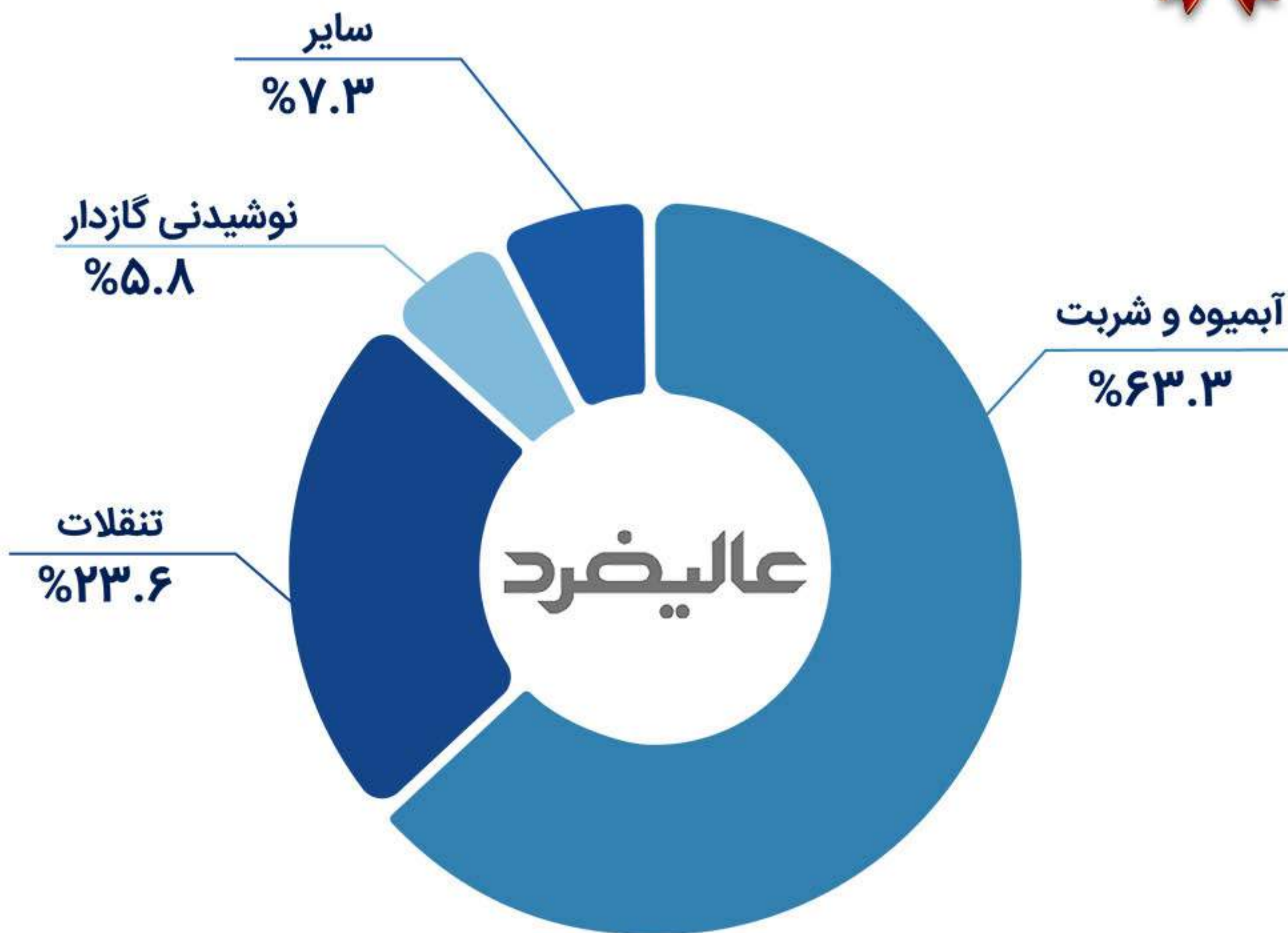


سبد محصولات گروه خوشگوار



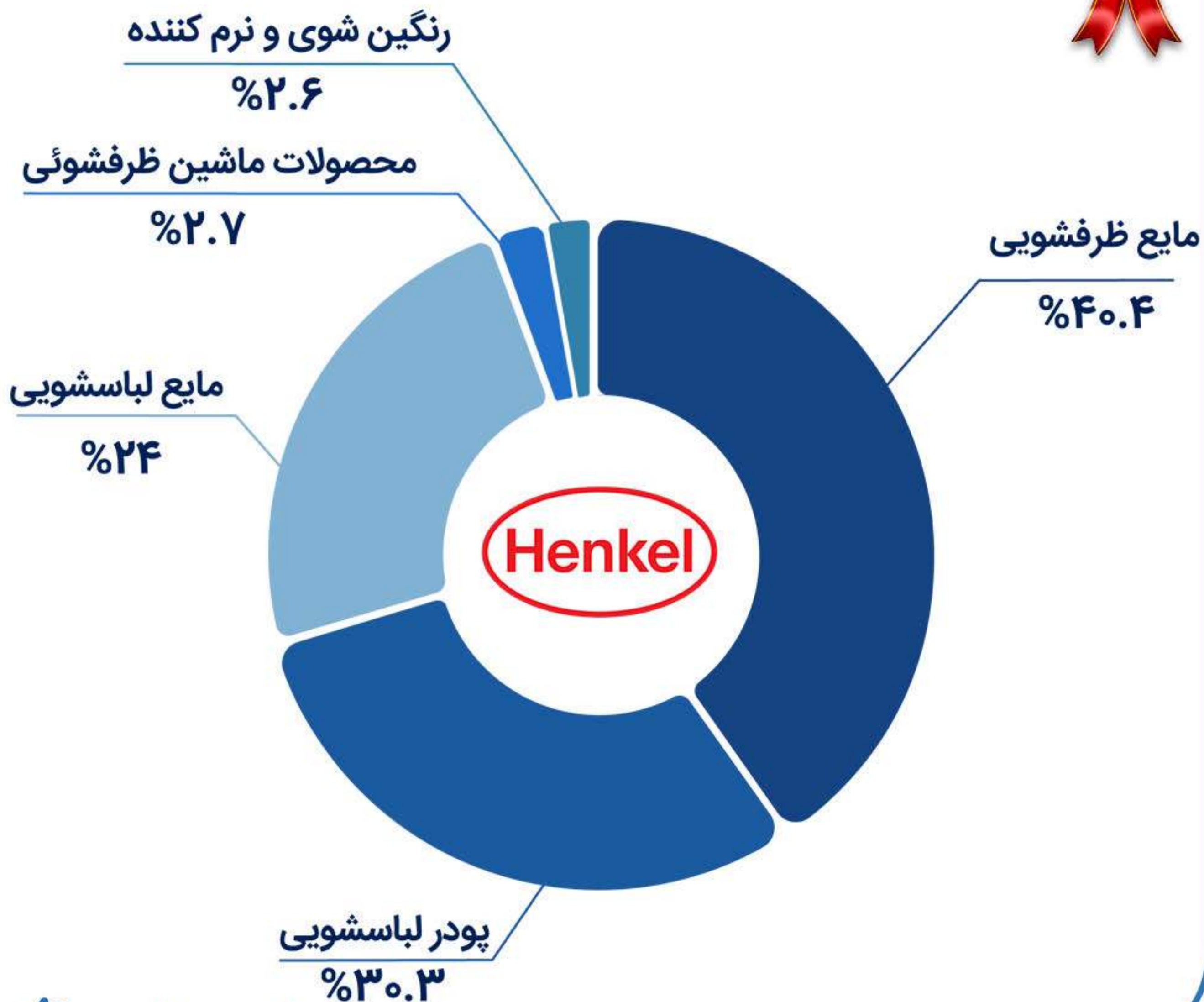
خوشگوار

سبد محصولات گروه عالیفرد

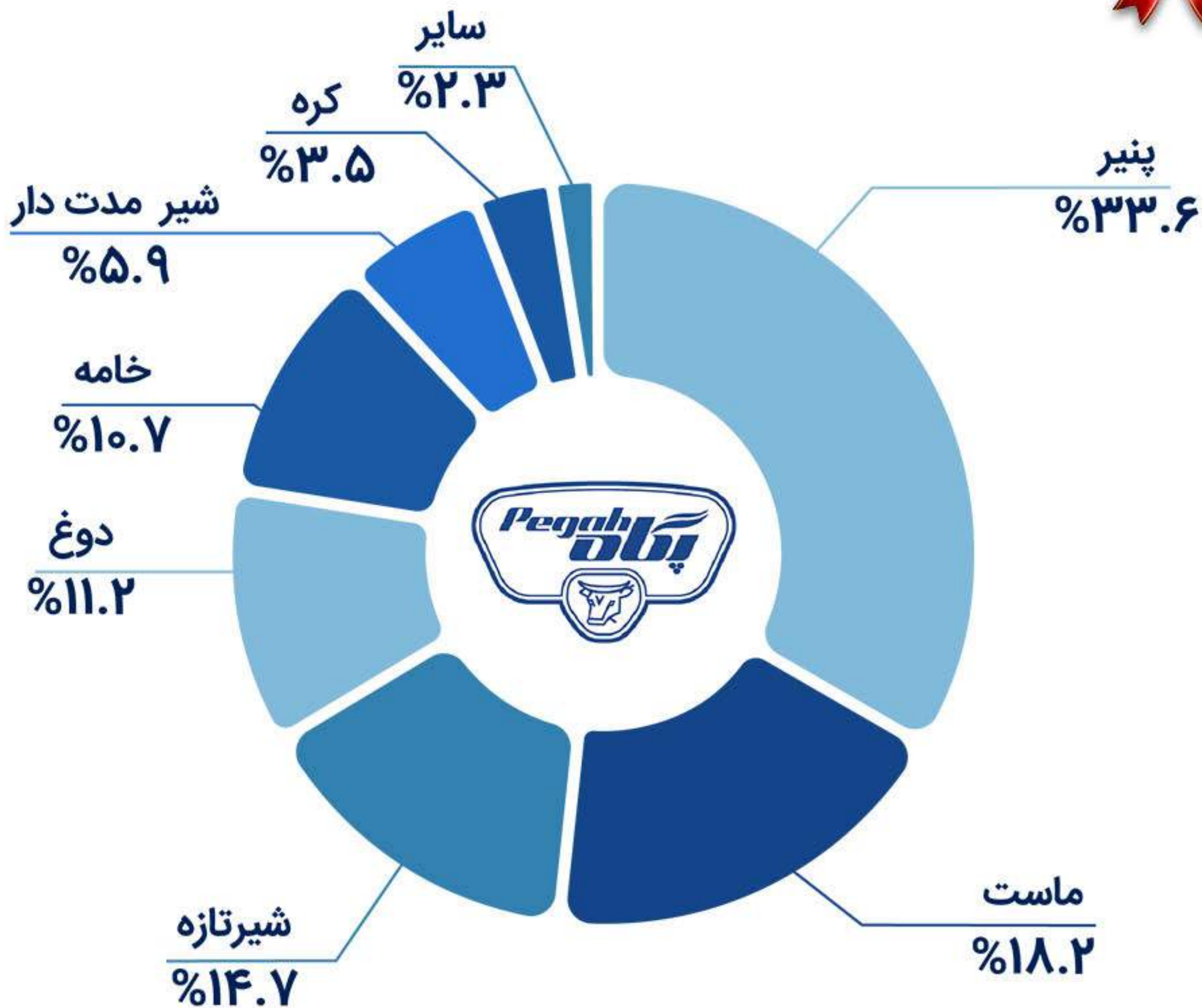


عالیضرر

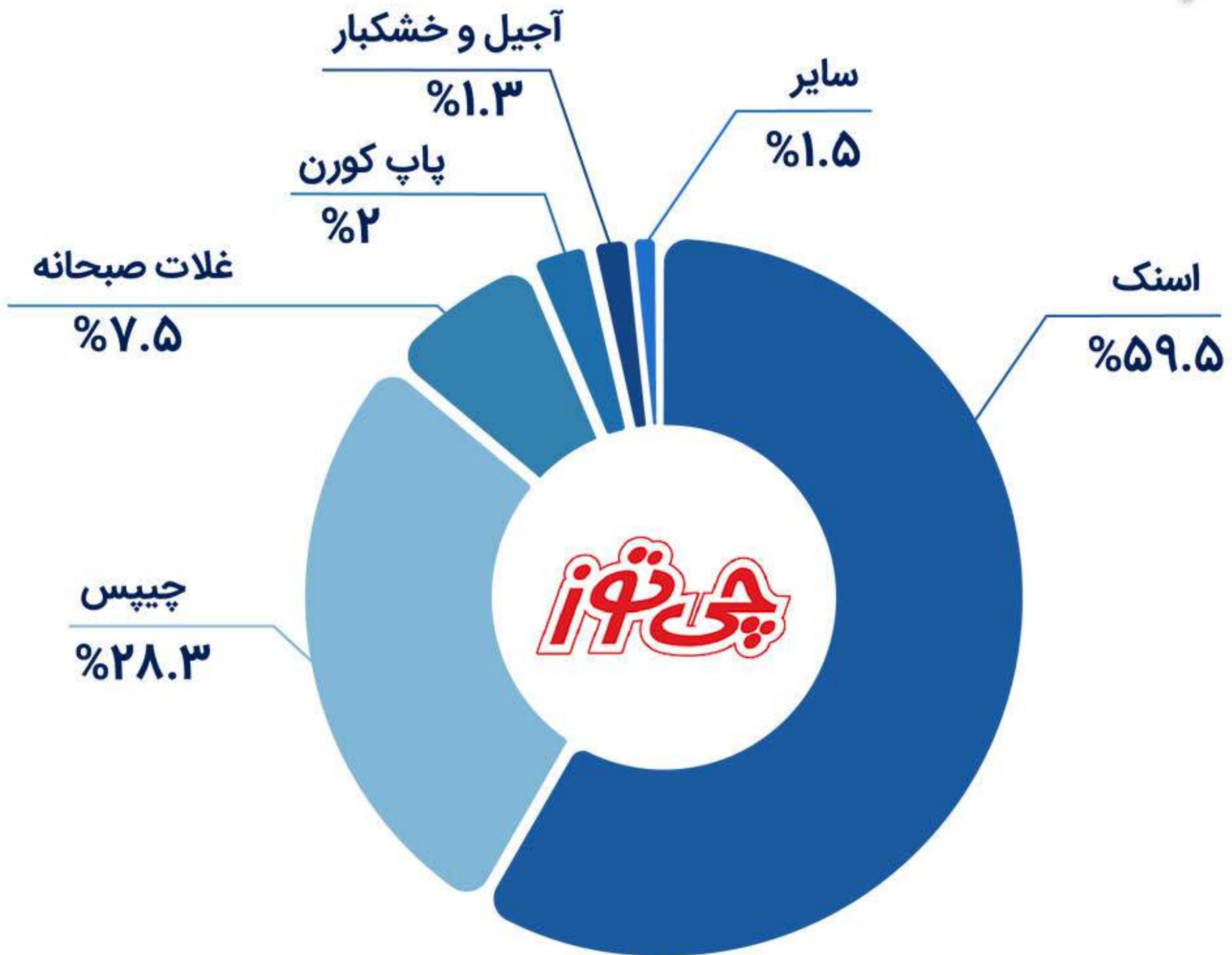
سبد محصولات گروه هنکل



سبد محصولات گروه پگاه



سبد محصولات گروه چی توز

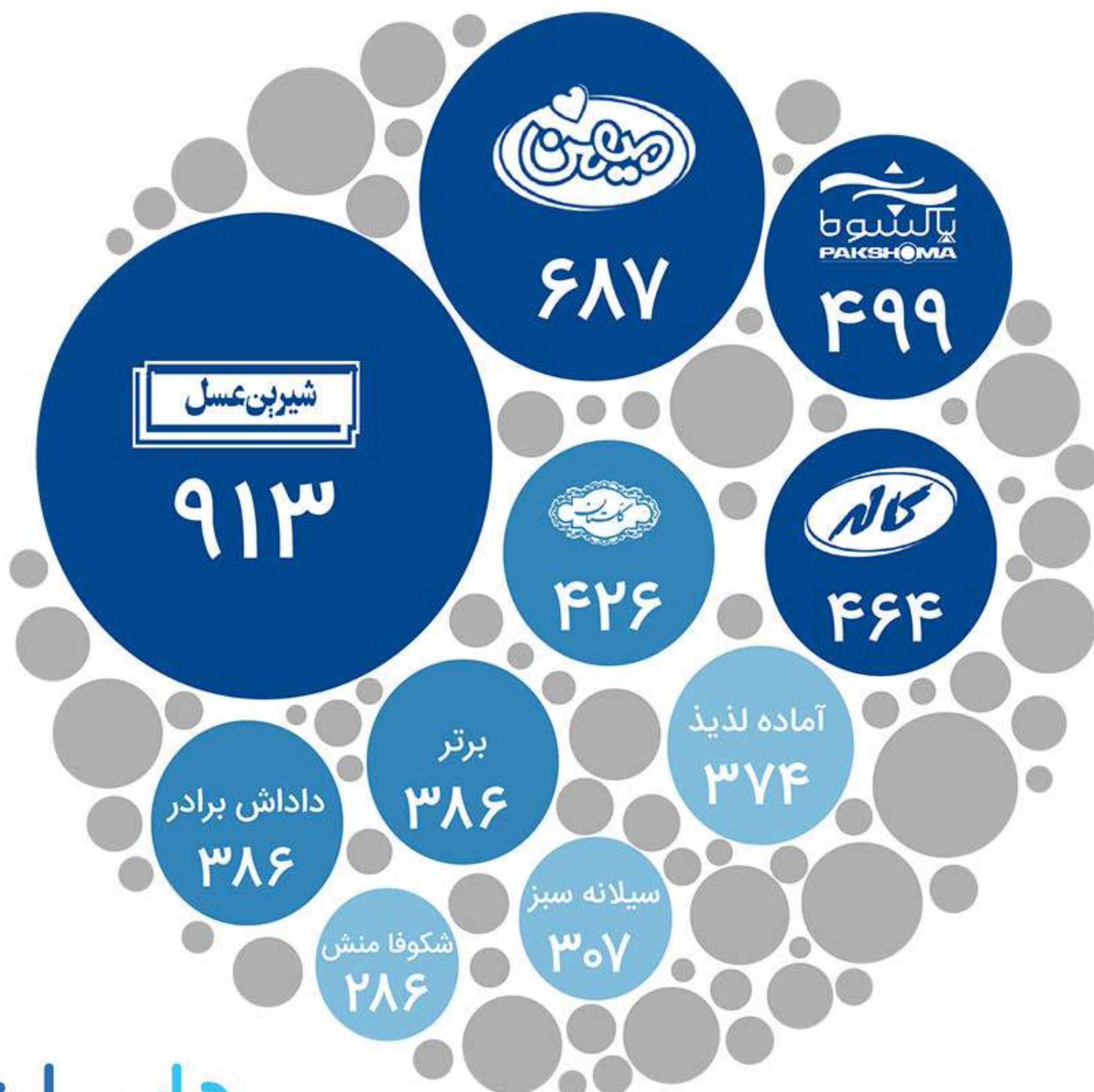




شرکت ها با بیشترین برند



شرکت ها با بیشترین تعداد محصول



محصولات برتر

در سوپرمارکت ها



محصولات برتر سوپرمارکتی

- ۸۶ هزار بارکد فعال در سال ۱۴۰۰ (۵۲ هزار بارکد فعال در هر ماه)
- اضافه شدن ۹۰۰ بارکد به طور میانگین در هر هفته
- اختصاص ۸۰ درصد فروش تنها به کمتر از ۳ هزار بارکد (پارتو)
- تنها ۵/۸ درصد محصولات ۸۰ درصد فروش
- سهم قابل توجه برندهای برتر در هر گروه

