



Объем импорта креветок в Россию практически вернулся на докризисные показатели. И в 2011 году, по мнению специалистов компании AS MARKETING, положительная динамика сохранится, и поставки данных морепродуктов в Россию увеличатся не менее чем на 4-6%.



Author:
Timur Kazantsev,
CEO, AS MARKETING
(OOO Academia Service)
tel./fax: +7 (495) 638-55-59,
+7 (495) 612-79-34
e-mail: info@asmarketing.ru
www.asmarketing.ru

AS MARKETING

Автор:
Тимур Казанцев,
директор компании
AS MARKETING
(ООО «Академия
Сервис») тел./факс:
+7 (495) 638-55-59,
+7 (495) 612-79-34
e-mail: info@asmarketing.ru
www.asmarketing.ru

Деликатес повседневного спроса

Материал основан на анализе данных таможенной статистики «Импорт креветок в РФ, динамика 2007-2010 гг.».

Креветки – совершенно уникальный продукт, который можно отнести к разряду «деликатес повседневного потребления». Из-за своих питательных качеств эти морепродукты любимы покупателями, и спрос на них неуклонно растет.

В соответствии с местом вылова и другими потребительскими свойствами выделяются две основные группы креветок: северные (холодноводные) и тропические (тепловодные).

К северным относятся: северная красная холодноводная (*Pandalus borealis*) и гребенчатая красная (*P. hypsinotus*) креветки. Эти виды креветок облада-

Everyday delicacy

The story is based on an analysis of customs statistics "Shrimp imports in the Russian Federation, the dynamics of 2007-2010".

The shrimp is a totally unique product that can be classified as "delicacy of everyday consumption". Due to its nutritional qualities, this seafood is loved by buyers, and the demand is steadily increasing.

In accordance with the place of catching and other consumer features, we can distinguish two main groups of shrimp: the northern (cold-water) and the tropical (warm-water).

* О КОМПАНИИ

AS MARKETING была создана в 1994 году и сегодня, благодаря многолетнему опыту, реализует комплексный подход к решению маркетинговых задач. Фирма имеет большой опыт исследования промышленных и потребительских рынков. Ориентация на потребителей, учет тонких особенностей отраслевых и региональных рынков, достоверные и своевременные результаты исследований – главные характеристики работы компании. Основными направлениями работы организации являются различные виды исследования B2B рынков, а также маркетинговое сопровождение деятельности компании-заказчика. Кроме этого, AS MARKETING предлагает регулярные мониторинги внешнеэкономической деятельности по различным группам товаров.

ют более высокими питательными свойствами, чем тропические. Они превосходят и по вкусовым качествам более дорогие тепловодные креветки.

Промысел холодноводных креветок имеет свою классификацию – это прибрежный и глубинный лов. Прибрежный лов наиболее распространен в Скандинавии, России и Канаде. Поставщиками атлантических холодноводных креветок считаются Канада, Дания, Норвегия, Гренландия, Россия, США и Япония. Продукция подвергается термообработке – в очищенном или неочищенном виде – и продается быстрозамороженной. Россия по потреблению холодноводных креветок занимает второе место в мире после Китая.

К тепловодным относятся: тигровая креветка (*Penaeus monodon*), коричневая тигровая (*Penaeus esculentus*), черная тигровая (*Penaeus monodon*), японская тигровая (*Penaeus japonicus*), коричневая (*Metapenaeus monocerosus*), белая (*Litopenaeus vannamei*) и индийская белая (*Penaeus indicus*) креветки. Тепловодные креветки отличаются от холодноводных большими размерами и более плотным мясом. Они обитают в южных морях или выращиваются на специальных фермах в странах Индокитая и Юго-Восточной Азии. Поставщиками этих морепродуктов на мировой рынок являются Индонезия, Индия, Бангладеш, Бразилия, Эквадор и некоторые другие страны. В России тепловодные креветки пользуются ограниченным спросом. Поставляют-

We refer to the northern shrimp: northern red cold-water (*Pandalus borealis*) and a red comb (*P. hypsinotus*) shrimp. These species of shrimp have higher nutritional value than tropical. They are superior in taste than more expensive warm-water shrimp.

Fisheries for cold-water shrimp have their own classification: a coastal and deep fishing. Coastal fishing is most common in Scandinavia, Russia and Canada. Atlantic cold-water shrimp suppliers are Canada, Denmark, Norway, Greenland, Russia, USA and Japan. Products are subjected to heat treatment - in refined or unrefined form – and sold fast-frozen. Russian consumption of cold-water shrimp is the second largest in the world after China.

