

گزارش جامع بازار خرده فروشی (سوپرمارکتی)

۱۴۰۱

فهرست مطالب

۱ سهم بازار گروه های کالایی سوپرمارکتی

- ۹ ضرورت اطلاع از اندازه بازار
- ۱۰ گروه بندی محصولات در هایمارت
- ۱۱ تغییرات اندازه بازار ۱۴۰۰ به ۱۴۰۱
- ۱۳ اندازه بازار ریالی گروه های اصلی
- ۱۴ اندازه بازار ریالی گروه های فرعی

۴ محصولات برتر در سوپرمارکت ها

۶۴ محصولات برتر سوپرمارکتی

۵ اثر سیاست های تنظیم قیمت بر بازار

۸۲ اثر سیاست های دستوری تنظیم قیمت بر بازار

۲ برترین های صنعت FMCG

- ۱۸ رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۱
- ۲۳ رتبه و سهم بازار برند های برتر سال ۱۴۰۱
- ۳۱ برند های برتر استانی
- ۴۴ برند های برتر در مناطق ۲۲ گانه تهران

۶ تغییرات قیمت و میزان تورم در بازار FMCG

- ۹۰ شاخص تورم کل بازار (محصولات سوپرمارکتی)
- ۹۱ تورم سه سال گذشته در یک نگاه
- ۹۲ تورم در گروه های اصلی سوپرمارکتی
- ۱۰۰ درباره ما

۳ بررسی سبد های محصولی گروه های برتر

- ۵۲ بررسی تنوع و سهم سبد محصولات
- ۱۰ گروه برتر (بر اساس سهم بازار ریالی)

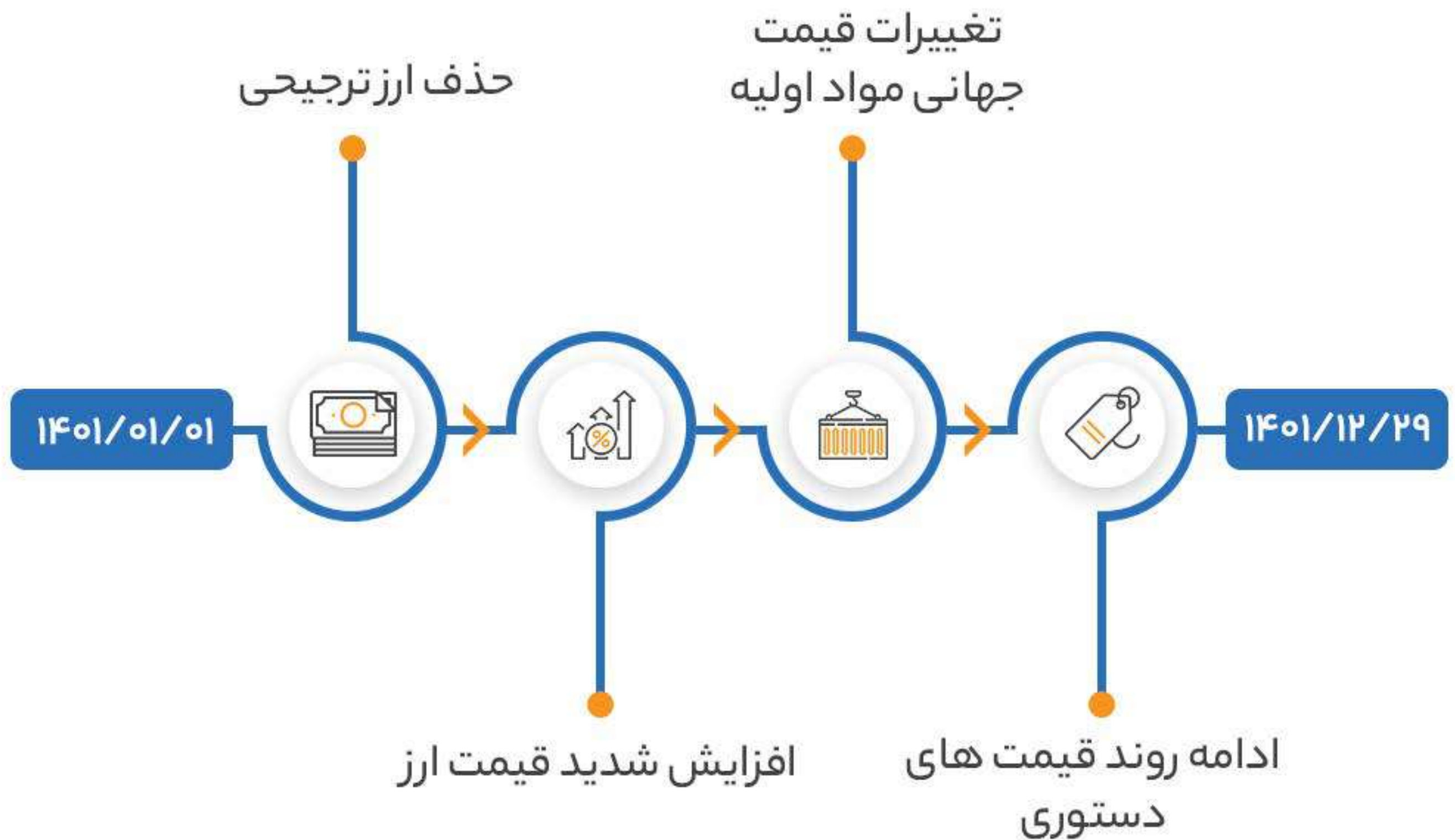
مقدمه

گزارش پیش رو، سومین گزارش جامع بازار مویرگی است که وضعیت بازار سوپرمارکتی ایران را در سال ۱۴۰۱ به تصویر می کشد.

در سال ۱۴۰۱ اتفاقات مهمی در بازار خرده فروشی روی داد که اهم آن **حذف ارز ترجیحی**، افزایش شدید قیمت ارز، تغییرات قیمت جهانی مواد اولیه و ادامه روند قیمت های دستوری بود.

لذا، علاوه بر گزارش های **کلان** و معرفی **برترین ها**ی صنعت، **تغییرات** مهم این بازار نیز مورد بررسی قرار گرفت.

اتفاقات مهم بازار خرده فروشی ۱۴۰۱





۷۰۰

بارکد جدید در هر هفته



۸۹۰۰۰

بارکد رصد شده



۹۹۲۱

برند



۳۴۲

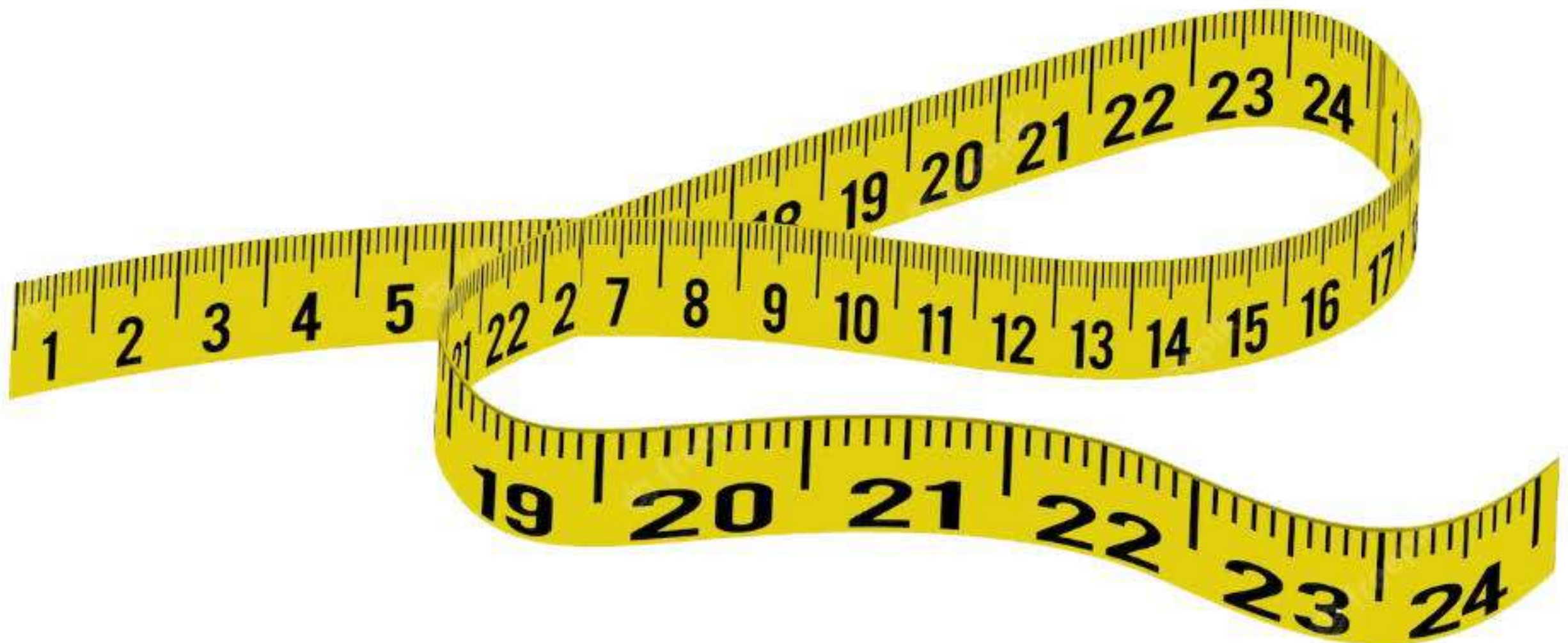
گروه کالایی

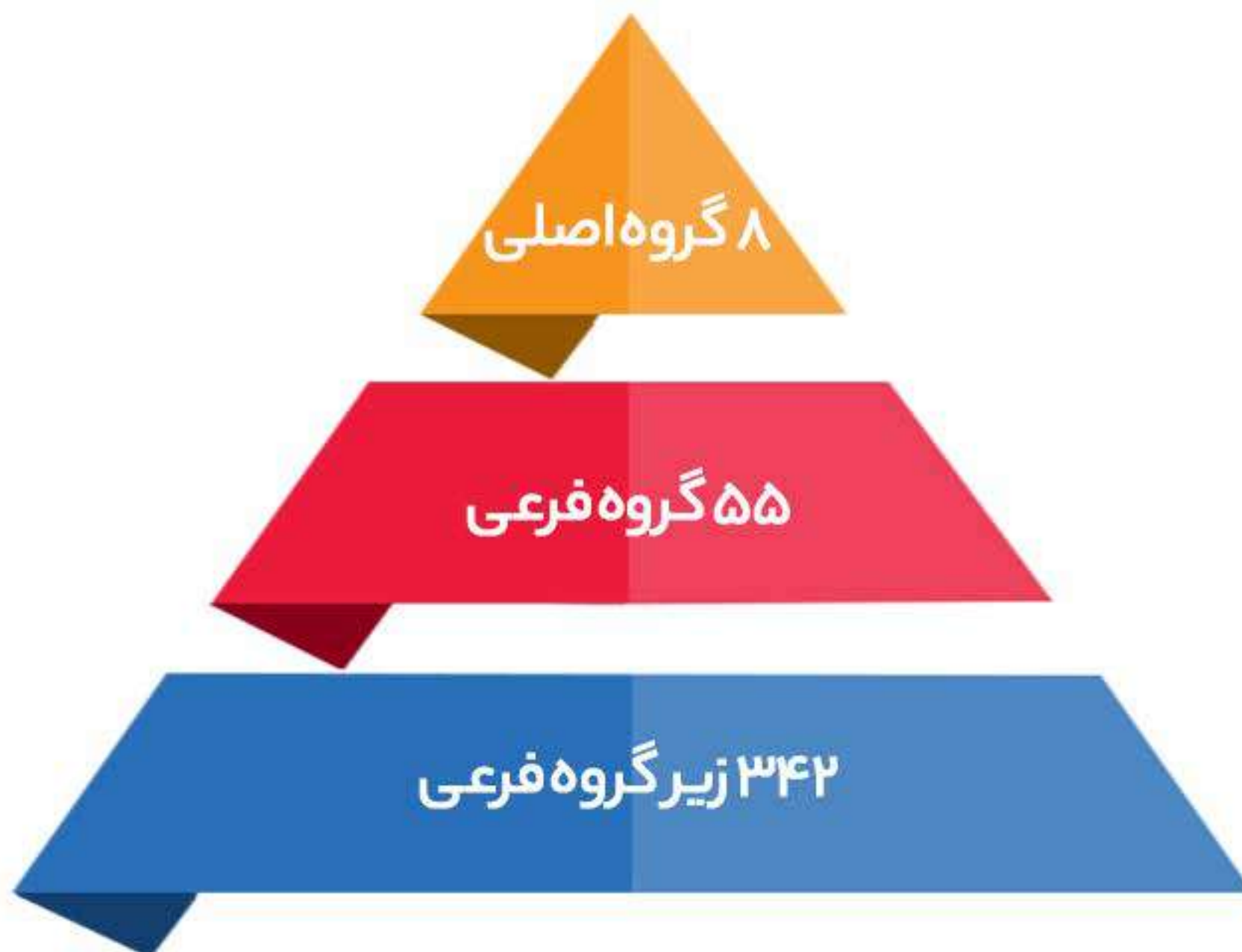
- داده های جمع آوری شده مربوط به **سوپرمارکت ها** است و قاعدتاً گروه ها، برندها و محصولات برتر مبتنی بر این داده ها استخراج شده است.
- بنابراین ممکن است برخی برندهایی که در فروشگاه های زنجیره ای فعالیت گسترده تری نسبت به مویرگی دارند، جایگاه پایین تری را کسب کرده باشند (البته بیش از ۸۵٪ بازار مربوط به سوپرمارکت ها است).
- داده های گزارش مربوط به استان های منتخب در کشور است و ممکن است که برخی از برندها در استان های دیگر حضور گسترده تری داشته باشند. پراکندگی فروشگاه های مورد بررسی در پایان گزارش ارائه شده است.