معرفی سه کالای برتر در هر گروه

روغن



۱. روغن نیمه جامد حاوی امگا سه ۵ کیلویی لادن
۲. روغن نیمه جامد زیروترانس ویتامینه ۵ کیلویی طبیعت
۳. روغن سرخ کردنی بدون پالم ۱۸۰۰ گرمی اوپلا

ماکارونی و رشته

۱. اسپاگتی ۱/۲ گرم ۷۰۰ گرم زر ماکارون
۲. اسپاگتی ۱/۴ گرم ۷۰۰ گرمی مانا
۳. ماکارونی ۱/۵ رشته ای ۷۰۰ گرمی زر ماکارون



سس

۱. سس هزار جزیره ۴۵۰ گرمی دلیپذیر
۲. سس مایونز ۶۳۰ گرم مهرام
۳. سس مایونز با چربی کاهش یافته ۹۰۰ گرمی تبرک



نمک و ادویه

۱. نمک ید دار ۸۰۰ گرم هدیه
۲. فلفل سیاه ۹۰ گرمی گلها
۳. پودر فلفل سیاه ۹۰ گرم گلستان



چای

۱. چای عطری گرمی دوغزال ۵۰۰ گرمی
۲. چای ساده گرمی دوغزال ۵۰۰ گرمی
۳. چای ارل گرمی ۴۰۰ گرمی شهرزاد



سیگار

۱. سیگار اولترا سیلور ۲۰ نخ وینستون
۲. سیگار لایت آبی ۲۰ نخ وینستون
۳. سیگار Midi Slim XS Silver ۲۰ پاکت نخ وینستون