We refer to the warm-water shrimp: tiger shrimp (*Penaeus monodon*), brown tiger (*Penaeus esculentus*), black tiger (*Penaeus monodon*), Japanese tiger (*Penaeus japonicus*), Brown (*Metapenaeus monocerosus*), white (*Litopenaeus vannamei*) and the Indian White (*Penaeus indicus*) shrimp. Warm-water shrimp are different from cold-water; they have larger size and contain more dense meat. They live in the southern seas, or grown on special farms in the countries of Indochina and Southeast Asia. Suppliers of this seafood on the world market are Indonesia, India, Bangladesh, Brazil, Ecuador and some other countries. In Russia, the warm-water shrimp have limited demand. They come in three forms – frozen in a block of ice, IQF (individually frozen) with the head or without it.

The types that have the greatest commercial importance are prawns of *Pandalidae* family, deepwater pink shrimp (*Parapenaeus longirostris*), shrimp of *Penaeus* genus, and small crustaceans of *Crangon* genus.

In 2010, two main families of shrimp were shipped to Russia: *Pandalidae* takes 67.8% of turnover in

More than 80% of imported shrimp delivered to six major players, including: OOO Albatross, OOO Polar Seafood Russia, OOO Vichunay-Rus, OOO New Alaska, OOO Agama Royal Greenland, and OOO Sea Prod.

weight and 52.8% in value; *Penaeus*, respectively – 30.5% and 44.9%. Thereby, *Pandalidae* is 47% cheaper than *Penaeus*. (See Fig. 1).

In the period from 2007 to 2010, the average growth of imports of shrimp in Russia amounted to 6%. Fluctuations of supply of the studied category ranged from -24% in 2009, up to 28% in 2010. In 2010, imports volume almost returned to pre-crisis level (2008) and amounted to 199 million dollars.

Dynamics of average monthly shipments for the period 2007-2010 shows a decrease in both total

The volume of imports of shrimp in Russia has almost returned to pre-crisis index. And in 2011, according to specialists at AS MARKETING, positive trend continues, and delivery data of seafood to Russia will increase by no less than 4-6%.

Более 80% импортируемых креветок поставляются шестью основными игроками, среди которых: ООО «Альбатрос», ООО «Полар СиФуд Раша», ООО «Вичунай-Русь», ООО «Новая Аляска», ООО «Агама Роял Гринланд», ООО «Си Прод».

ся они в трех видах – замороженные в блоке льда, IQF (индивидуально замороженные) с головой или без головы.

К видам, имеющим наибольшее промышленное значение, относятся: пильчатые креветки семейства Pandalidae, глубоководные розовые креветки (Parapenaeus Longirostris), креветки рода Penaeus, мелкие ракообразные рода Crangon.

В Россию в 2010 году осуществлялись поставки двух основных семейств креветок: Pandalidae – занимает 67,8% в обороте по весу и 52,8% по стоимости; Penaeus, соответственно, – 30,5% и 44,9%. При этом Pandalidae дешевле, чем Penaeus на 47% (см. рис. 1).

В период с 2007 по 2010 гг. средний рост импорта креветок в Россию составил 6%. Колебания поставок исследуемой категории составили от -24% в 2009 году до +28% в 2010 году. В 2010 году объемы импорта практически вернулись на докризисный уровень (2008 год) и составили 199 млн долларов.

Динамика среднемесячных поставок за период 2007-2010 гг. показывает снижение как общего объема, так и цены поставки в 2009 году до среднегодового уровня в 3,09 долларов за 1 кг продукции. В 2010 году присутствуют явные тенденции увеличения продаж, при этом среднегодовая цена превышает цену 2008 года на 4%.

Таким образом, объем импорта креветок в Россию практически вернулся на докризисные показатели. И в 2011 году, по мнению специалистов компании