- چه گروه‌هایی با توجه به اندازه بازار و تغییرات آن برای **لانچ محصول** جدید مناسب است؟
- **سبد محصولات** فعلی شرکت شما چه سهمی از بازار را دارد؟
- کدام بازارها نسبت به سال‌های گذشته **تغییر** کرده اند؟
- با توجه به اندازه و روند بازار، **بودجه بازاریابی** کدام گروه کالایی شرکت، افزایش یا کاهش یابد؟



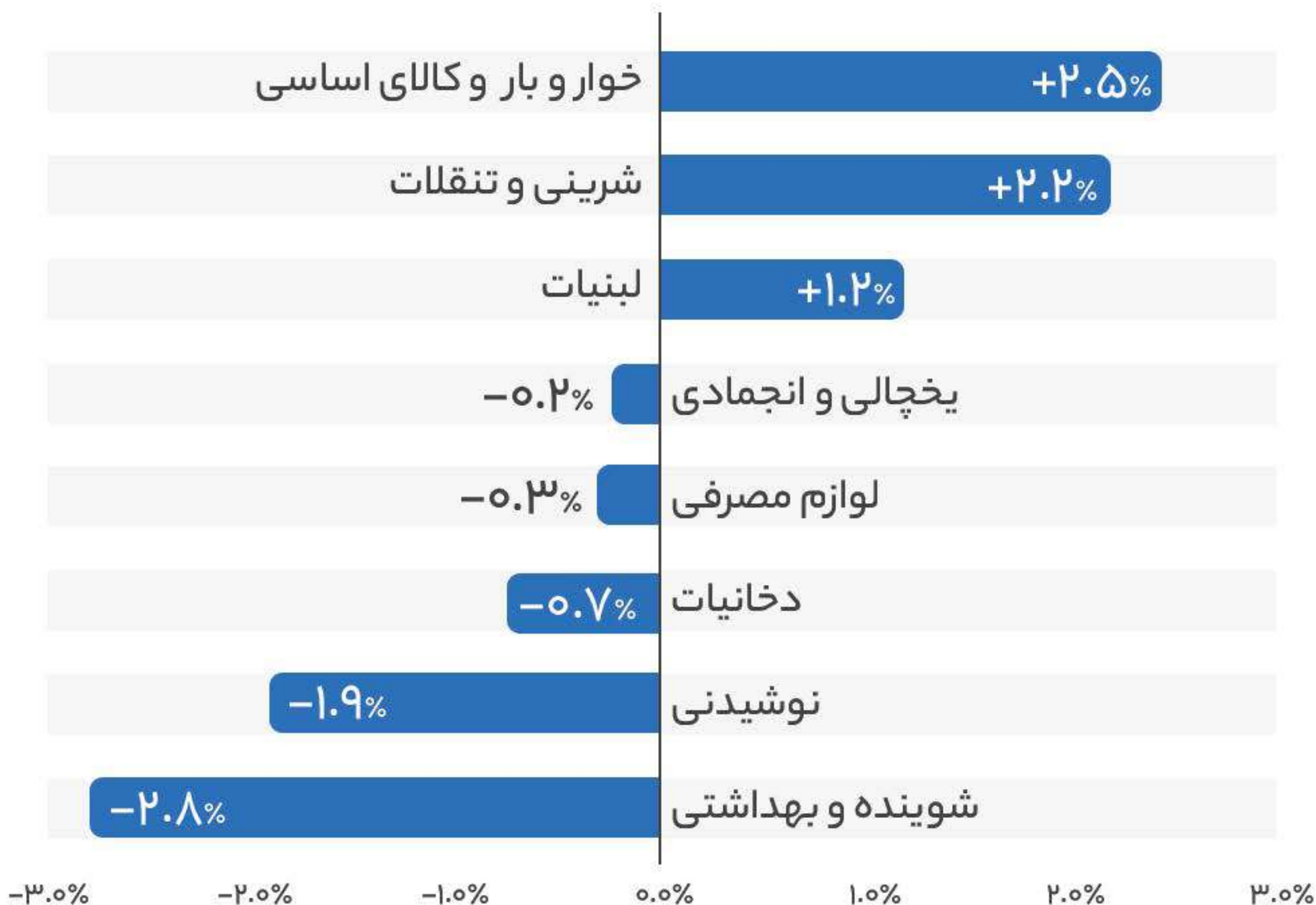


● در این گزارش کالاهای سوپرمارکتی در سه سطح طبقه بندی شده اند که طبقه اصلی شامل ۸ گروه می باشد.

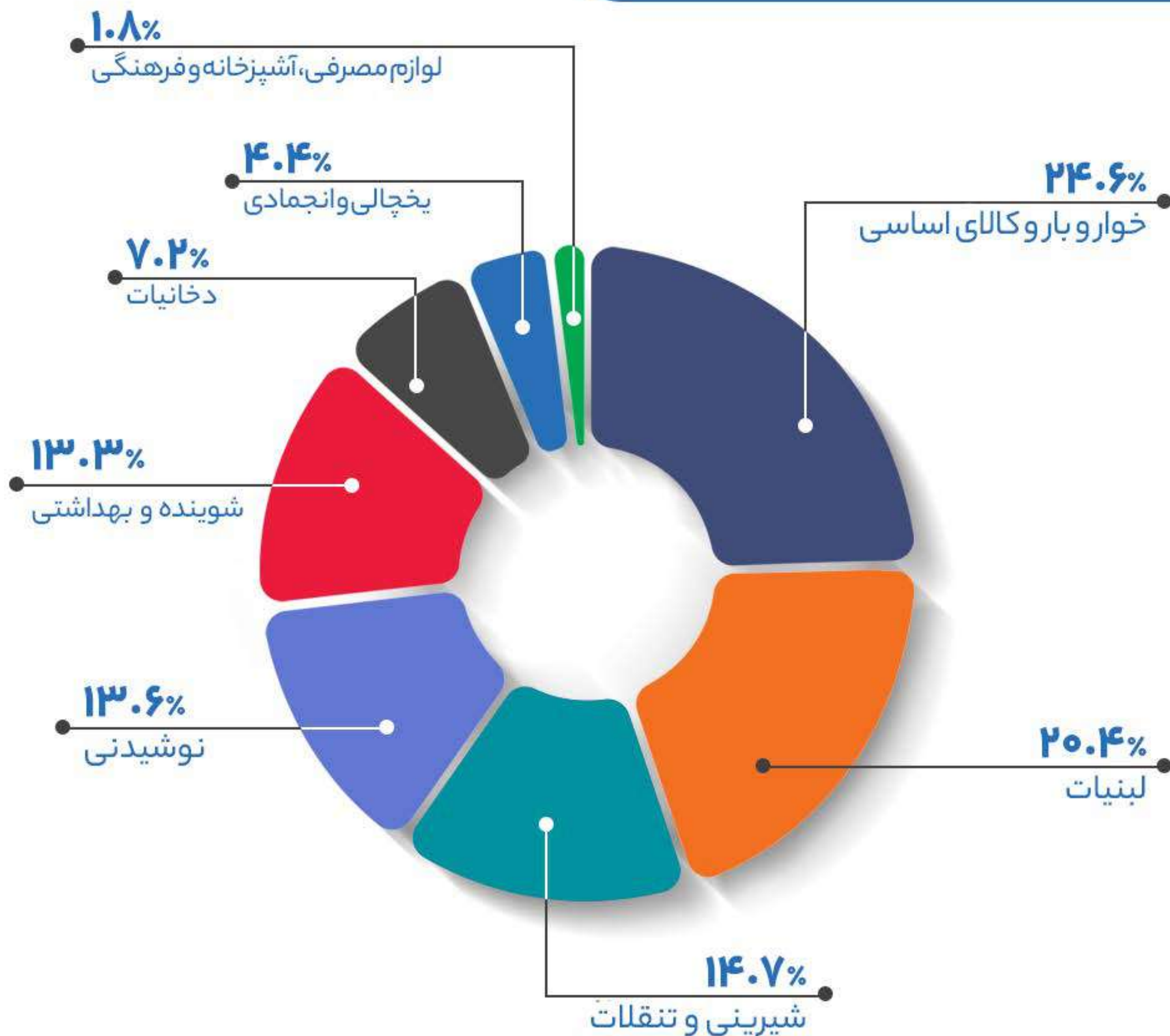
به عنوان مثال محصولی نظیر "روغن سرخ کردنی شفاف ۸۱۰ گرمی طبیعت" در گروه اصلی "خواربار و کالای اساسی"، گروه فرعی "روغن"، و زیرگروه فرعی "روغن سرخ کردنی" قرار می گیرد.

- تغییرات قابل توجه اندازه بازار گروه های کالایی ۱۴۰۱ ناشی از تورم خاص در برخی گروه ها بود. این تورم بیشتر در اثر حذف ارزش ترجیحی رخ داد.
- به عنوان مثال تورم کالاهای اساسی نزدیک به ۱۳۰٪ بود در حالیکه تورم در گروه شوینده بهداشتی تنها در حدود ۳۵٪ بود.
- لذا با وجود **کاهش** مصرف کالاهای اساسی، اندازه بازار آن از ۲۲٫۱ به ۲۴٫۶ **افزایش** یافت؛ در صورتی که اندازه بازار شوینده ها علیرغم **عدم کاهش** مصرف از ۱۶ به ۱۳٫۳ **کاهش** یافت.

تغییرات اندازه بازار ۱۴۰۰ به ۱۴۰۱



اندازه بازار ریالی گروه های اصلی



اندازه بازار ریالی گروه های فرعی

سال ۱۴۰۰

سال ۱۴۰۱

۴.۵%	روغن		۷.۹%
۷.۹%	دخانیات		۷.۲%
۷.۱%	نوشیدنی گازدار		۶.۶%
۳.۴%	چیپس و اسنک		۴.۲%
۳.۵%	پنیر		۴.۰%
۳.۶%	ماست		۳.۶%
۳.۸%	بستنی		۳.۵%
۳%	شیرتازه		۳.۳%
۴%	چای و قهوه		۳.۲%

اندازه بازار ریالی گروه های فرعی

سال ۱۴۰۰

سال ۱۴۰۱

۲.۸%	بیسکویت		۳%
۳.۱%	آبمیوه و شربت		۳%
۲.۱%	کیک		۲.۹%
۳%	پروتئینی		۲.۶%
۲.۹%	بهداشت مادر و کودک		۲.۵%
۲.۷%	شوینده لباس		۲.۴%
۱.۸%	ماکارونی و رشته		۲.۳%
۱.۹%	تنقلات		۲.۲%
۱.۹%	سس		۲.۲%





گروه برتر بازار خرده فروشی سال ۱۴۰۱ (براساس سهم بازار ریالی)



- 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 آباطعم پرشین، دینا توس، صنایع غذایی دینا، صنایع غذایی سپاس مهر است.
- 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 ۱۴۰۱



رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

۱۱	۱.۸۰% ▲	فروش
۱۲	۱.۶۱% ▼	هنگل یاک رتق
۱۳	۱.۵۸% ▲	شیرین عسل
۱۴	۱.۵۷% ▲	پاک
۱۵	۱.۵۵% ▲	حیات
۱۶	۱.۳۱% ▲	دامران
۱۷	۱.۲۴% ▲	مینو
۱۸	۱.۰۶% ▲	دومینو
۱۹	۱.۰۱% ▼	گشت
۲۰	۰.۹۰% ▼	BAT
۲۱	۰.۸۳% ▲	Unilever
۲۲	۰.۸۰% ▼	یاددانا
۲۳	۰.۷۹% ▼	Zarrin
۲۴	۰.۷۱% ▲	دلپذیر
۲۵	۰.۷% ▲	زر ماکارون
۲۶	۰.۶۹% ▲	ملا
۲۷	۰.۶۵% ▲	HYPE
۲۸	۰.۶۱% ▲	مه رام
۲۹	۰.۵۹% ▼	عالیسا
۳۰	۰.۵۷% ▲	ساسان

رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

۳۱	زرد زرد	▲ ۰.۵۶%	۴۱	ههراز	▼ ۰.۴۵%
۳۲	رادار	▲ ۰.۵۵%	۴۲	رانس	▲ ۰.۴۴%
۳۳	Nestle®	▲ ۰.۵۵%	۴۳	نامچی	▲ ۰.۴%
۳۴	مانا	▲ ۰.۵۲%	۴۴	نظری	▲ ۰.۴%
۳۵	سه‌نان	▲ ۰.۵۱%	۴۵	تک‌ماکارون	▲ ۰.۳۸%
۳۶	دوغ‌زال	▼ ۰.۵۰%	۴۶	سان‌استار	▼ ۰.۳۷%
۳۷	آماده لذیذ	▲ ۰.۵۰%	۴۷	شیلتون	▲ ۰.۳۷%
۳۸	درنا	▲ ۰.۵۰%	۴۸	شهرک‌زاد	▲ ۰.۳۶%
۳۹	پرنه‌تن	▼ ۰.۴۹%	۴۹	شکلی	▲ ۰.۳۵%
۴۰	خودمنر	▼ ۰.۴۷%	۵۰	دخانیات ایران	▲ ۰.۳۵%

رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۱

● فعالیت بیش از ۹۹۲۱ برند در سال ۱۴۰۱ در سطح سوپرمارکت های کشور

● ۸۰٪ ریال فروش در تصاحب ۲۲۹ برند

● ۸۰٪ فروش برای ۵٪ محصولات

۸۰٪
بازار

۱۰۰٪
بازار

برند برتر بازار خرده فروشی سال ۱۴۰۱ (براساس سهم بازار ریالی)



- برخی شرکت ها فقط بایک برند و برخی دیگر محصولات خود را با برندهای مختلف به بازار عرضه می کنند.
- به عنوان **مثال** بخش عمده محصولات تولیدی گروه میهن بایک برند (میهن) عرضه می شود. درحالیکه بسیاری از شرکت ها از برندهای مختلف برای گروه های کالایی خود بهره می برند.

رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۱



رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

۱۱	شیرین عسل	▲ ۱.۴۷%	۲۱	دلپذیر	▲ ۰.۷۱%
۱۲	دامران	▲ ۱.۳۱%	۲۲	زرماکارون	▲ ۰.۶۹%
۱۳	سایج	▼ ۱.۲۷%	۲۳	شیبا	▲ ۰.۶۷%
۱۴	اویلا	▲ ۱.۱۲%	۲۴	غنیه	▲ ۰.۶۶%
۱۵	دومینو	▲ ۱.۰۶%	۲۵	پریل	▼ ۰.۶۴%
۱۶	مینو	▲ ۱.۰۰%	۲۶	مهرام	▲ ۰.۶۱%
۱۷	دوغار	▲ ۰.۸۲%	۲۷	فامیلا	▲ ۰.۵۹%
۱۸	گشت	▼ ۰.۷۸%	۲۸	عالیسا	▼ ۰.۵۸%
۱۹	آکتیو	▼ ۰.۷۵%	۲۹	مولفیکس	▲ ۰.۵۸%
۲۰	پرسیل	▼ ۰.۷۳%	۳۰	KENT	▼ ۰.۵۸%

رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

▲ ۰.۴۵%	هایلی	۴۱	▲ ۰.۵۵%	رادک	۳۱
▲ ۰.۴۰%	نامچی	۴۲	▲ ۰.۵۲%	مانا	۳۲
▲ ۰.۴۰%	نظری	۴۳	▲ ۰.۵۱%	سهانان	۳۳
▲ ۰.۴۰%	NESCAFÉ	۴۴	▲ ۰.۵۰%	دوغزال	۳۴
▲ ۰.۴۰%	الیت	۴۵	▲ ۰.۵۰%	درنا	۳۵
▲ ۰.۳۹%	HYPE	۴۶	▼ ۰.۴۹%	مای بیبی	۳۶
▼ ۰.۳۸%	گلرنگ	۴۷	▼ ۰.۴۸%	سافتلن	۳۷
۰.۳۸%	مکنزی	۴۸	▼ ۰.۴۷%	خودمن	۳۸
▲ ۰.۳۷%	تک ماکارون	۴۹	▲ ۰.۴۶%	زدرم	۳۹
▲ ۰.۳۶%	شیلتن	۵۰	▼ ۰.۴۵%	هزار	۴۰

رتبه و سهم بازار برند های برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

۵۱	شهرزاد	▲ ۰.۳۶%
۵۲	سان استار	▼ ۰.۳۵%
۵۳	شکلی	▲ ۰.۳۵%
۵۴	لاله	▲ ۰.۳۳%
۵۵	پمپین	▼ ۰.۳۲%
۵۶	سول	▼ ۰.۳۲%
۵۷	شونیز	▲ ۰.۳۲%
۵۸	فیروز	▲ ۰.۳۲%
۵۹	فانتا	▼ ۰.۳۱%
۶۰	پپسی	▼ ۰.۳۱%
۶۱	آرام	▼ ۰.۳۱%
۶۲	صبح	▲ ۰.۳۰%
۶۳	سنگینک	۰.۳۰%
۶۴	چوپان	▲ ۰.۲۹%
۶۵	G1	▲ ۰.۲۹%
۶۶	عقاب	۰.۲۹%
۶۷	یاپا	▲ ۰.۲۹%
۶۸	تست	۰.۲۹%
۶۹	نادری	۰.۲۹%
۷۰	گلار	▲ ۰.۲۸%