رب



۱. رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی طبیعت

۲. رب گوجه ۸۰۰ گرم روژین

۳. رب گوجه ۸۰۰ گرم خوشاب

کنسرو تن ماهی

۱. کنسرو تن ماهی ۱۸۰ گرمی طبیعت

۲. کنسرو ماهی ۱۸۰ گرم شیلتون

۳. تن ماهی ۱۸۰ گرم گالکسی



شیر تازه

۱. شیر کم چرب غنی شده با ویتامین دی ۹۴۶ میلی لیتری دامداران

۲. شیر پرچرب ۹۵۰ میلی لیتر میهن

۳. شیر کم چرب ویتامین دی ۱۰۰۰ گرمی پاک



بستنی

۱. بستنی چوبی وانیل شکلات ۶۰ گرمی میهن

۲. بستنی ۸۵ گرمی پریمامیهن

۳. بستنی سالار توت فرنگی ۹۵ گرم میهن



ماست

۱. ماست سون همزده ۲۲۰۰ گرمی کاله
۲. ماست سون پر چرب ۹۰۰ گرمی کاله
۳. ماست همزده سون ۱۵۰۰ میلی کاله



دوغ

۱. دوغ گرمادیده بدون گاز نعنای ۱/۵ لیتری عالیس
۲. دوغ گازدار ۱ لیتری آبعلی
۳. دوغ بدون گاز ۲ لیتری پگاه