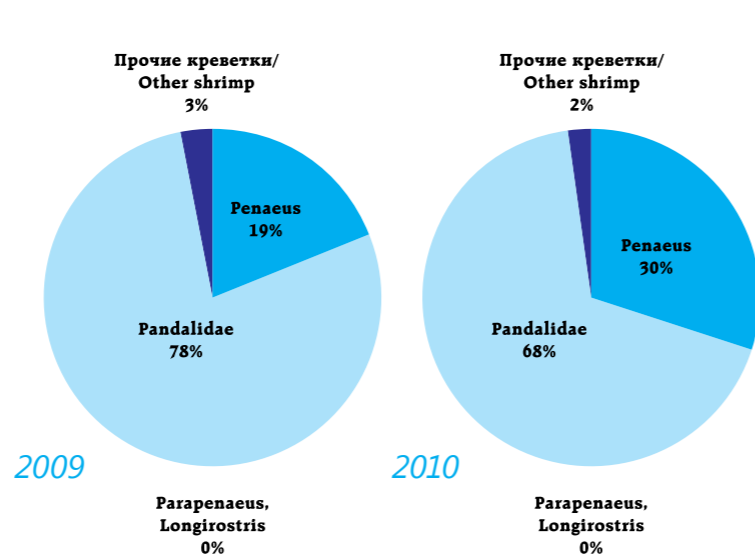


Рис. 1. Структура поставляемых групп продукции в РФ, 2009-2010 гг., %

Fig. 1. Structure of groups of products, supplied to Russia in 2009-2010, %

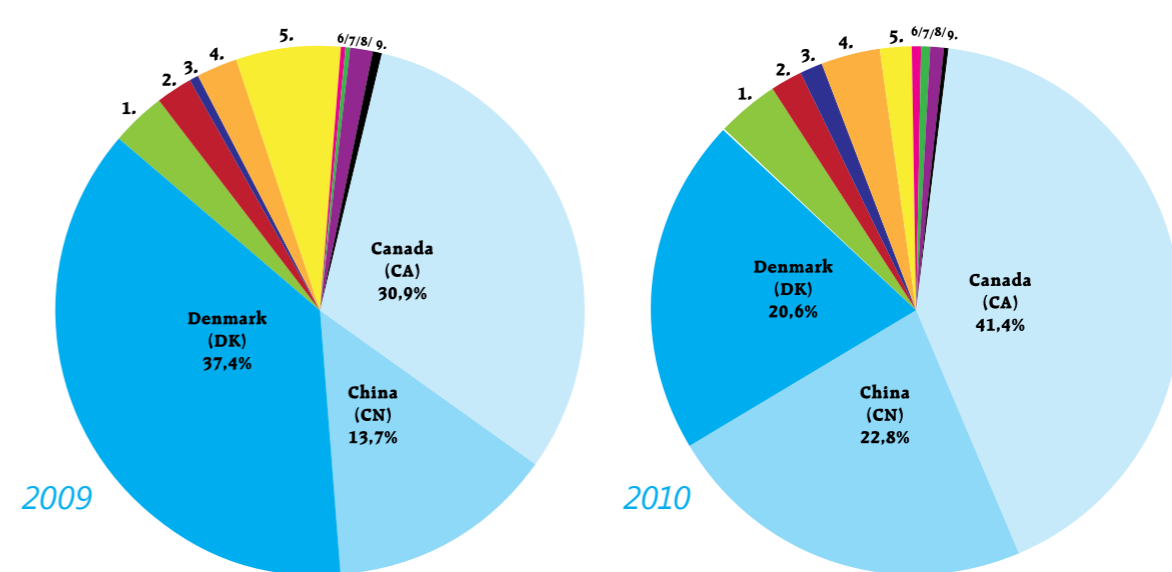
volume and price of supplies in 2009 to an annual average of \$3.09 per 1 kg of product. In 2010, there are clear trends to sales increase, while the average price exceeds the 2008 price to 4%.

Thus, the volume of imports of shrimp in Russia has almost returned to pre-crisis index. And in 2011, according to specialists at AS MARKETING, positive trend continues, and delivery data of seafood to Russia will increase by no less than 4-6%.

The dynamics of supply of products, both in monetary and in volume terms, shows an increase in intra-annual fluctuations of supply in the first and second half of 2010. The most significant deviations are formed in the following periods: February to April (+), July and October (-), December (+). The peak deviations in 2010 of the average monthly shipments for the period

2007-2010 in value terms during the first six months are up 32.6% (March), and weight 45.9% (March). In the second half in terms of value the deviations are – 48,9% (September) and 91.2% (December), the weight – 49,9% (September) and 59.7% (December).