رتبه و سهم بازار برند های برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

۰.۲۵%		۸۱	۰.۲۸%	آنانا	۷۱
۰.۲۵%	نان آفرین	۸۲	۰.۲۸%	سحر	۷۲
۰.۲۵%	<i>کوبه خیز</i>	۸۳	۰.۲۸%	<i>سپرایت</i>	۷۳
۰.۲۵%	رعنا	۸۴	۰.۲۸%	چاکلز	۷۴
۰.۲۵%	کتو	۸۵	۰.۲۶%	Life	۷۵
۰.۲۴%	سه لیکه	۸۶	▲ ۰.۲۶%	دلستر	۷۶
۰.۲۴%	نار	۸۷	۰.۲۶%	بهمن	۷۷
۰.۲۴%	صحت	۸۸	۰.۲۶%	<i>ورامین</i>	۷۸
▲ ۰.۲۴%	Meghna	۸۹	۰.۲۵%	روزانه	۷۹
۰.۲۲%	<i>پژشک</i>	۹۰	۰.۲۵%	تبرک	۸۰

رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۱

کاهش ▼ یا افزایش ▲ نسبت به سال ۱۴۰۰

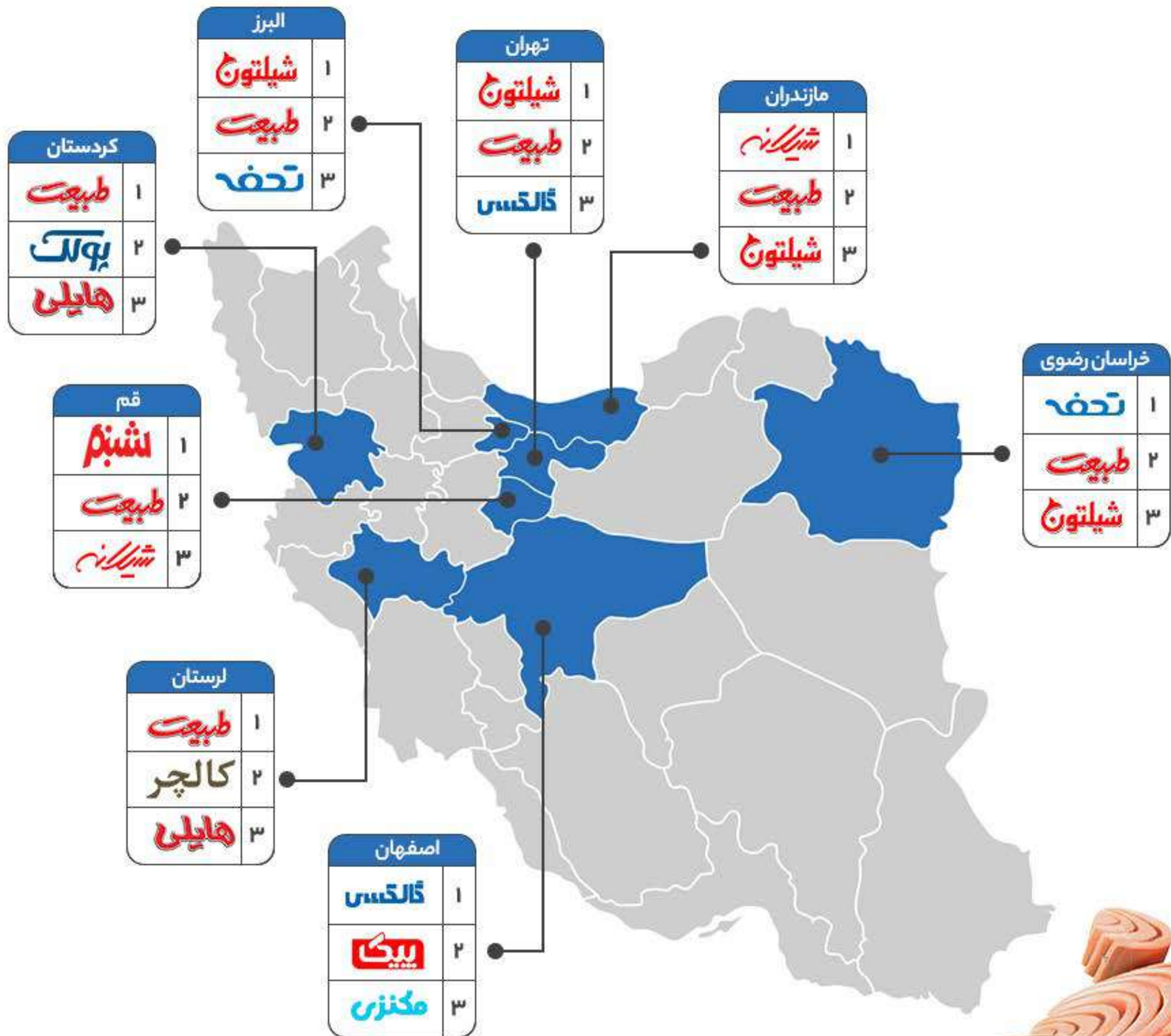
۰.۲۰%	ویتانا	۹۶	۰.۲۲%	دُنِت	۹۱
۰.۲۰%	پیتا	۹۷	۰.۲۲%	لینا	۹۲
۰.۱۹%	گلها	۹۸	۰.۲۱%	مطهر	۹۳
۰.۱۸%	موسوی	۹۹	۰.۲۱%	BLACK BUTIN	۹۴
▲ ۰.۱۸%	پاندا	۱۰۰	▲ ۰.۲۰%	ایستک	۹۵



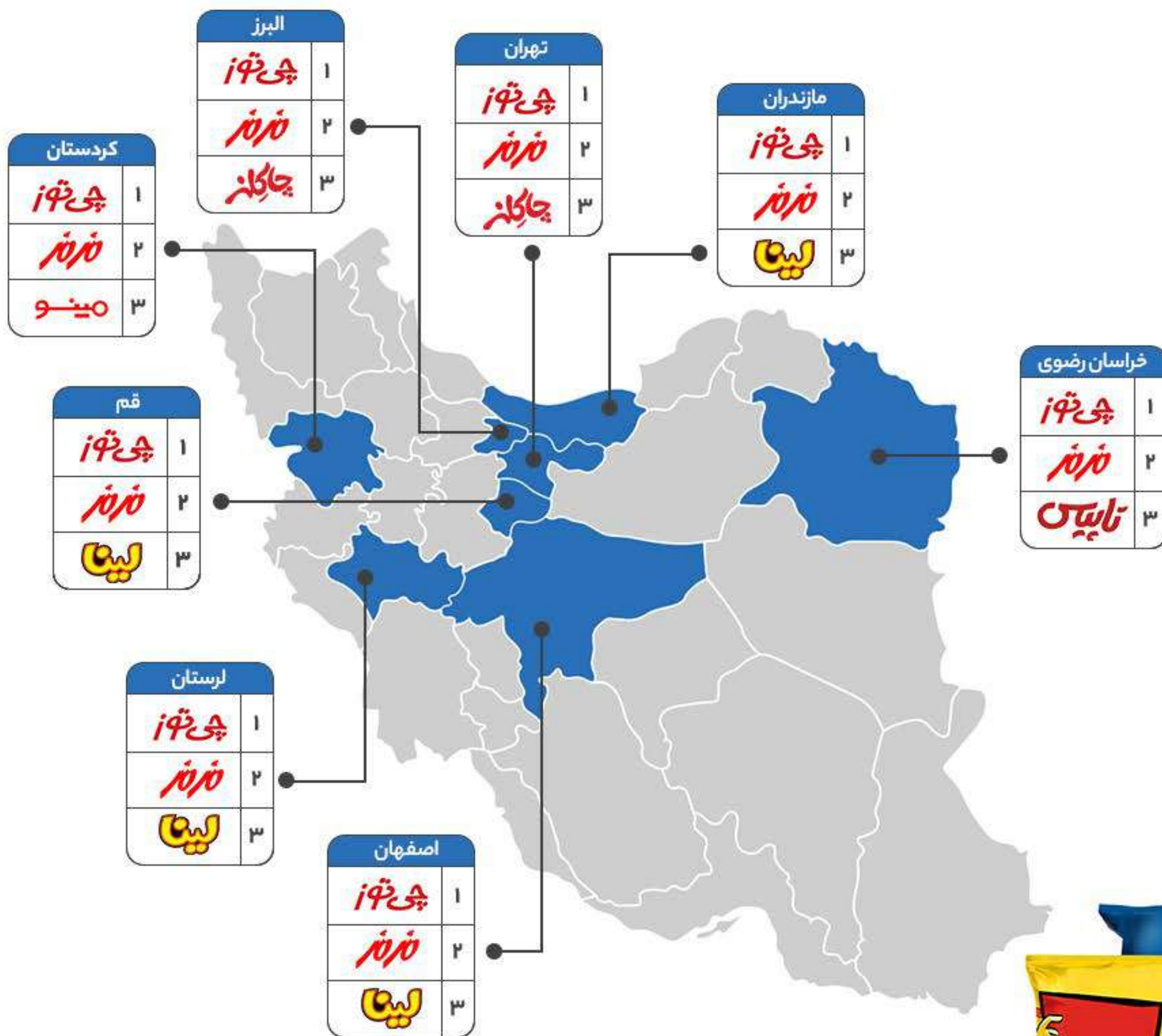
بازار فقط تهران نیست!

- با توجه به تمرکز برندهای برتر بر بازار تهران، شرکت‌ها از رقبای خود در سایر استان‌ها غافل هستند در حالی که جایگاه متفاوتی از برندها در استان‌های مختلف به چشم می‌خورد.
- لذا در این بخش از گزارش، لیدرهای ۱۱ گروه سوپرمارکتی در استان‌های مختلف نمایش داده شده است.

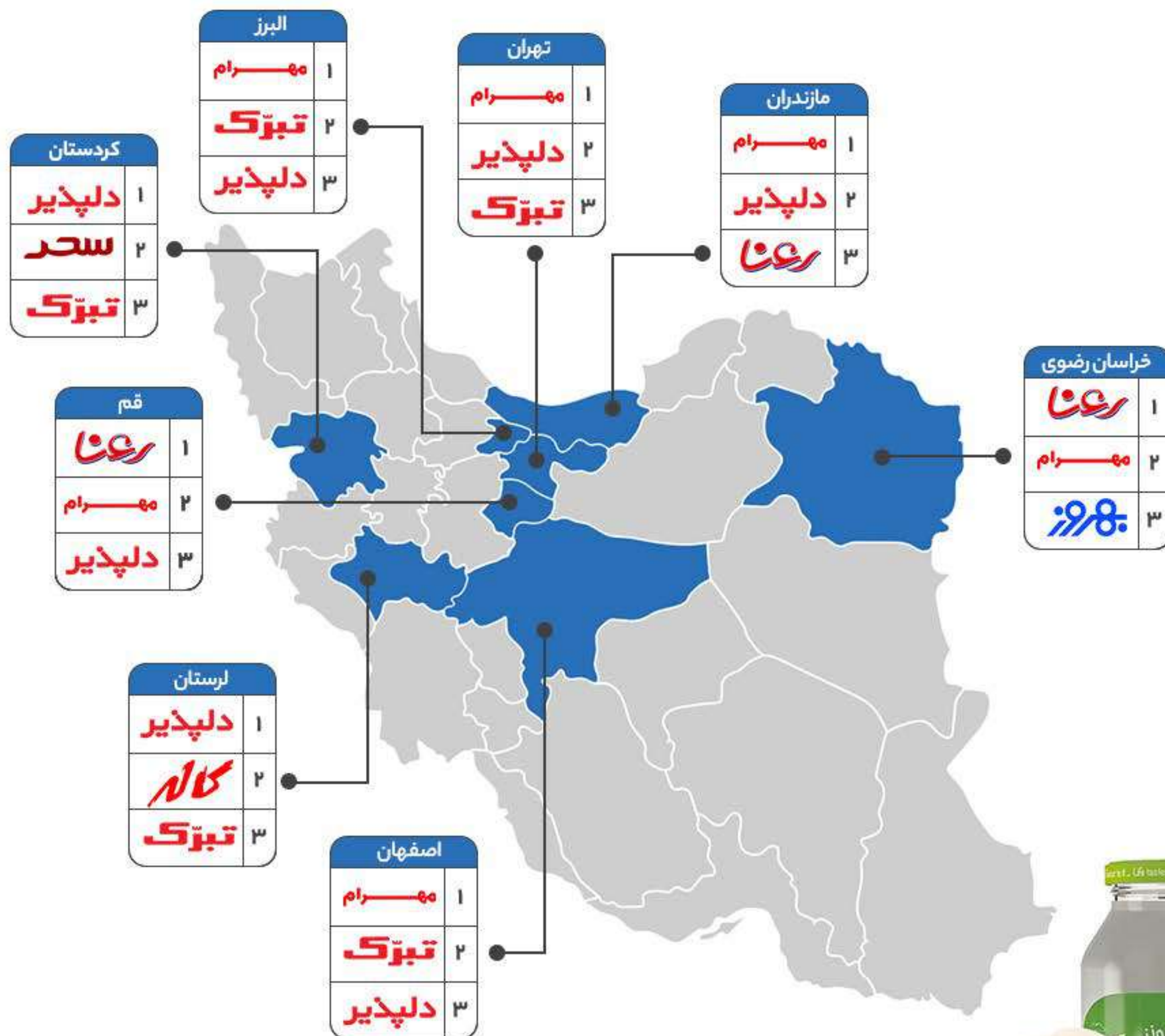
برندهای برتر گروه کالایی "تون ماهی" در استانها