پنیر

۱. پنیر پاستوریزه آنا ۳۵۰ گرمی کاله

۲. پنیر خامه ای ویلی ۲۰۰ گرمی کاله

۳. پنیر با ویتامین دی ۳ لیوانی ۴۰۰ گرمی یواف پگاه



صبحانه

۱. حلوا شکری ۱۰۰ گرمی عقاب

۲. چی پف بالشتی شکلاتی ۷۵ گرم چی پف

۳. شکلات صبحانه ۳۵۰ گرمی نوتلا



شوینده ظروف

۱. مایع ظرفشویی با رایحه لیمو ۳۷۵۰ گرمی پرل
۲. مایع ظرفشویی با رایحه لیمو بطری یک لیتری پرل
۳. مایع ظرفشویی لیمویی ۳۷۵۰ گرمی دورتو



نظافت منزل

۱. جرم گیر ۱۰۰۰ میلی لیتری من
۲. سفید کننده غلیظ سبز ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس
۳. تمیز کننده وان دستشویی موزاییک ۴ لیتری من



دستمال

۱. دستمال کاغذی دو لایه ۲۵۰ برگ تنو

۲. دستمال توالت ۴ لایه ۲ رولی پاپیا

۳. دستمال کاغذی کیسه پلاستیکی ۱۰ بسته ۱۰۰ برگی بی تا



بهداشت مادر و کودک

۱. پوشک کامل بچه سایز بزرگ ۳۴ عددی مولفیکس

۲. پوشک پریمیوم سایز بزرگ ۳۴ عددی مای بیبی

۳. پوشک کامل بچه سایز خیلی بزرگ ۲۸ عددی مولفیکس



آبمیوه و شربت

۱. نکتار انبه ۱ لیتری سن ایچ
۲. نکتار آناناس ۱ لیتری سن ایچ
۳. نکتار آلبالو ۱ لیتری سن ایچ



کمپوت

۱. کمپوت آناناس ۵۶۷ گرمی دل
۲. کمپوت آناناس ۵۶۵ گرمی گلدن ویو
۳. کمپوت گیلاس ۳۵۰ گرم خوشاب



چیپس و اسنک

۱. کرانچی پنیری ۷۵ گرم چی توز
۲. چیپس نمکی دل مزه ۱۸۰ گرمی مزمز
۳. اسنک چرخي ۸۰ گرمی چی توز



شکلات و شیرینی

۱. شکلات شیری ویفردار ۴۲ گرم هیس شیرین عسل
۲. شکلات ۵۰ گرمی اسنیکرز
۳. شکلات مغز فندق ۳۰ گرمی هوبی



بیسکویت

۱. بیسکویت سبوسدار ساقه طلایی ۲۰۰ گرمی مینو
۲. بیسکویت کرمدار ساقه طلایی ۱۹۲ گرمی مینو
۳. بیسکویت دایجستو شکلات ۲۲۰ گرم آناتا



کیک

۱. کیک دوقلو فندق ۷۰ گرمی شیرین عسل
۲. کروسان با مغزی کرم کاکائویی مکس ۶۰ گرمی پچ پچ
۳. کیک تی تاپ ۶۰ گرمی سالمین



کره

۱. کره حیوانی ۵۰ گرمی میهن
۲. کره حیوانی ۱۰۰ گرمی پاک
۳. کره حیوانی ۵۰ گرمی شکلی



خامه

۱. خامه نیم چرب ۱۰۰ گرمی پاک
۲. خامه ۲۰۰ گرمی میهن
۳. خامه استریلیزه ۳۰٪ چربی ۲۰۰ گرمی کاله



شوینده لباس

۱. پودر ماشین لباسشویی ۵۰۰ گرمی سافتلن طلایی
۲. پودر ماشین لباسشویی ۵۰۰ گرمی پرسیل
۳. پودر ماشین لباسشویی ۵۰۰ گرمی سپید



بهداشت دهان و دندان

۱. خمیردندان ۷ کاره و سفید کننده ۱۰۰ میل مریدنت
۲. خمیردندان ضد لک ۸۰ گرمی پونه
۳. خمیر دندان لمینت (دی کلسیمی) ۸۰ گرمی نسیم



مراقبت از مو

۱. شامپو سیر ۴۵۰ گرمی پرژک
۲. شامپو موی معمولی ۱ کیلو شبلم
۳. شامپو عصاره سدر ۱ لیتری سدر صحت



بهداشت بدن

۱. صابون حمام سبز ۶ عددی ۱۳۰ گرمی گلنار
۲. صابون حمام جوان ۵ عددی ۱۰۰ گرمی گلنار
۳. صابون با رایحه گل های سفید ۹۰ گرمی لوکس



نوشیدنی گازدار

۱. نوشابه ۱/۵ لیتر کوکا کولا

۲. نوشابه انرژی زا ۲۵۰ میل هایپ

۳. نوشابه ۱/۵ لیتر پپسی



آب معدنی

۱. آب معدنی ۱/۵ لیتری واتا

۲. آب معدنی ۱/۵ لیتری دسانی

۳. آب آشامیدنی ۱/۵ لیتری آکوافینا



آجیل و خشکبار

۱. تخمه آفتابگردان نمکی ۱۵۰ گرم سنجابک

۲. تخمه آفتابگردان روست شده نمکی ۱۰۰ گرمی مزمز

۳. بادام زمینی نمکی ۳۰ گرم مزمز



حبوبات و سویا

۱. سویا ریزدانه ۲۵۰ گرمی سبحان

۲. عدس ۹۰۰ گرم گلستان

۳. لپه ۹۰۰ گرم گلستان



اثرات سیاست قیمت تولید کننده بر بازار



یکی از اتفاقات مهم در بازار خرده فروشی در سال ۱۴۰۰، ابلاغ قانون الزام درج تولید کننده بود.

● هدف اصلی طرح: کاهش سود نامتعارف کالاها

● این اقدام باعث تغییرات قابل توجهی در بازار و حاشیه سود کالاها شد و بویژه در ابتدای طرح تلاطم قابل توجهی را ایجاد کرد.

در این بخش به بررسی نتایج این طرح مبتنی بر داده های واقعی خرید و فروش کالا بر روی چند نمونه کالای شاخص (نوشابه، محصولات سلولزی و پودر لباسشویی) می پردازیم.

تاثیر قیمت تولید کننده بر روی قیمت نوشابه های گازدار

نوشابه های گازدار در زمره اولین گروه های کالایی بودند که ملزم به درج قیمت تولید کننده بر روی محصولات تولید خود شدند.

قیمت تولید کننده اولیه درج شده روی نوشابه **۱/۵ لیتری ۱۱۸۰۰ تومان** بود که تولیدکنندگان با کاهش حاشیه سود مجاز **۲۱ درصد** از قیمت قبلی مصرف کننده **۱۴۳۰۰** به دست آمده بود.

با فشار وزارت صمت، این قیمت در چند مرحله کاهش و در حال حاضر به قیمت **۹۸۰۰ تومان** رسیده است.

حال بررسی کنیم که در سوپرمارکت های مستقل با چه قیمتی این کالا به فروش رسیده است.