Russia is among the leaders in terms of consumption of shrimp: in 2010 they were imported from 24 countries-producers of the product. Canada, China and Denmark are the main importers of shrimp in the Russian Federation. The total volume of imports from these countries in volume terms is 84,8%. In 2010,



2009
1. Thailand (TH) – 3,3%
2. Bangladesh (BD) – 2,2%
3. Vietnam (VN) – 0,5%
4. Greenland (GL) – 2,3%
5. Estonia (EE) – 6,5%
6. Indonesia (ID) – 0,3%
7. India (IN) – 0,2%
8. Ecuador (EC) – 1,3%
9. Peru (PE) – 0,5%

2010
1. Thailand (TH) – 3,6%
2. Bangladesh (BD) – 2,2%
3. Vietnam (VN) – 1,3%
4. Greenland (GL) – 3,5%
5. Estonia (EE) – 2,1%
6. Indonesia (ID) – 0,4%
7. India (IN) – 0,7%
8. Ecuador (EC) – 0,7%
9. Peru (PE) – 0,3%

Рис. 2. Структура импорта в натуральном выражении в разрезе стран-производителей креветок, 2009-2010 гг., %

Fig. 2. The structure of imports in volume terms in the context of producing shrimp, 2009-2010, %

ном выражении в первом полугодии составляют до +32,6% (март), а в весовом +45,9% (март). Во втором полугодии в стоимостном выражении – 48,9% (сентябрь) и +91,2% (декабрь), в весовом – 49,9% (сентябрь) и +59,7% (декабрь).

Россия входит в число лидеров по объемам потребления креветок: в 2010 году они завозились из 24 стран-производителей данного продукта. Канада, Китай и Дания – основные импортеры креветок в РФ. Совокупный объем импорта из этих стран в натуральном выражении составляет 84,8%. В 2010 году на долю Канады приходилось 41,4% от общего объема импорта данной группы продукции в РФ, еще 43,4% составляли поставки из Китая и Дании (структуру импорта в разрезе стран-производителей см. рис. 2).

Наиболее активно импорт креветок в Россию развивает Китай: в 2007 году его доля в поставках креветок в натуральном выражении составляла всего лишь 2,7%, в 2008 году она увеличилась до 8%, в 2009 году – до 13,7%. В 2010 году этот уровень достиг 22,8%.

Интересна динамика средних цен на креветки в разрезе стран-производителей. Производители стран первой пятерки удерживают рост цен (2009-2010 гг.) в пределах 1-5%. Наибольшее увеличение стоимости показала Португалия, подняв цены в 6,4 раза. Второе место – Никарагуа с показателем в 1,79 пунктов. Третье место занимает Вьетнам – с коэффициентом изменения цен в 1,45 пунктов.

Странами-производителями, снизившими цены в 2010 году по сравнению с 2009 годом, стали: Италия (-0,36 пункта), Испания (-0,23 пункта), Япония (-0,17 пункта), Нидерланды (-0,09 пункта), Эстония (-0,04 пункта), Исландия (-0,02 пункта), Тунис (-0,01 пункта).

Более 80% импортируемых креветок поставляются шести основным игрокам, среди которых: ООО «Альбатрос», ООО «Полар Сифуд Раша», ООО «Вичунай-Русь», ООО «Новая Аляска», ООО «Агама Роял Гринланд», ООО «Си Прод».

the share of Canada accounted to 41.4% of the total imports of the product groups in Russia, another 43.4% were shipments from China and Denmark (the structure of imports by country producers see in Fig. 2).

China actively develops import of shrimp to Russia: in 2007, its share in the supply of shrimp in volume terms was only 2,7%, in 2008 it has increased to 8% in 2009 – to 13,7%. In 2010, this rate reached 22,8%.

We observe interesting dynamics of changing of average prices for shrimp in the context of source nation. Top five producers hold prices (2009-2010) within 1-5%. Portugal showed the greatest price increase – 6,4 times. The second Place belongs to Nicaragua, with the figure of 1.79 points. The third place goes to Vietnam, with a coefficient of price changes in 1.45 points.

Producing countries have reduced prices in 2010 compared to 2009, were: Italy (-0.36 points), Spain (-0.23 points), Japan (-0.17 points), Netherlands (-0.09 points), Estonia (-0.04 points), Iceland (-0.02 points), Tunisia (-0.01 points).

More than 80% of imported shrimp delivered to six major players, including: ООО Albatross, ООО Polar Seafood Russia, ООО Vichunay-Rus, ООО New Alaska, ООО Agama Royal Greenland, and ООО Sea Prod. In 2009, a total of 103 recipients were registered in Russia, and in 2010 – 104 companies, but only 69 of them are permanent. It should be noted that many participants in the Russian shrimp market are subsidiaries of foreign companies. In addition to sales, they are engaged in processing and packaging products, as they have their production facilities.