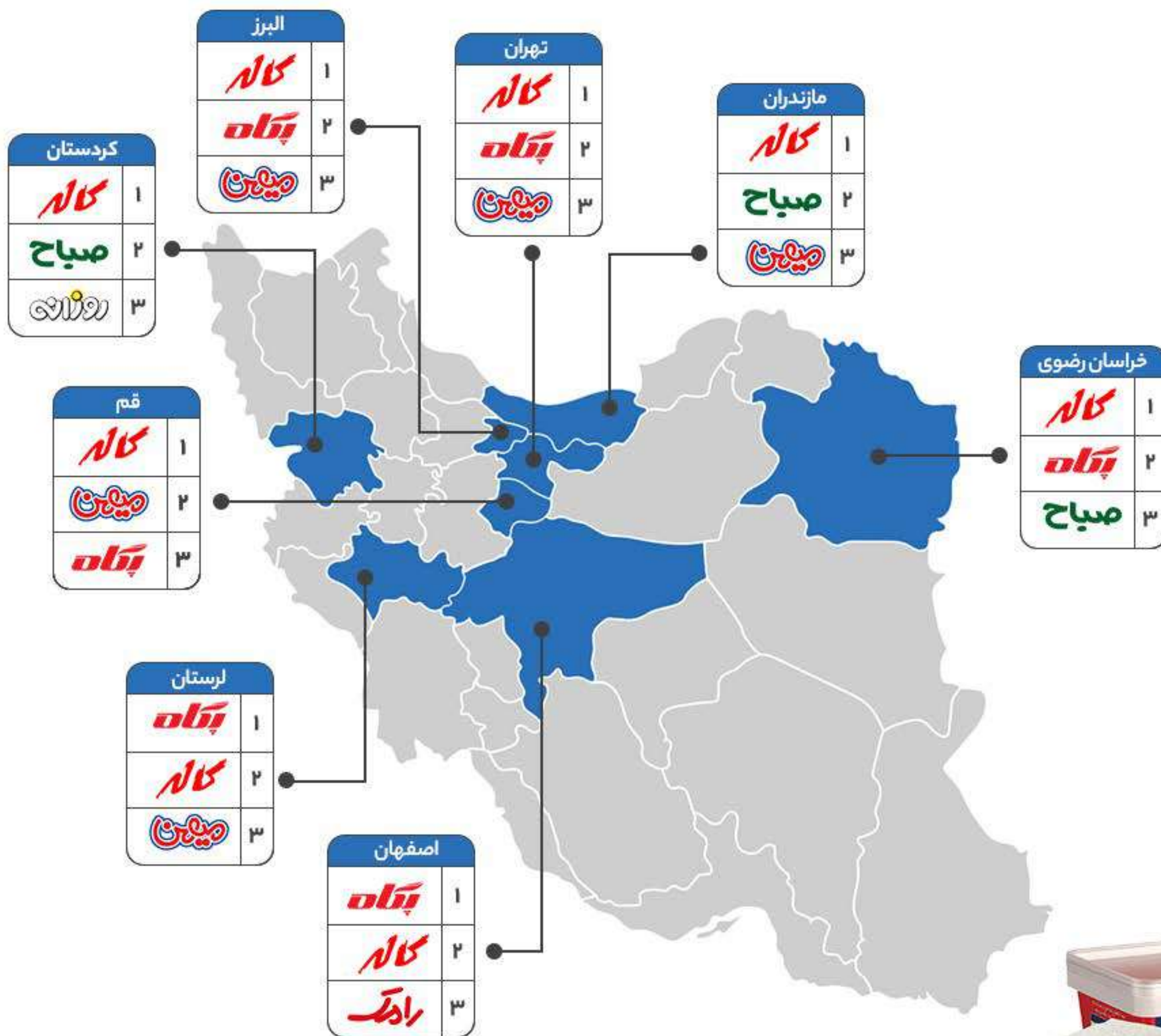
برندهای برتر گروه کالایی "چیپس و اسنک" در استانها



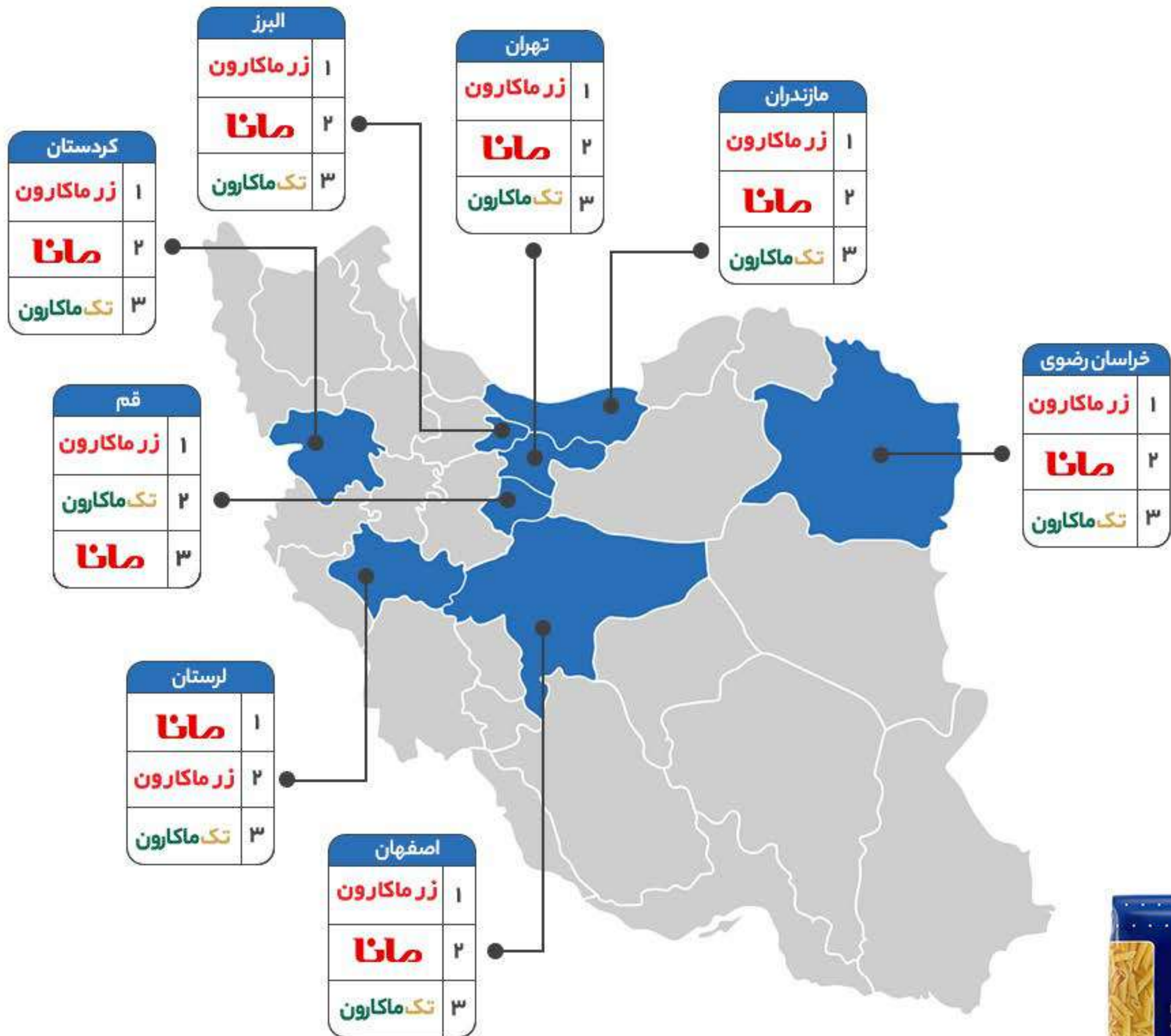
برندهای برتر گروه کالایی "سس مایونز" در استانها



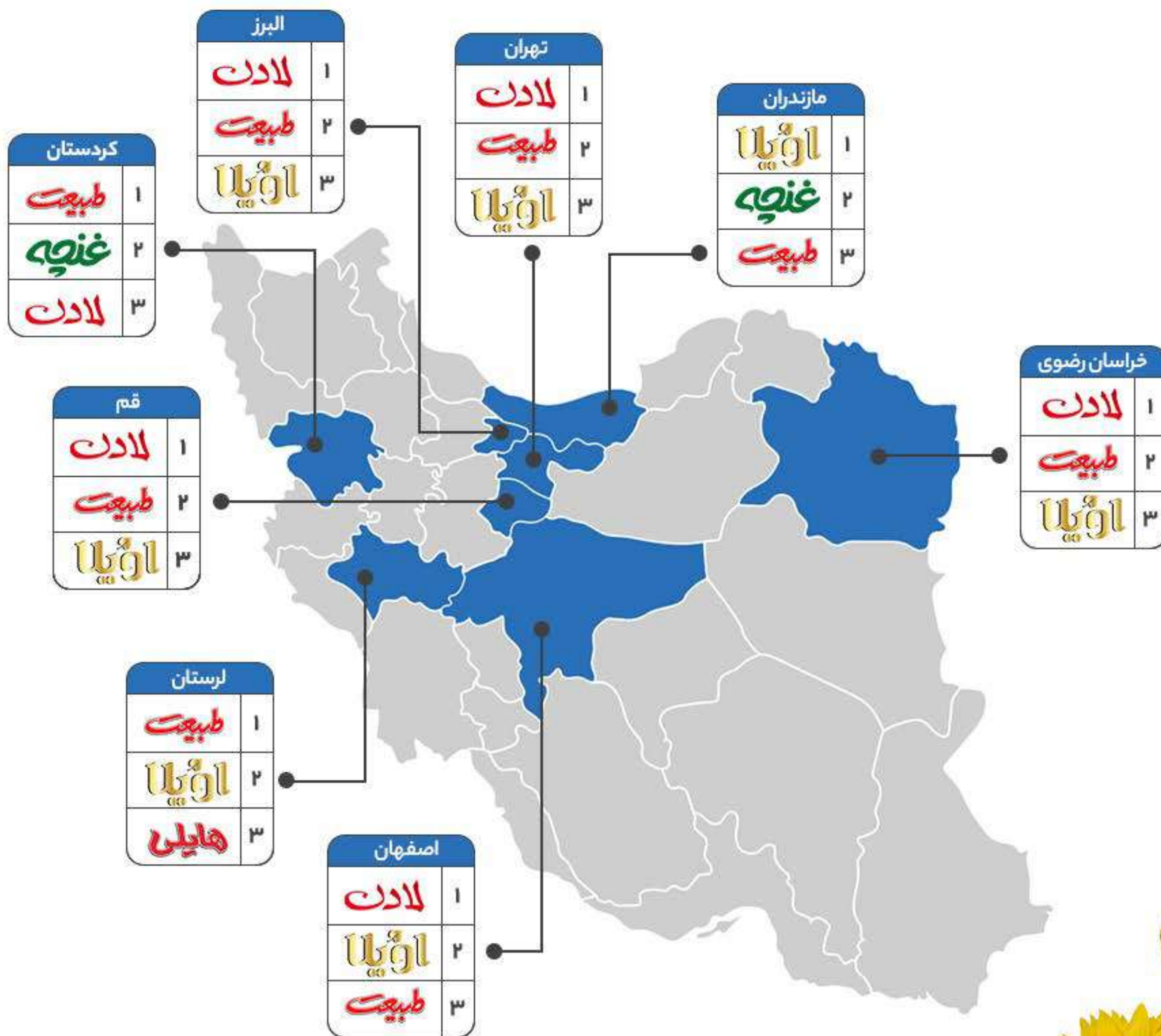
برندهای برتر گروه کالایی "پنیر" در استانها



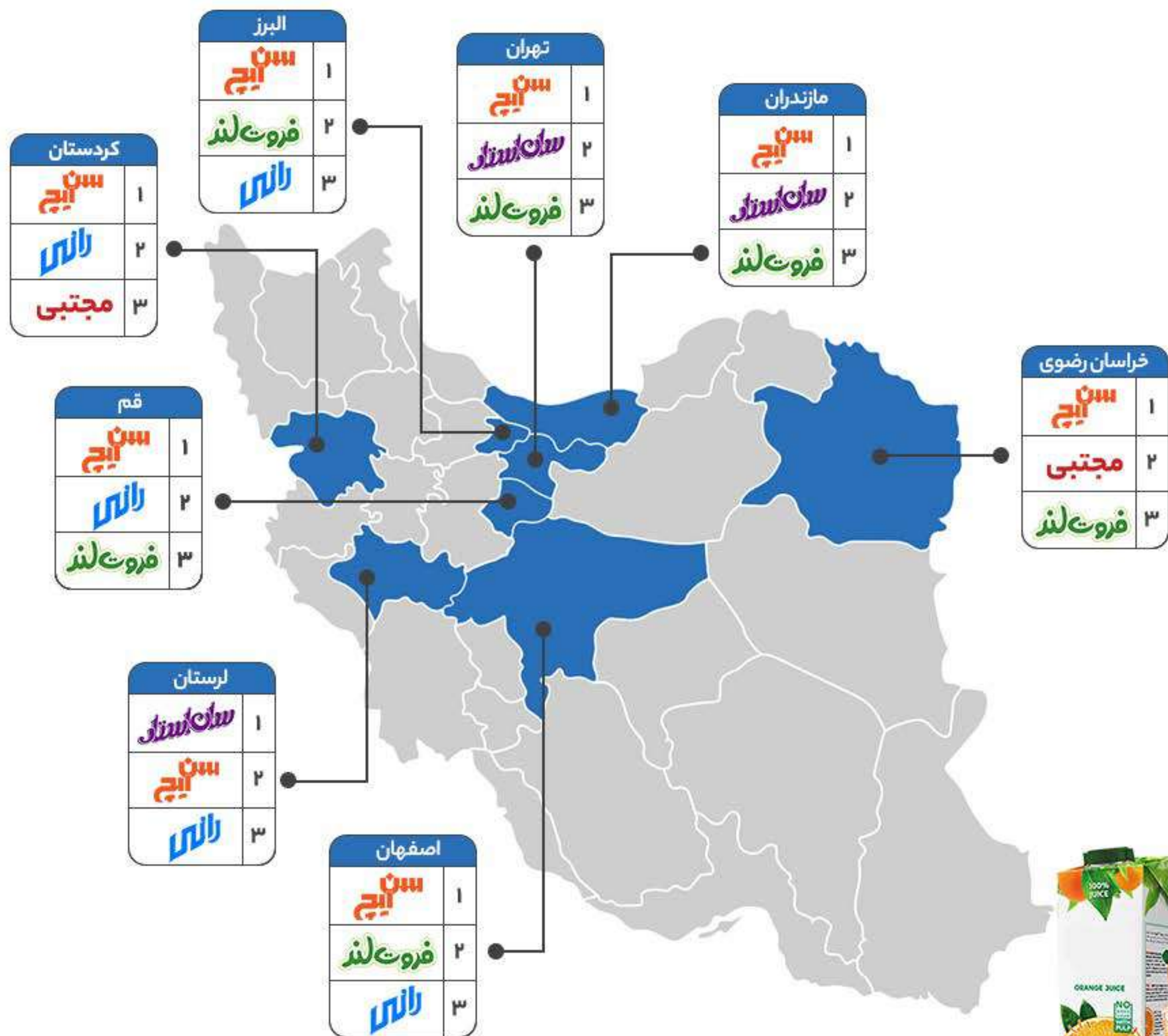
برندهای برتر گروه کالایی "ماکارونی" در استانها