بررسی قیمت فروش واقعی نوشابه ۱/۵ لیتری کوکا کولا



قیمت تولید ۹.۸۰۰ تومان

حداکثر سود مجاز ۲۱%

حداکثر قیمت قابل فروش این کالا ۱۱.۸۵۸ تومان

قیمت واقعی فروش دو هفته ابتدایی اسفند ماه (قیمت های غالب)

سهم از فروش	قیمت واحد (تومان)
۵۱ %	۱۴۳۰۰
۱۸.۵ %	۱۴۵۰۰
۱۱.۷ %	۱۵۰۰۰
۶.۶ %	۱۴۰۰۰
۲.۵ %	۱۳۰۰۰

- ۵۱% فروش بر اساس قیمت مصرف کننده قبلی و نه حداکثر قیمت فروش مجاز
- ۳۰% با قیمتی بیش از قیمت مصرف کننده قبلی
- ۱۰% با قیمت کمتر از مصرف کننده قبلی

بررسی قیمت فروش واقعی نوشابه ۱/۵ لیتری پپسی

قیمت تولید ۹.۸۰۰ تومان

حداکثر سود مجاز ۲۱%

حداکثر قیمت قابل فروش این کالا ۱۱.۸۵۸ تومان

قیمت واقعی فروش دو هفته ابتدایی اسفند ماه (قیمت های غالب)



سهم از فروش	قیمت واحد (تومان)
۶۰.۲%	۱۴۳۰۰
۱۴.۳%	۱۴۵۰۰
۱۲.۳%	۱۵۰۰۰
۶.۲%	۱۴۰۰۰
۱.۴%	۱۲۰۰۰

- ۶۰% فروش بر اساس قیمت مصرف کننده قبلی و نه حداکثر قیمت فروش مجاز
- ۲۶% با قیمتی بیش از قیمت مصرف کننده قبلی
- ۸% با قیمت کمتر از مصرف کننده قبلی

بررسی قیمت فروش واقعی دستمال کاغذی ۲۵۰ برگ بیتا

قیمت تولید ۱۶.۵۰۰ تومان

حداکثر سود مجاز ۲۶.۵%

حداکثر قیمت قابل فروش این کالا ۲۰.۸۷۲ تومان

قیمت واقعی فروش دو هفته ابتدایی اسفند ماه (قیمت های غالب)



قیمت واحد (تومان)	سهم از فروش
۲۴۷۰۰	۶۵.۷%
۲۵۰۰۰	۱۸.۲%
۱۹۰۰۰	۴%
۲۰۸۰۰	۲%
۱۸۵۰۰	۱.۷%

- ۶۵% فروش بر اساس قیمت مصرف کننده قبلی و نه حداکثر قیمت فروش مجاز
- ۱۸% با قیمتی بیش از قیمت مصرف کننده قبلی
- ۸% با قیمت کمتر از مصرف کننده قبلی

بررسی قیمت فروش واقعی پودر ماشین لباسشویی لاوندر ۵۰۰ گرمی پرسیل

قیمت تولید ۱۲.۷۵۰ تومان

حداکثر سود مجاز ۲۱%

حداکثر قیمت قابل فروش این کالا ۱۵.۴۲۷ تومان

قیمت واقعی فروش دو هفته ابتدایی اسفند ماه (قیمت های غالب)

سهم از فروش	قیمت واحد (تومان)
۵۴.۶%	۱۵۷۵۰
۱۲.۲%	۱۵۷۰۰
۹.۵%	۱۵۸۰۰
۵.۷%	۱۶۰۰۰
۳.۲%	۱۶۵۰۰



- ۵۵% فروش بر اساس قیمت مصرف کننده قبلی و نه حداکثر قیمت فروش مجاز
- ۱۸% با قیمتی بیش از قیمت مصرف کننده قبلی
- ۱۲% با قیمت کمتر از مصرف کننده قبلی (فقط ۵۰ تومان)

جمع بندی طرح قیمت تولیدکننده تا کنون

- **بیشتر سوپرمارکت ها** فارغ از قیمت تولیدکننده درج شده روی کالا، محصول را با قیمت مصرف کننده قبلی به فروش رسانده اند.
- با توجه به اینکه قیمت کالا برای مردم شفاف نبوده، تعدادی از سوپرمارکت ها با قیمتی **حتی بالاتر از قیمت مصرف کننده قبلی** به فروش رسانده اند.
- در مجموع **حداکثر ۱۰ درصد** از فروش ها، قیمت فروش کمتر از قیمت مصرف کننده قبلی و نه حتی منطبق با طرح قیمت تولید کننده بوده است.



تغییرات قیمت و میزان تورم

در بازار FMCG



شاخص تورم در زیرگروه های محصولات سوپرمارکتی

- در سال ۱۴۰۰ به دلایل مختلف مانند تغییرات نرخ ارز، مشکلات مربوط به واردات مواد اولیه، کرونا و طرح الزام درج قیمت تولید کننده شاهد تغییر چندین باره قیمت ها در بازار خرده فروشی بودیم.
- به منظور محاسبه تورم گروه های کالایی، میزان تغییرات قیمت به ازای واحد جزء محصول (گرم/عدد/لیتر) در بهمن ماه ۱۴۰۰ در مقایسه با بهمن ماه ۱۳۹۹ مورد محاسبه قرار گرفته است.
- به عنوان مثال یک سی سی نوشابه از برندهای مختلف بطور متوسط در بهمن ۱۳۹۹ ، **۷/۲۶ تومان** و در بهمن ۱۴۰۰ ، **۹/۵۳ تومان** بوده است که نشان از افزایش **۳۱ درصدی** در این گروه محصولی را دارد.
- شاخص تورم در زیرگروه های ۵۵ گانه، هر یک از ۸ گروه اصلی در ادامه آمده است.