The specialists from AS MARKETING formed a forecast for the supply of products, based on data from the study, as follows. There might be increases in supply in 2011 at the level of 6% compared to 2010. The most optimistic forecast is estimated at 15% compared to 2010, as pessimistic at -3%.

Рынок переживает стадию «турбулентности», постепенно переходя от периода становления к стадии зрелости. На данном этапе развития рынка компаниям-поставщикам следует большее внимание уделить маркетингу и продвижению своей продукции.

The market is experiencing a stage of "turbulence", gradually moving from a period of becoming to a stage of maturity. At this stage of market development companies-suppliers should be increasingly focused on marketing and promotion of their products.

1. Холодноводные креветки:
Красная холодноводная (*Pandalus Borealis*)
Гребенчатая красная (*P. hypsinotus*)

Тепловодные креветки:
2. Тигровая (*Penaeus Monodon*)
3. Коричневая тигровая (*Penaeus Esculentus*)
4. Черная тигровая (*Penaeus Monodon*)
5. Японская тигровая (*Penaeus Japonicus*)
6. Коричневая (*Metapenaeus Monoceros*)
7. Белая (*Litopenaeus vannamei*)
8. Индийская белая (*Penaeus Indicus*)



1.

В 2009 году всего зафиксировано 103 получателя продукции в РФ, а в 2010 году – 104 компании, но постоянными получателями являются только 69. Следует отметить, что многие участники российского рынка креветок являются дочерними иностранными компаниями. Помимо продаж, они занимаются переработкой и фасовкой продукции, так как имеют свои производственные мощности.

Специалисты компании AS MARKETING на основе данных исследования сформировали варианты прогноза развития поставок продукции следующим образом. Вероятнее всего увеличение поставок в 2011 году на уровне +6% по сравнению с 2010 годом. Наиболее оптимистичный прогноз оценивается в +15% к уровню 2010 года, а пессимистичный в -3%.

Сам рынок с позиции маркетинга выглядит следующим образом:

- сформировавшиеся игроки (порядка 80% всей продукции, реализуемой в России, поставляют шесть крупных компаний-импортеров);
- упорядоченная ценовая политика;
- спрос, растущий не в разы, а увеличивающийся на проценты.

Все это говорит о том, что рынок переживает стадию «турбулентности», постепенно переходя от периода становления к стадии зрелости. На данном этапе развития рынка компаниям-поставщикам следует большее внимание уделить маркетингу и продвижению своей продукции. В частности, как считают специалисты за компании AS MARKETING, на этой стадии борьба за клиента будет вынуждать компании дифференцировать свое предложение, формируя торговые марки под конкретную целевую аудиторию.

Так, например, компания ООО «Агама Роял Гринланд» уже интенсивно развивает два брэнда*: «Бухта Изобилия» и «Агама». Компания ООО «Уренхольт» продвигает брэнд Emborg, рассчитанный на класс «премиум», и торговую марку Delight, отвечающую требованиям широкой аудитории потребителей по показателю «цена-качество». **IS**

1. Cold-water shrimp:
Northern red cold-water *Pandalus Borealis*
Red comb (*P. hypsinotus*)

Warm-water shrimp:
2. Tiger shrimp (*Penaeus Monodon*)
3. Brown tiger (*Penaeus Esculentus*)
4. Black tiger (*Penaeus Monodon*)
5. Japanese tiger (*Penaeus Japonicus*)
6. Brown (*Metapenaeus Monoceros*)
7. White (*Litopenaeus vannamei*)
8. Indian White (*Penaeus Indicus*)

Looking through marketing angle, the market itself looks as follows:

- formed players (about 80% of all products sold in Russia, are delivered by six major importing companies);
- square pricing policy;
- demand is growing not at times, but at the widening of the interest.

All of this suggests that the market is experiencing a stage of "turbulence", gradually moving from a period of becoming to a stage of maturity. At this stage of market development companies-suppliers should be increasingly focused on marketing and promotion of their products. In particular, according to specialists at AS MARKETING, at this stage, the struggle for the client will force companies to differentiate its offer, creating brands for a particular target audience.

For example, ООО Agama Royal Greenland already intensively develops two brands: The Bay of Plenty and Agama. ООО Urenholt promotes the brand Emborg, calculated as at premium segment, and brand Delight, conforming to a wide audience of consumers in terms of price and quality. **IS**

2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



* Автор пожелал сохранить написание слова «брэнд» через «э», так как считает употребление этой гласной в слове более корректным.