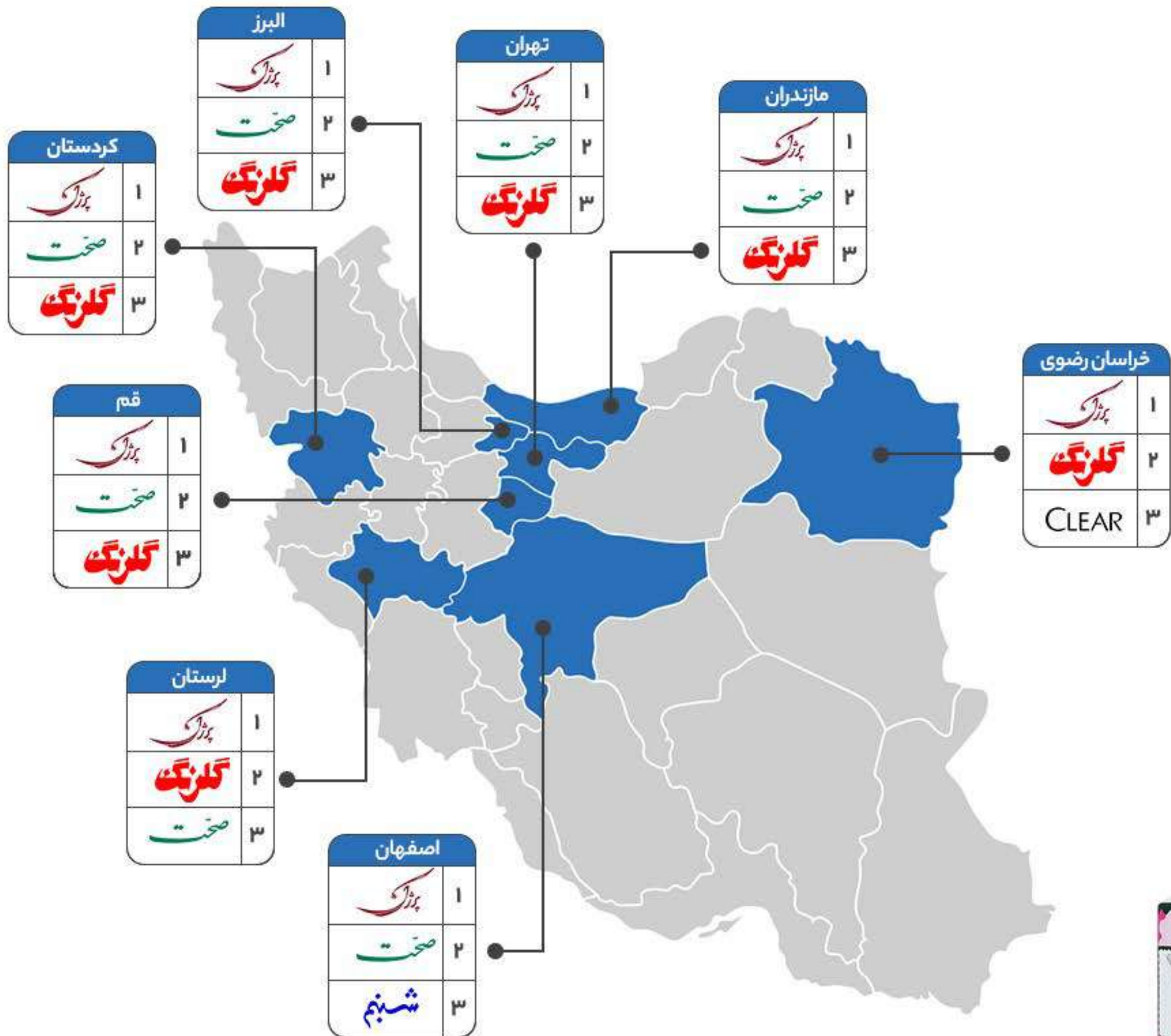
برندهای برتر گروه کالایی "روغن" در استانها



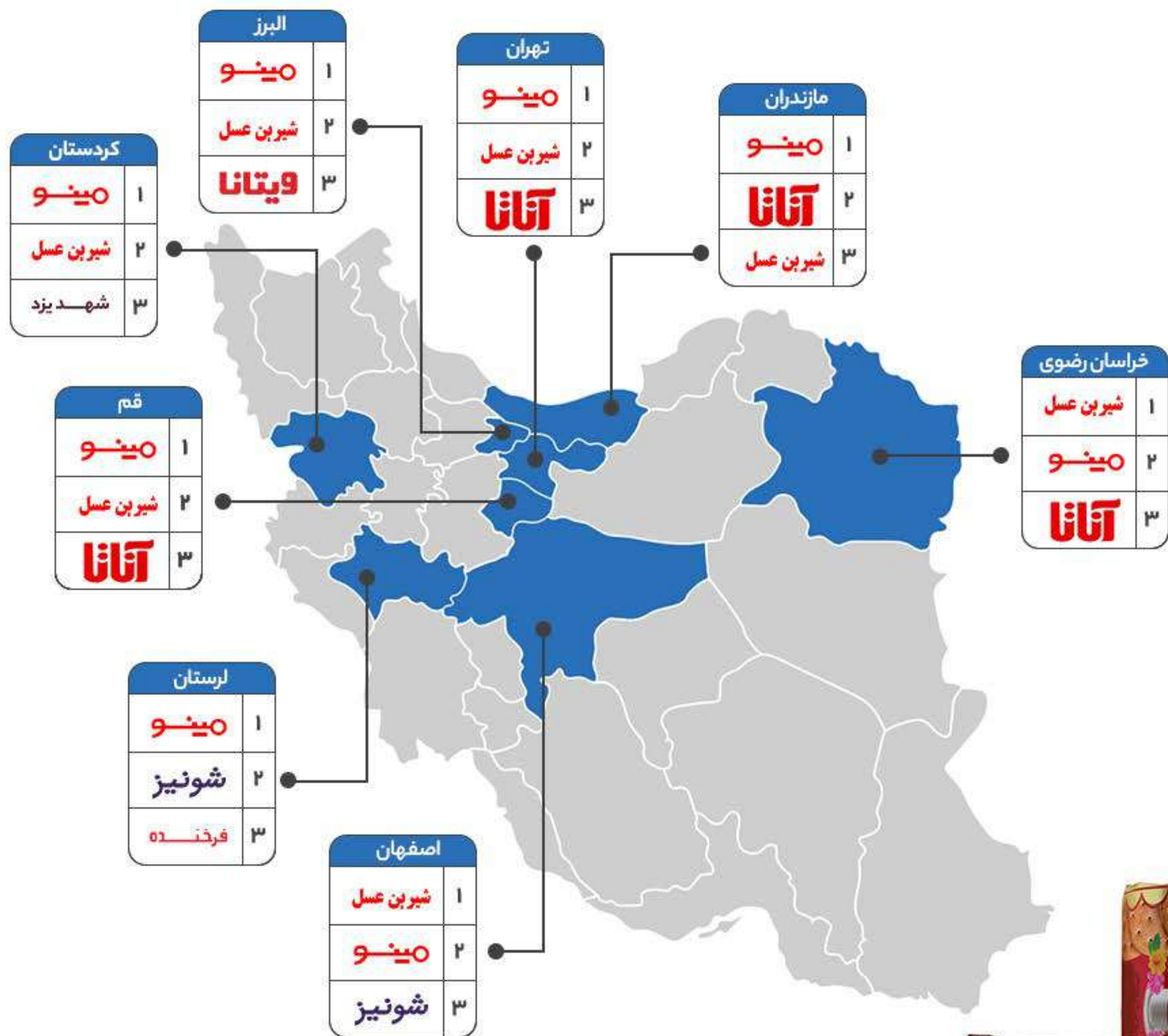
برندهای برتر گروه کالایی "آبمیوه و شربت" در استانها



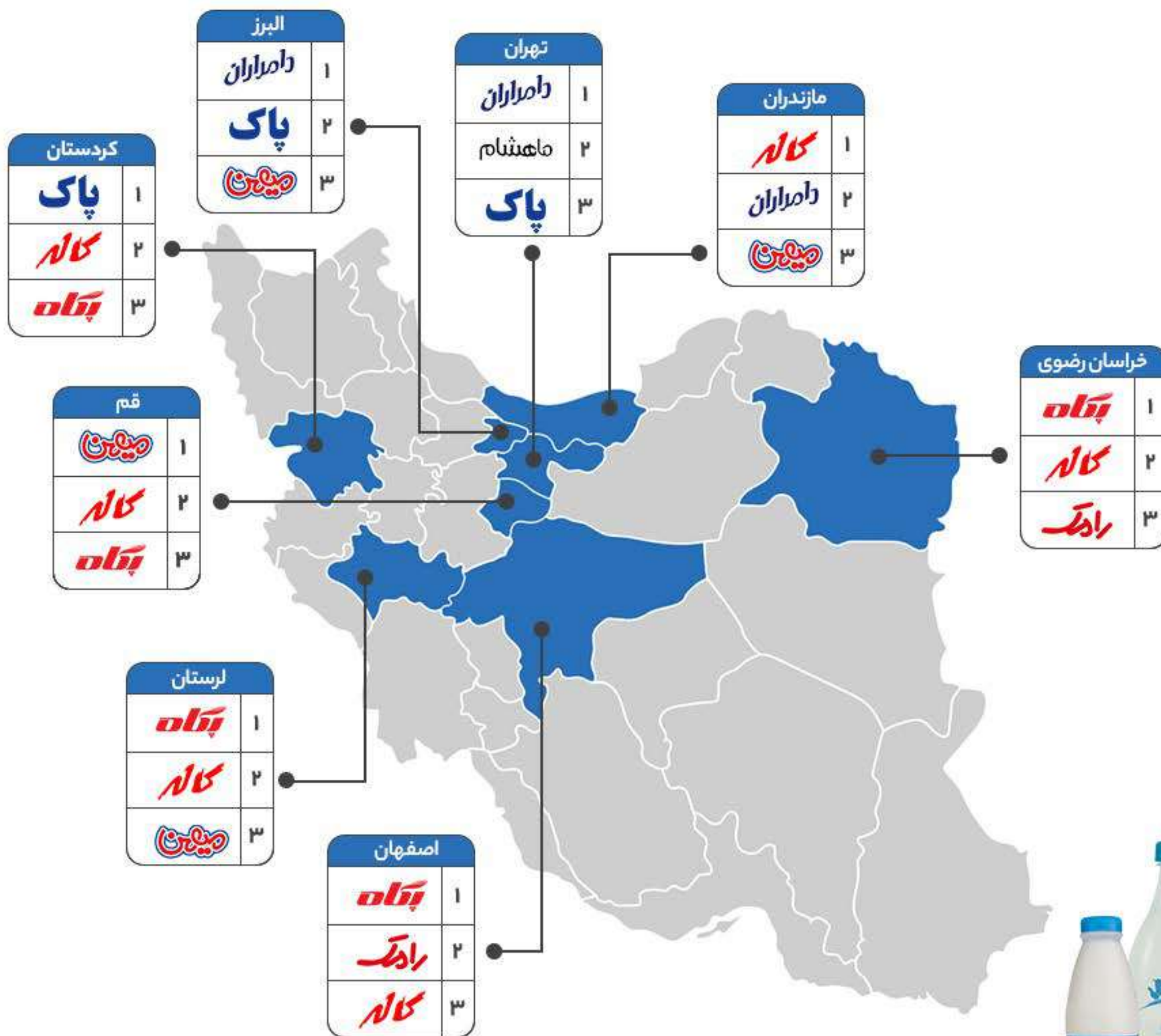
برندهای برتر گروه کالایی "شامپو" در استانها



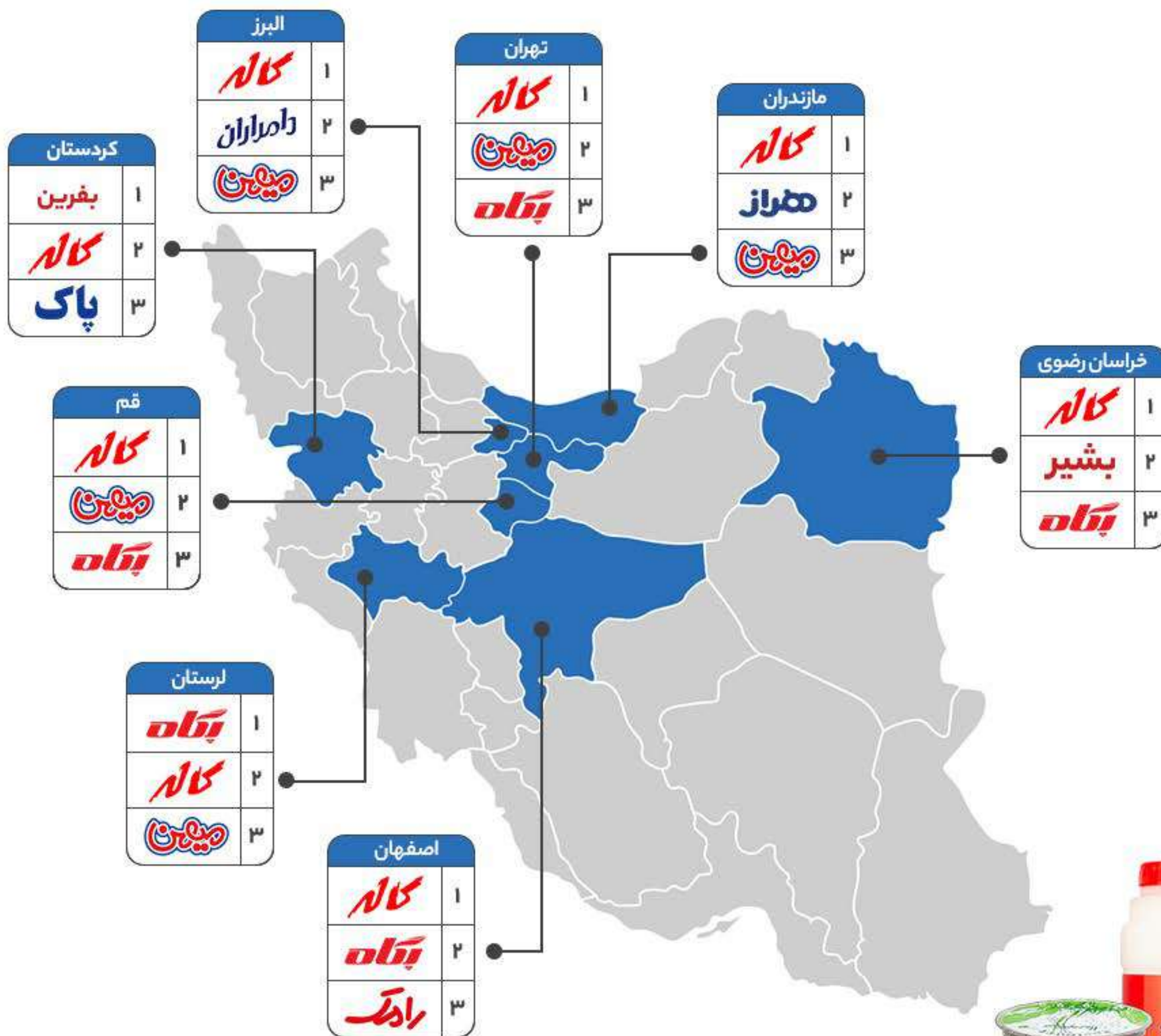
برندهای برتر گروه کالایی "بیسکویت" در استانها