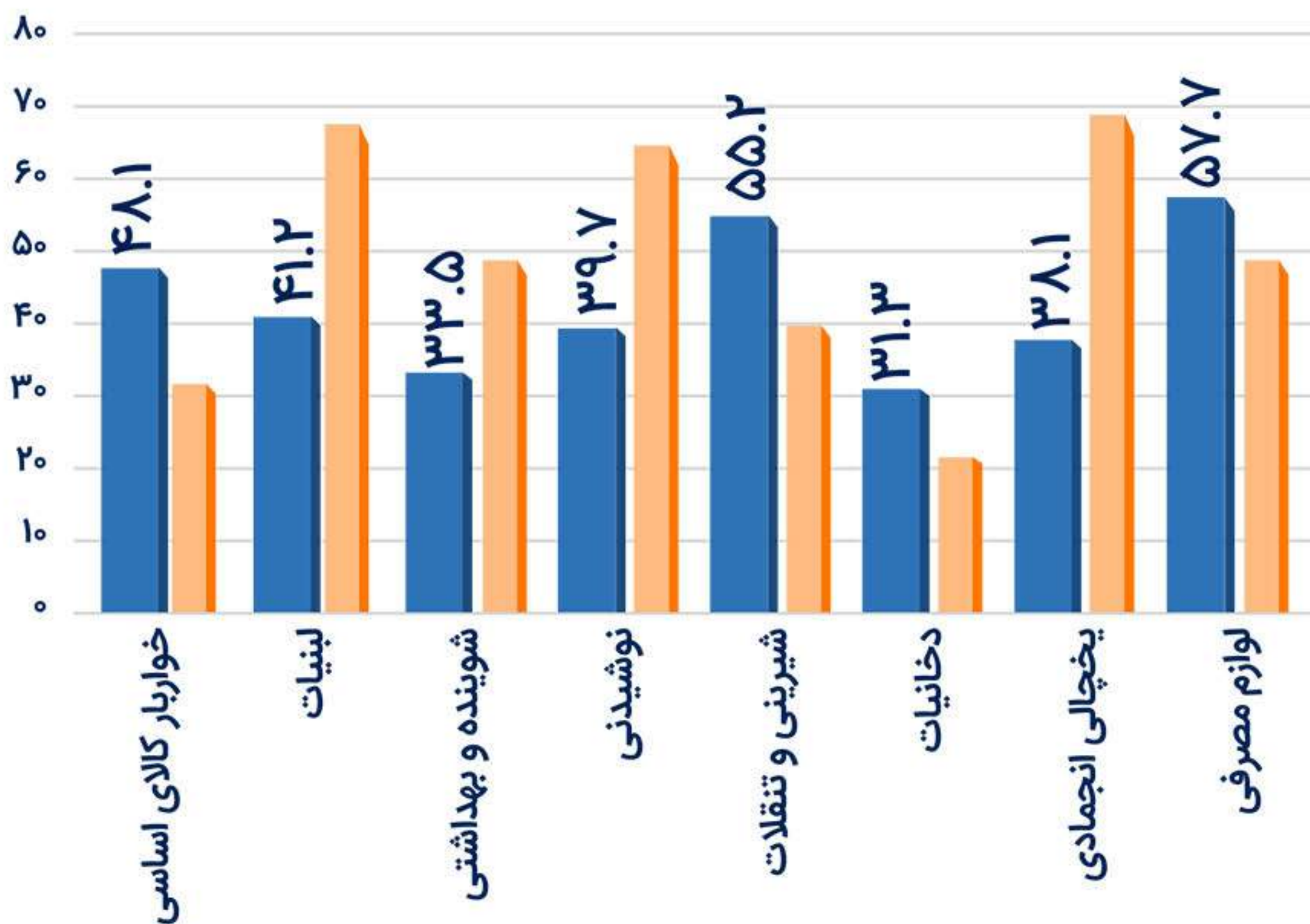
شاخص تورم کل بازار

محصولات سوپرمارکتی

۴۲%



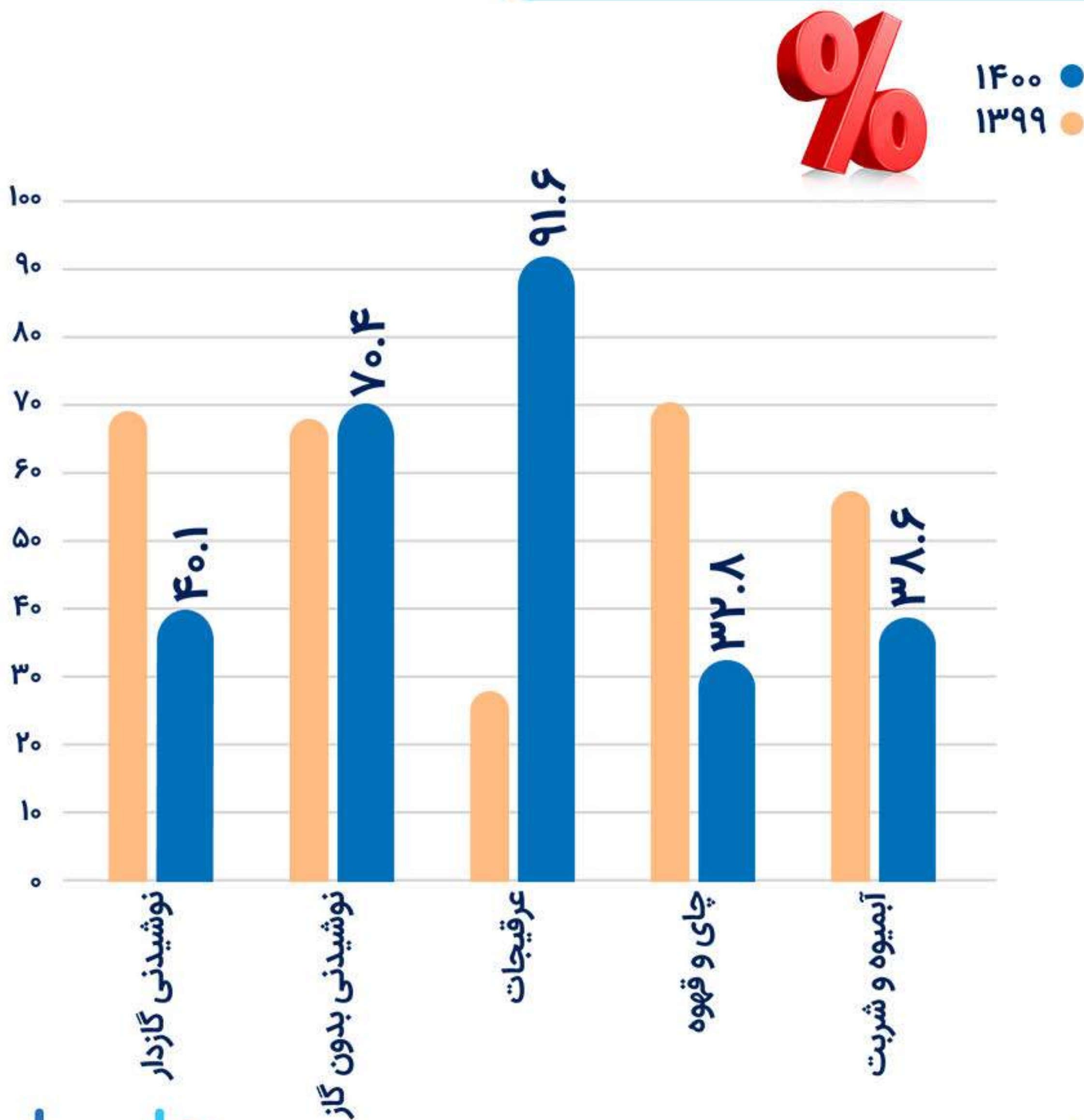
تورم در گروه های اصلی سوپرمارکتی



تغییرات قیمت خوار و بار اساسی

۱۳۹۹	۱۴۰۰		۱۳۹۹	۱۴۰۰	
۳۱%	۴۴.۹%	سرکه و آبلیمو 	۴۰%	۹۷.۷%	رب 
۵۹%	۴۳.۹%	حبوبات و سویا 	۲۷%	۸۱.۸%	کنسرو 
۵۵%	۴۰.۶%	صبحانه 	۳۷%	۶۹.۷%	قند، شکر و خرما 
۴۶%	۳۹.۱%	کمپوت 	۴۲%	۶۵%	سس 
۳۴%	۲۶.۲%	روغن 	۴۸%	۵۹.۸%	برنج 
۵۲%	۲۱.۹%	تون ماهی 	۳۶%	۵۲.۸%	نیمه آماده 
۶۰%	۲۱.۶%	ماکارونی و رشته 	۶۵%	۵۲%	ترشیجات 
			۴۱%	۴۵.۳%	دسر 

تغییرات قیمت نوشیدنی



۱۴۰۰ ●
۱۳۹۹ ●

تغییرات قیمت لبنیات

۱۳۹۹	۱۴۰۰	
۵۳%	۵۱.۵%	پنیر 
۵۹%	۴۶.۹%	شیر مدت دار 
۵۴%	۴۶.۵%	شیر تازه 
۳۸%	۴۴.۲%	کشک 
۵۰%	۴۳%	ماست 
۶۳%	۳۷.۱%	دوغ 
۵۹%	۳۶.۲%	بستنی 
۱۱۸%	۳۱.۵%	کره 
۸۸%	۲۱.۱%	خامه 