برندهای برتر گروه کالایی "شیر تازه" در استانها



برندهای برتر گروه کالایی "ماست" در استانها



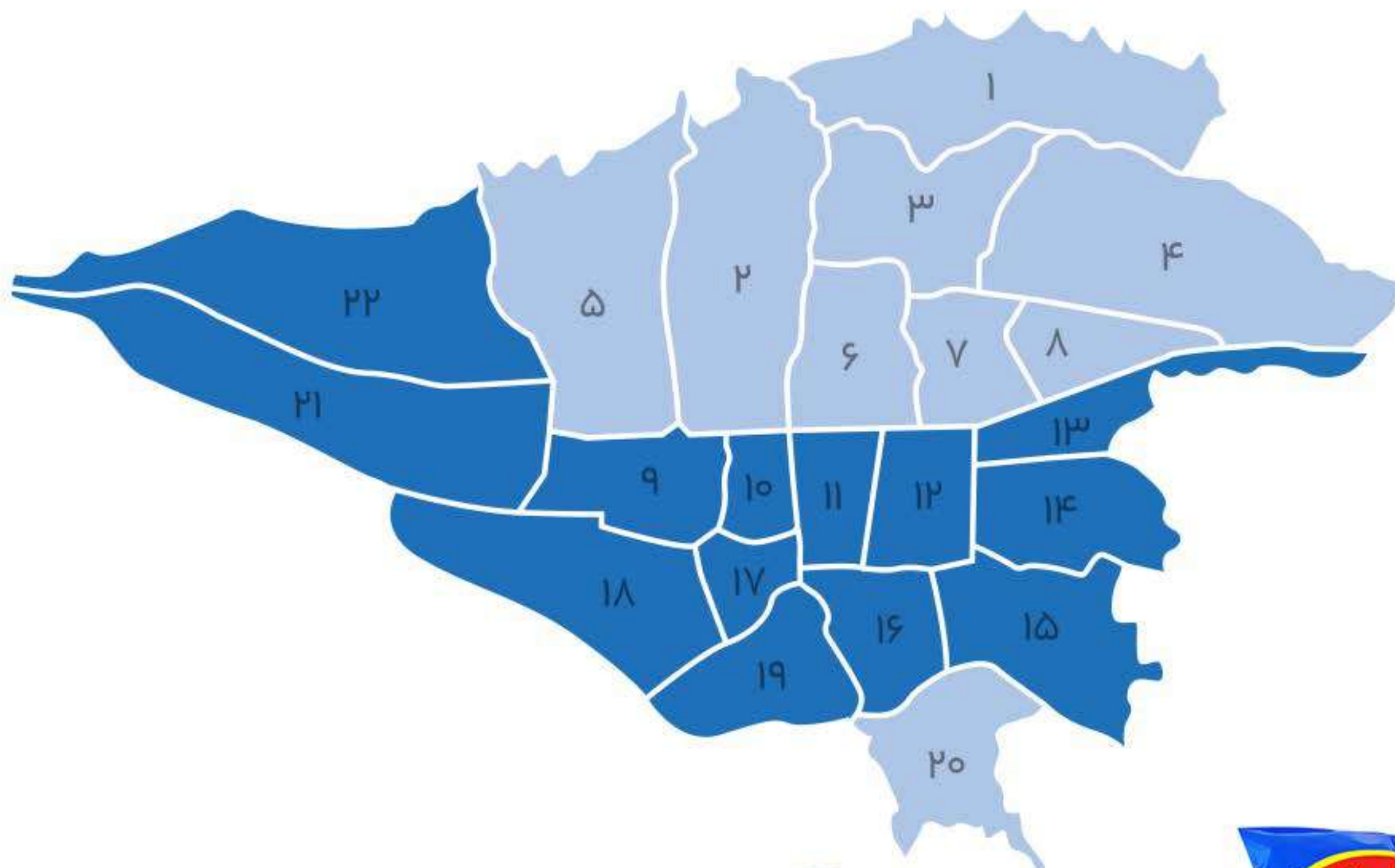


● نه تنها در استان های مختلف، جایگاه برندها متفاوت است حتی در مناطق مختلف شهر تهران نیز فرهنگ مصرف مردم تفاوت قابل توجهی را در بازار رقم زده است. از این رو، برندهای برتر در برخی از گروه های کالایی منتخب مورد بررسی قرار گرفت.

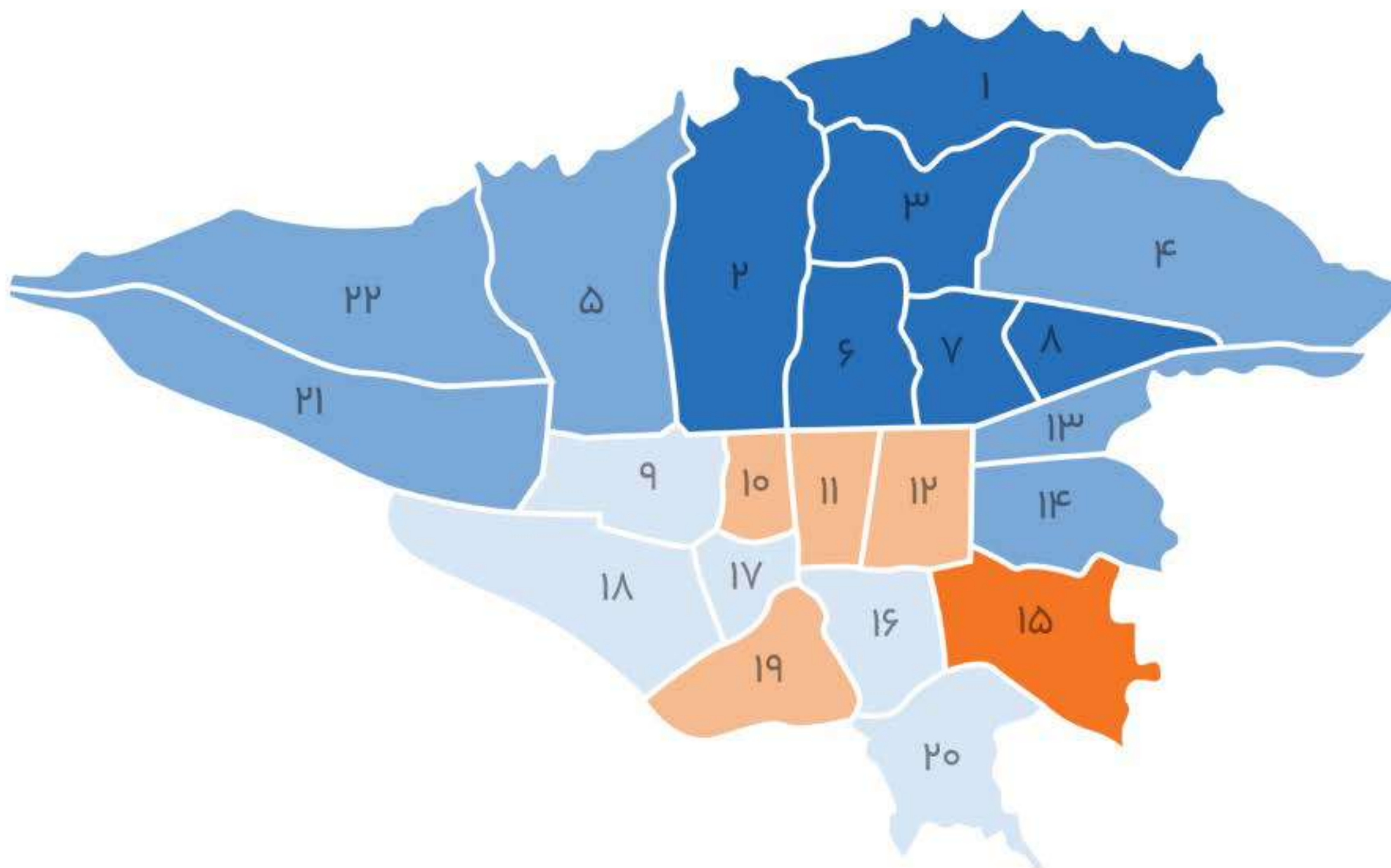
معرفی برندهای برتر در مناطق ۲۲ گانه تهران



برند برتر گروه کالایی "چیپس و اسنک" در مناطق تهران



برند برتر گروه کالایی “دستمال” در مناطق تهران



کنو

سکوه

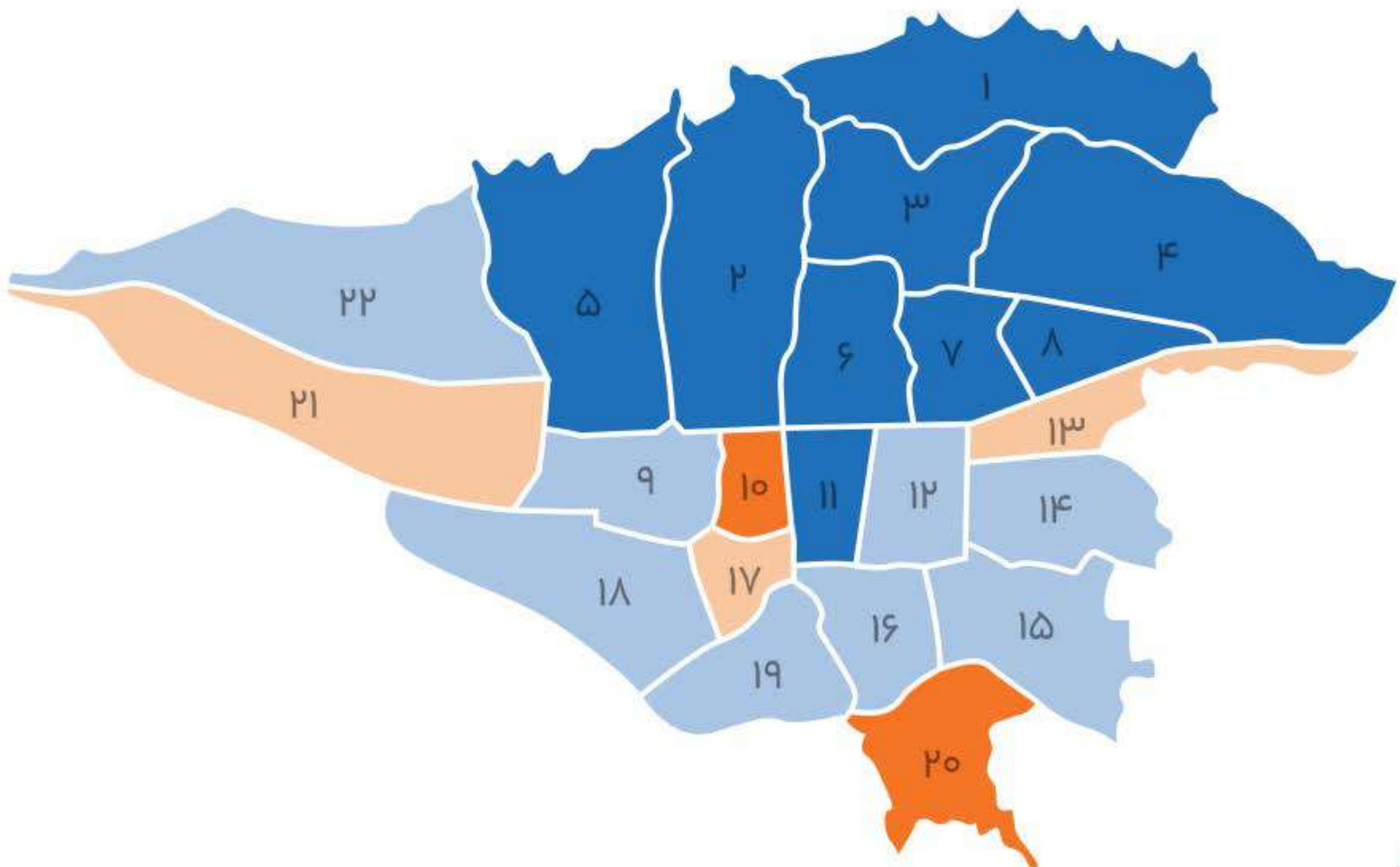
بیتا

پاپیا

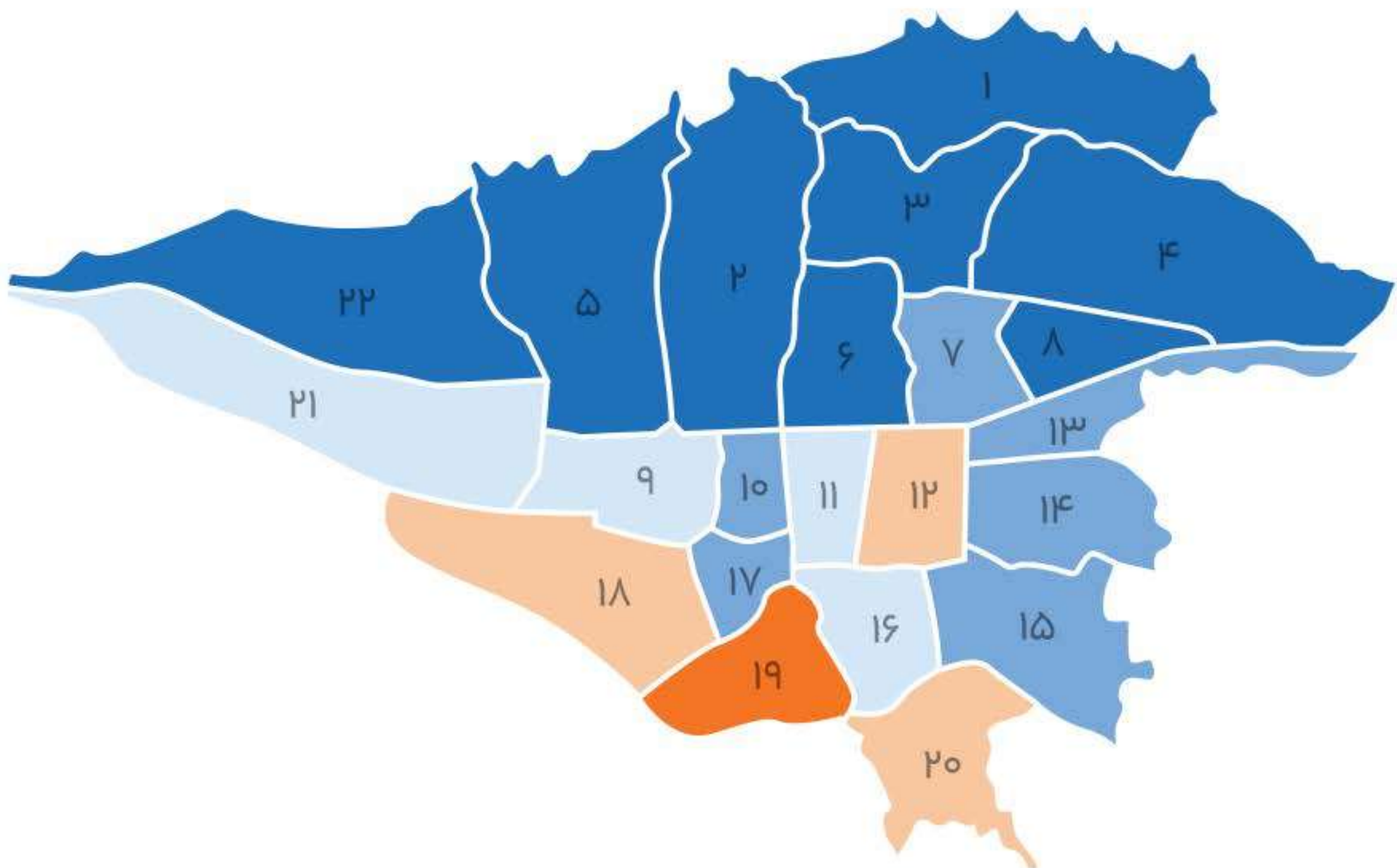
حیماک



برند برتر گروه کالایی “سس گوجه فرنگی” در مناطق تهران



برند برتر گروه کالایی "شیر تازه" در مناطق تهران



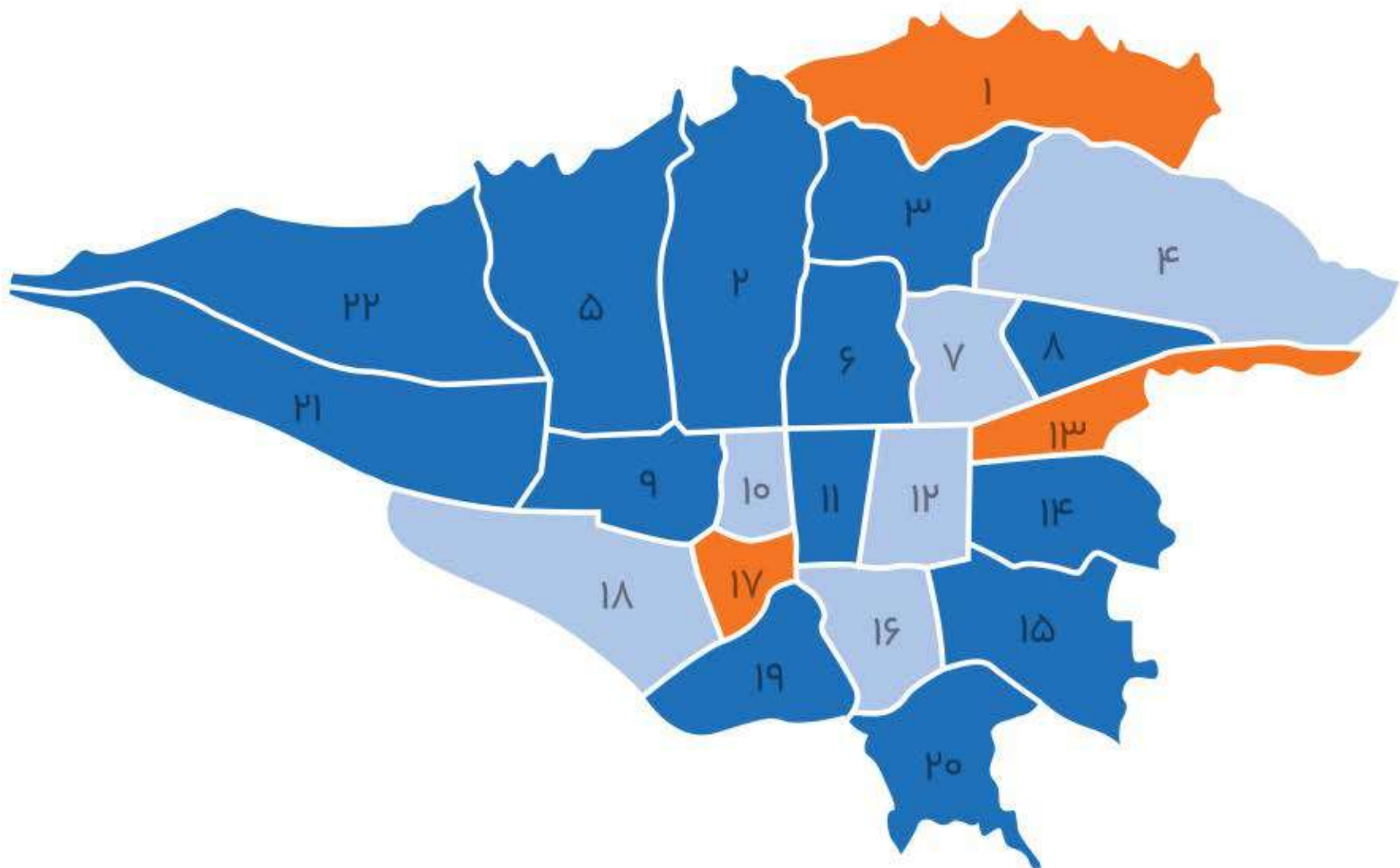
پاک

دامران

ماهشام



برند برتر گروه کالایی “کیک” در مناطق تهران







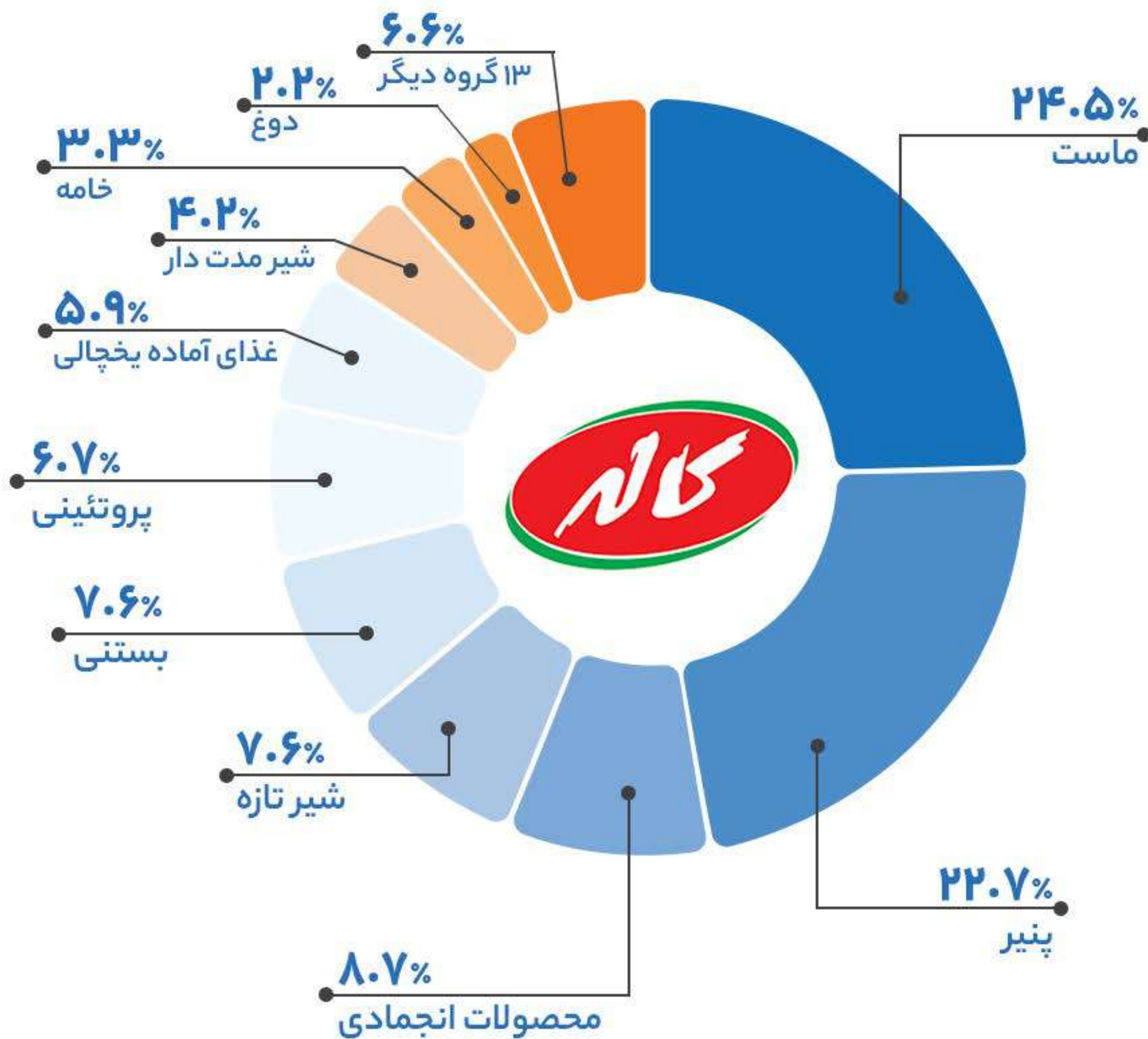
● ترکیب سبد فروش گروه های برتر بازار چگونه است؟

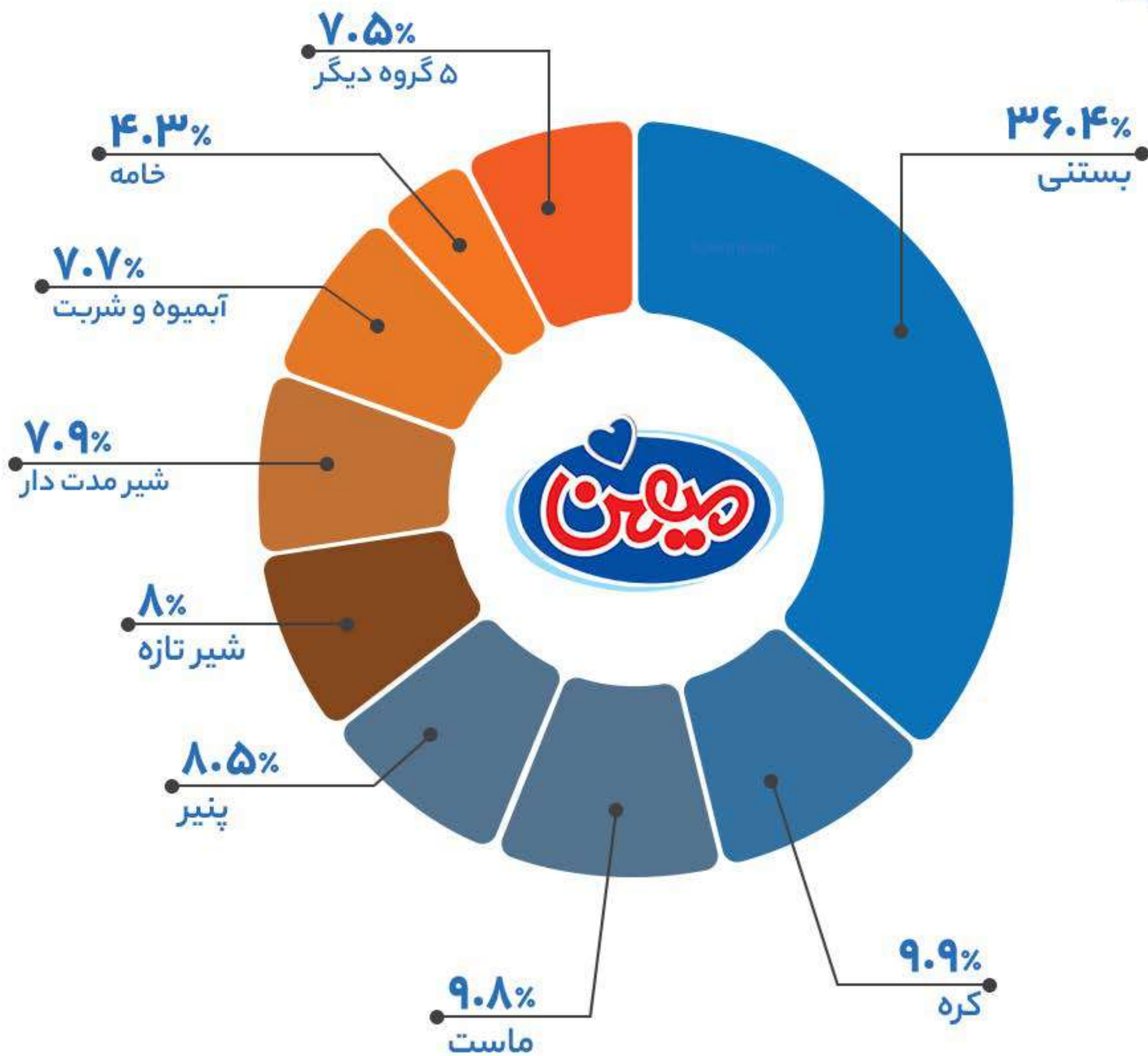
● در چه گروه هایی از شرکت های رقیب و برتر عقب هستیم؟

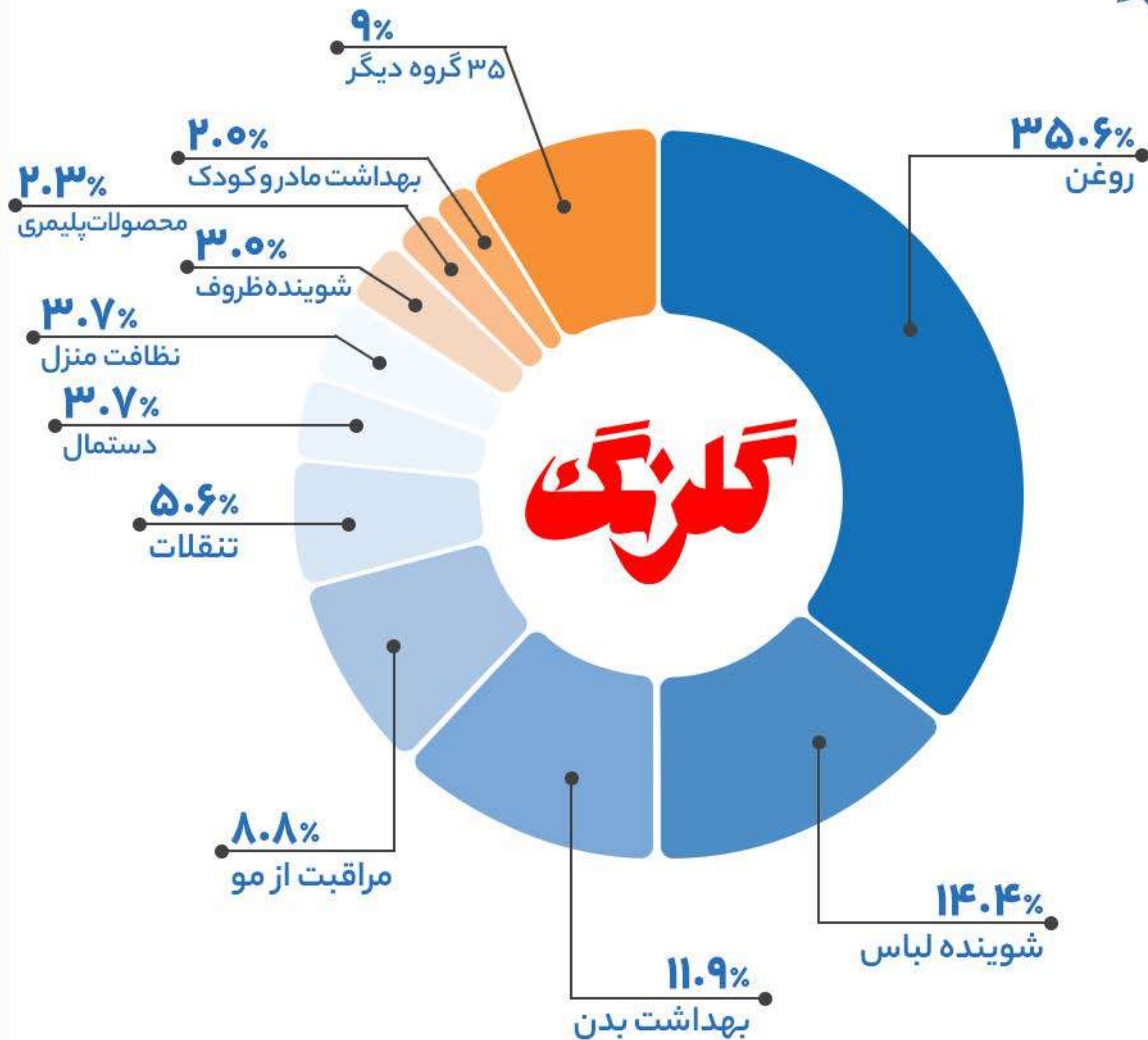
در برخی از گروه ها بخش عمده سهم سبد، تنها به یک گروه اختصاص دارد در حالیکه برخی دیگر در گروه های کالایی متنوعی حضور فعال و تاثیر گذاری دارند. توجه شود که نسبت فروش، بر اساس قیمت فروش رفته کالا در سوپرمارکت محاسبه شده و با توجه به حاشیه سود متفاوت گروه های کالایی، ممکن است متفاوت از نسبت فروش شرکت به فروشگاه ها باشد.