تغییرات قیمت شوینده و بهداشتی



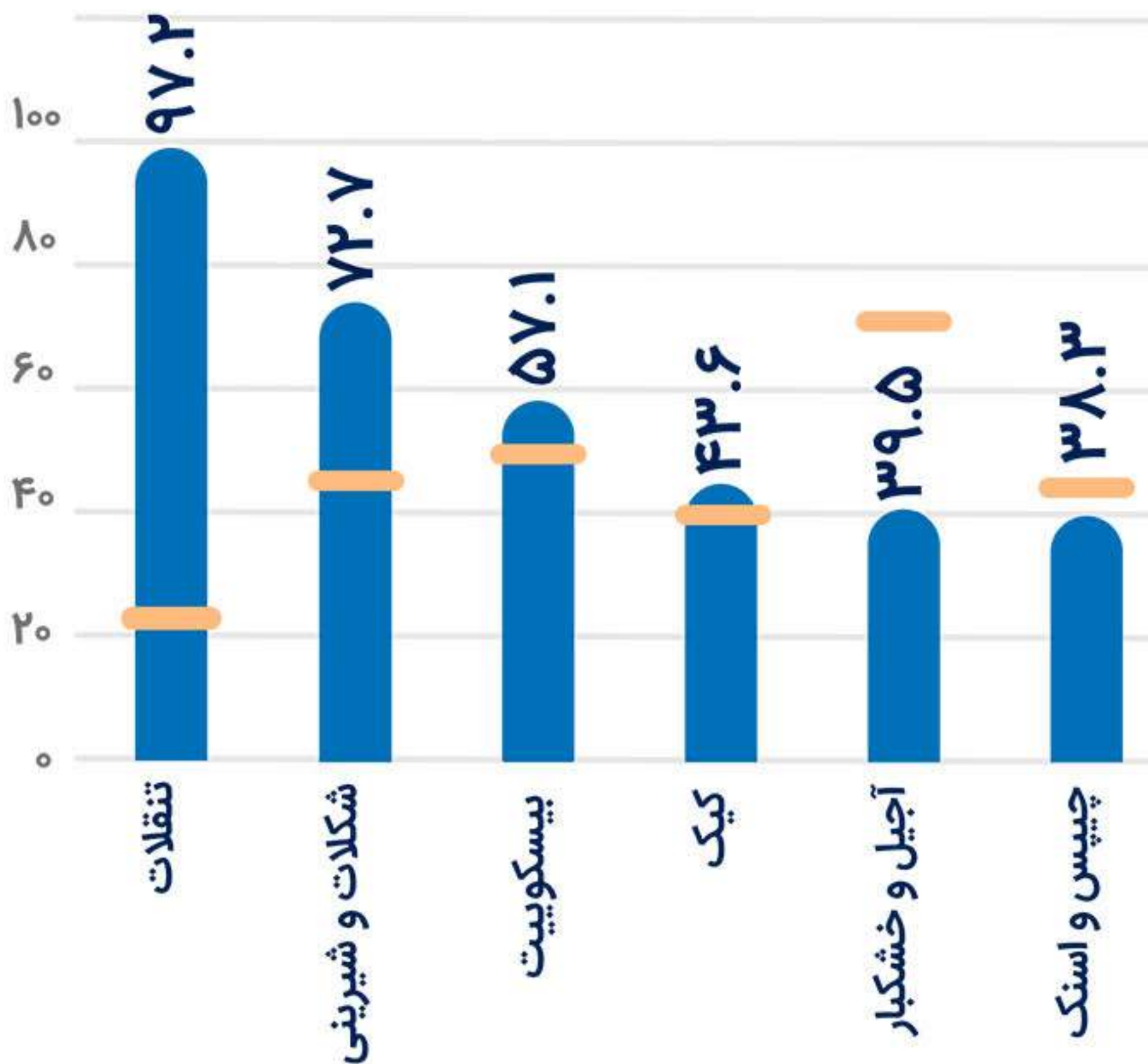
۱۴۰۰ ●
۱۳۹۹ ●



تغییرات قیمت شیرینی و تنقلات



۱۴۰۰ ●
۱۳۹۹ ●



تغییرات قیمت پروتئینی-یخچالی-انجمادی



پروتئینی 🥛 | غذای آماده یخچالی 🥗 | محصولات انجمادی ❄️

۴۲	۶۰	۲۸
۳۳.۸	۶۰.۷	۶۹.۳

تغییرات قیمت لوازم مصرفی و دخانیات



درباره ما



شرکت دانش بنیان هایمارت

هایمارت یک شرکت دانش بنیان عضو گروه صنعتی طبیعت میهن است که با هدف ایجاد یک شبکه مدرن سوپرمارکتی در سراسر کشور ایجاد شده است و خدمات متنوعی را به فروشگاه های عضو ارائه می دهد.

در سال جاری با ورود هایمارت به حوزه تامین کالای سوپرمارکت ها تحولی عظیم در حوزه تامین رقم خورده است. هایمارت با سیستمی مبتنی بر زیرساخت سفارش گیری آنلاین برای سوپرمارکت ها و داده های دقیق صندوق های فروشگاه های و الگوریتم های هوش مصنوعی سبک جدیدی را در این بازار خلق نموده است.

در حال حاضر بیش از ۶ هزار سوپرمارکت در ۱۰ استان تامین کالای خود را از طریق هایمارت بصورت آنلاین و با استفاده از سیستم اعتباری انجام می دهند که تا پایان سال ۱۴۰۱ به لطف خداوند به ۵۰ هزار فروشگاه خواهد رسید.

چشم انداز ۱۴۰۱ هایمارت

۵۰ هزار فروشگاه فعال با سفارش گذاری آنلاین



تامین کالای سوپرمارکت ها در ۲۰ استان



توسعه و تنوع بخشی خرید اعتباری و باشگاه مشتریان سوپرمارکت ها



لانچ محصولات اختصاصی برای سوپرمارکت های عضو



تجهیز و مدرن سازی ۳ هزار فروشگاه جدید



خدمات هایمارت



تامین کالای سوپرمارکت ها



تامین اعتبار خرید



مدرن سازی فروشگاه ها



باشگاه مشتریان و خریداران تخفیفی اعتباری

سامانه سفارش آنلاین هایمارت

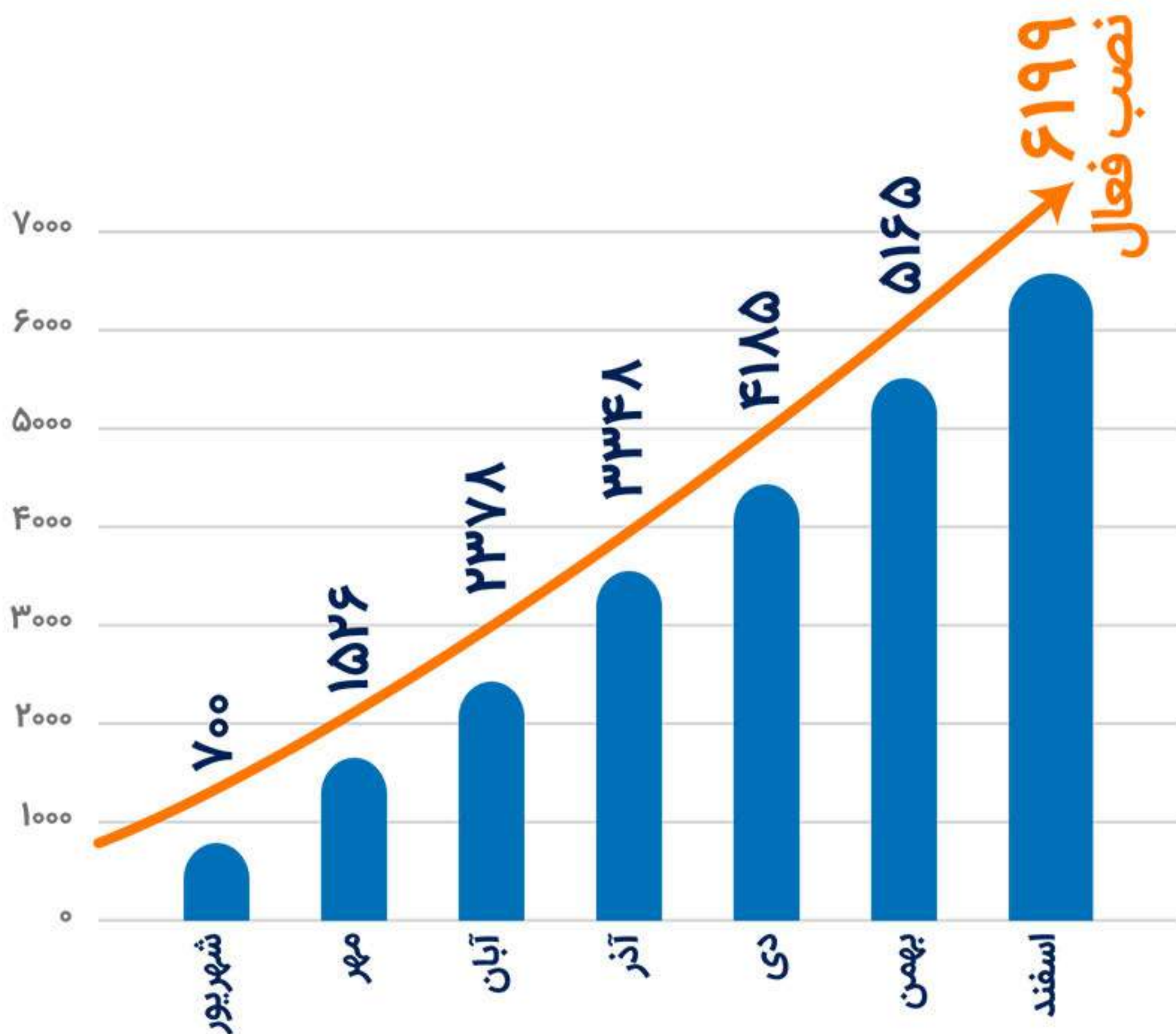
سفارش گذاری آنلاین توسط خود فروشگاه هادر هر ساعت از شبانه روز

مزیت های سامانه

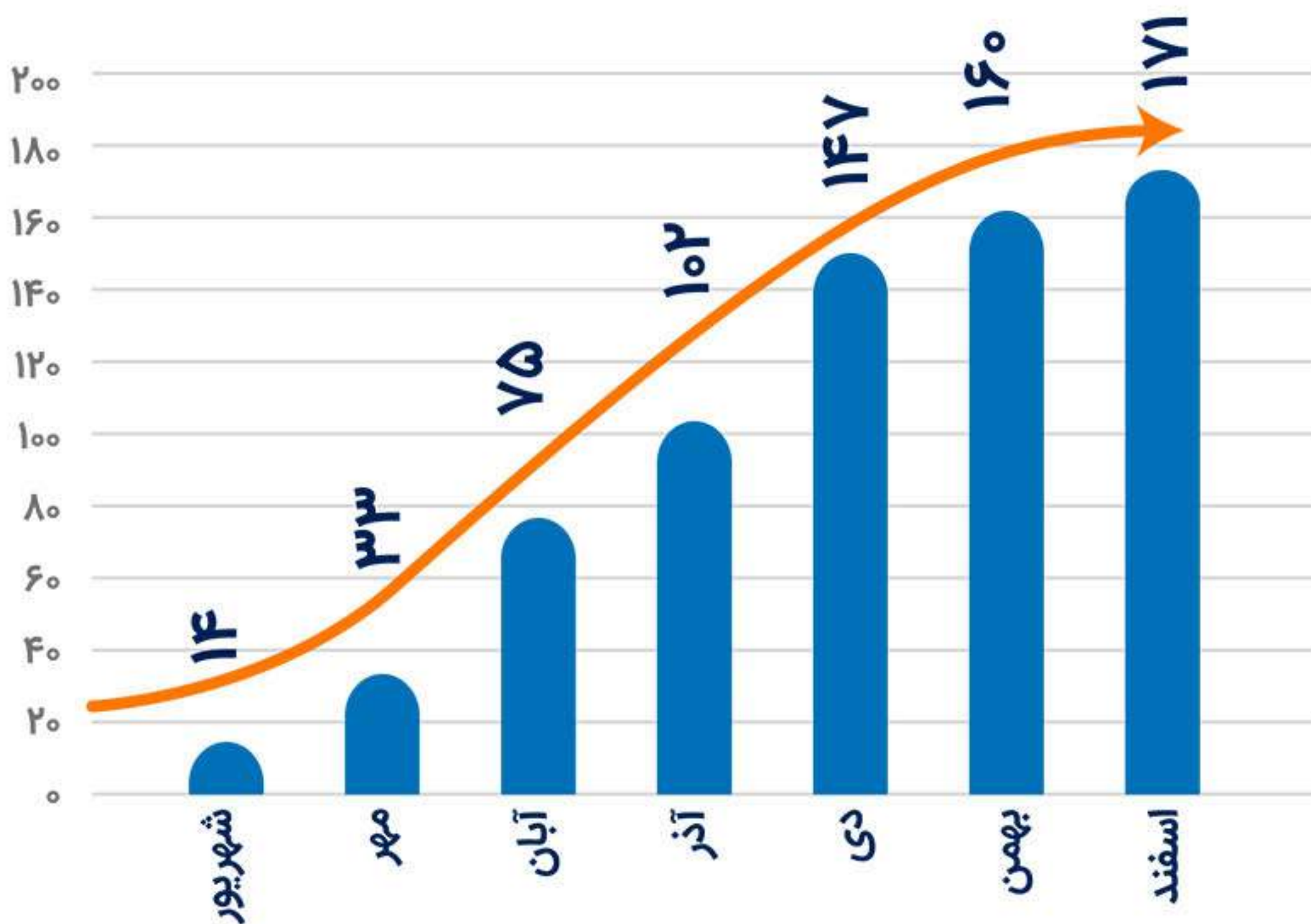
- تسهیل سفارش گذاری و دریافت متمرکز کالا
- امکان مقایسه قیمت ها و خرید هوشمندانه
- پیشنهاد خرید هوشمند مبتنی بر نرخ فروش درفروشگاه و فروشگاه های منتخب منطقه
- قابلیت خرید اعتباری و پرداخت آنلاین
- امکان پروموت و معرفی محصولات جدیدبرندها
- امکان خرید بسته های ترکیبی محصولات



تعداد اپلیکیشن فعال سفارش گذاری آنلاین سال ۱۴۰۰



تنوع برند تامین شده در سال ۱۴۰۰





مارکت ویو

"Market View" خدمت "منحصر به فرد" مجموعه هایمارت در حوزه تحلیل داده و تحقیقات بازار می باشد و این امکان را فراهم آورده که از طریق داده های دقیق جمع آوری شده از صندوق فروشگاهی مستقر در بیش از ۲۴۰۰ سوپرمارکت در سراسر کشور و با بهره گیری از روش های هوش مصنوعی خدمات اختصاصی برای تامین کنندگان فراهم آورد.

- **سامانه آلام قیمت** (از طریق این سامانه هایمارت، قیمت جدید محصولات به صورت روزانه از طریق ایمیل و واتساپ اطلاع رسانی می شود.)

- **داشبورد تحلیل رقبا** جهت بررسی سهم بازار شرکت های رقیب در استان ها و مناطق ۲۲ گانه تهران (سهم بازار ریالی، تعدادی و حجمی رقبا به چه میزان است؛ رقبا در کدام استان ها حضور بیشتری دارند و نسبت حضور به فروش آنها چگونه است)

- **داشبورد قیمت** برای رصد قیمت محصولات شرکت و رقبا در بازار (اینکه چه محصولات با چه قیمتی چه ریالی را به خود اختصاص داده اند؛ و محصولات بیشتر با چه قیمتی در بازار به فروش میرسند)

● داشبورد **پارتو محصولات** جهت بررسی محصولاتی که در بازار بیشترین فروش را به خود اختصاص داده اند. (۲۰٪ محصولاتی که ۸۰٪ ریال فروش را به خود اختصاص داده اند کدام موارد می باشند.)

● داشبورد **سهم بازار گروه کالایی** (چه گروه های کالایی بازار بزرگتری داشته و سرمایه گذاری و رقابت در آنها به صرفه است.)

● داشبورد **تگ محصولات** (چه گرماژ، بسته بندی، طعم، رایحه و ... از مشخصات محصولات، محبوبیت بیشتری نزد مشتریان داشته و فروش بیشتری را به خود اختصاص داده اند.)

www.marketvi.ir

هایمارت

فروشگاه های زنجیره ای



www.himart.ir