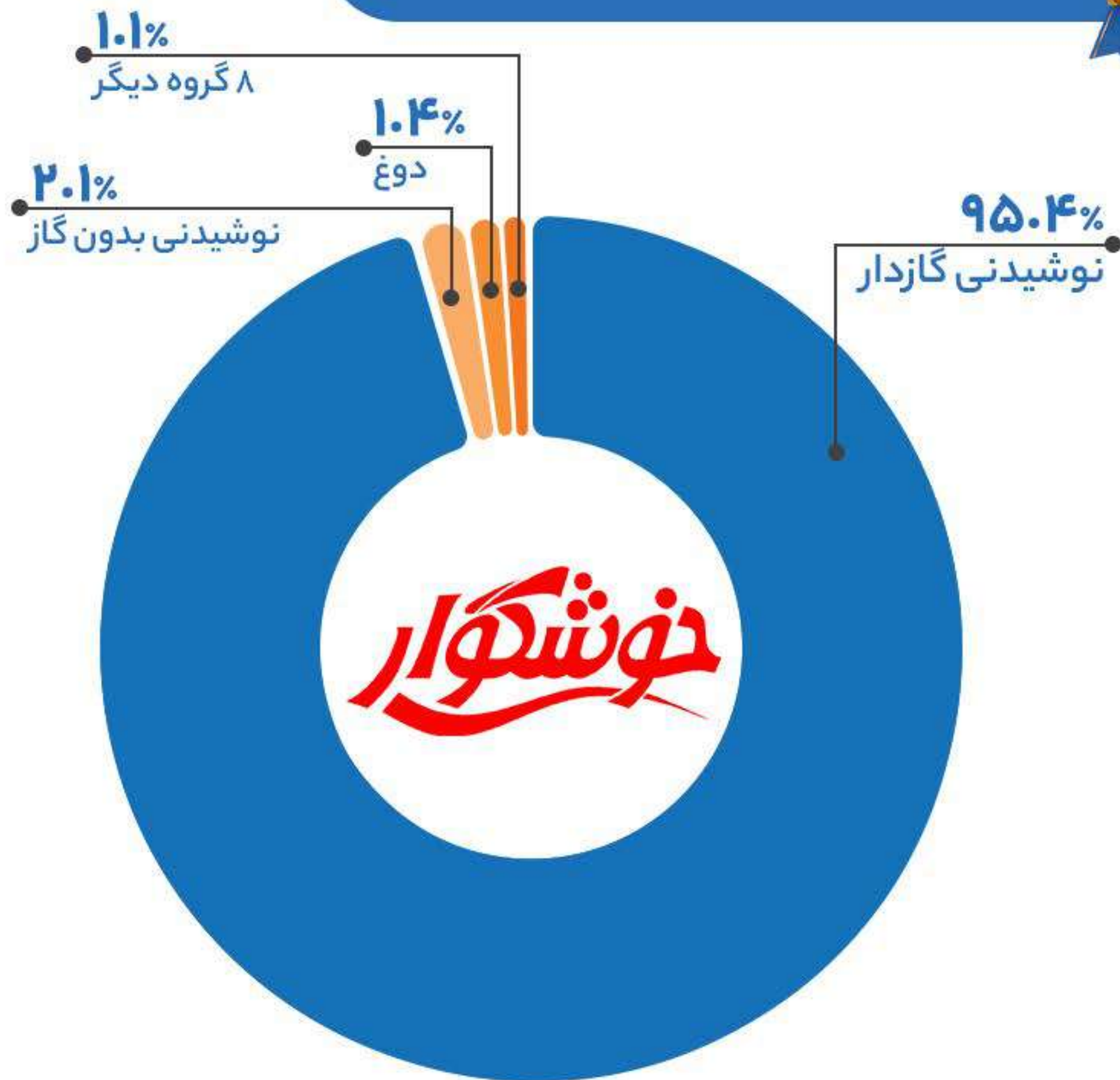


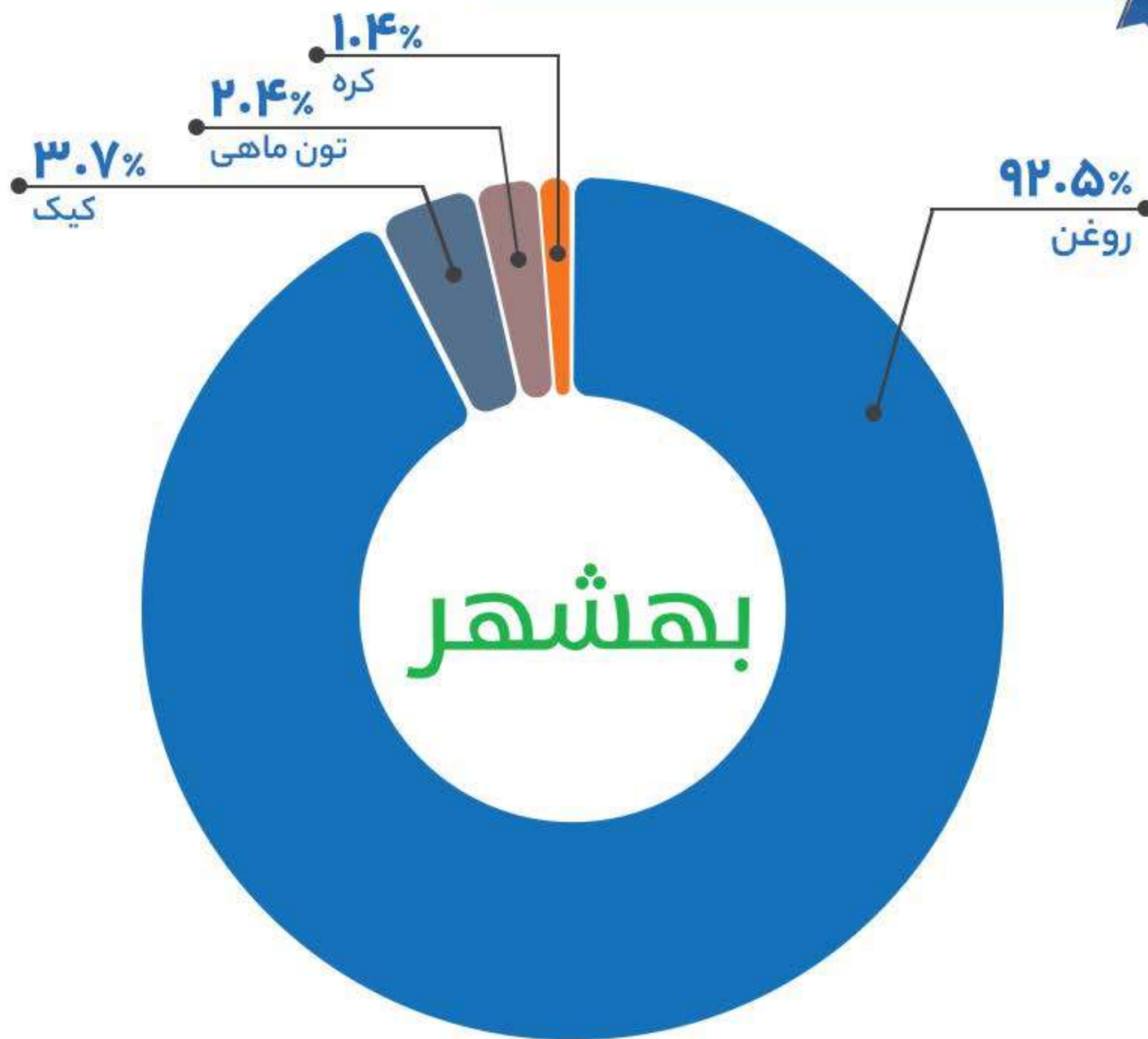
سبد محصولات گروه کاله



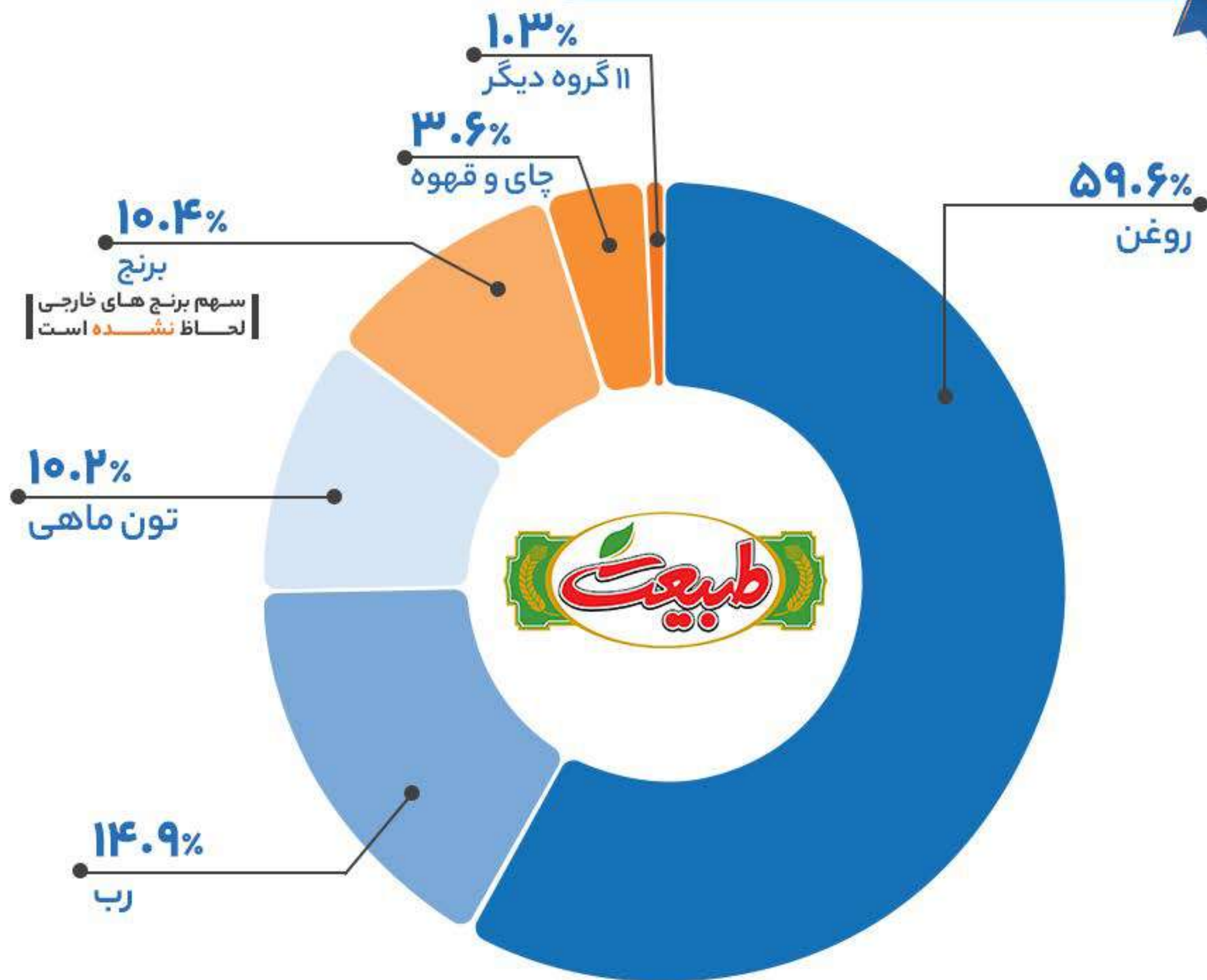


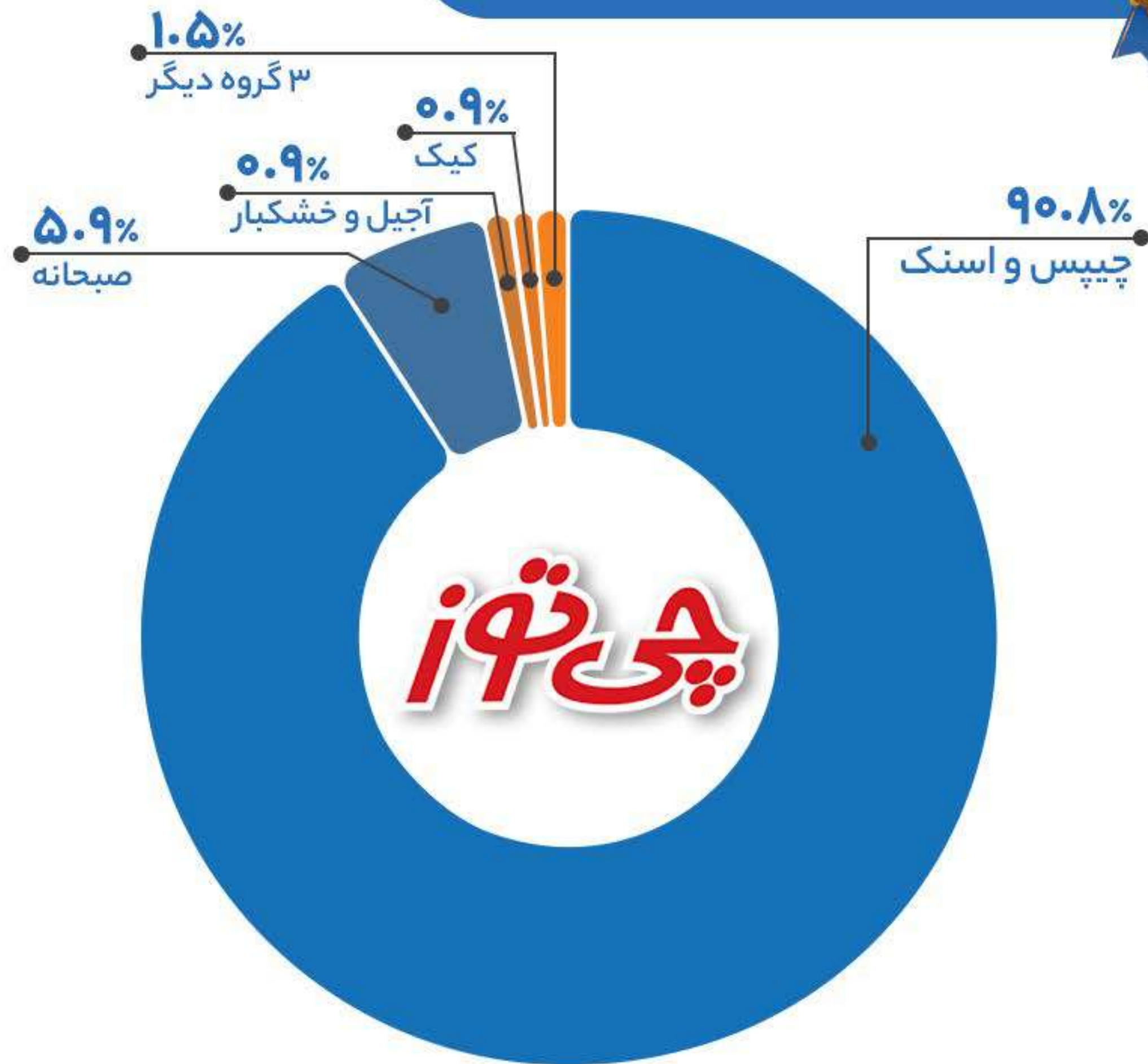


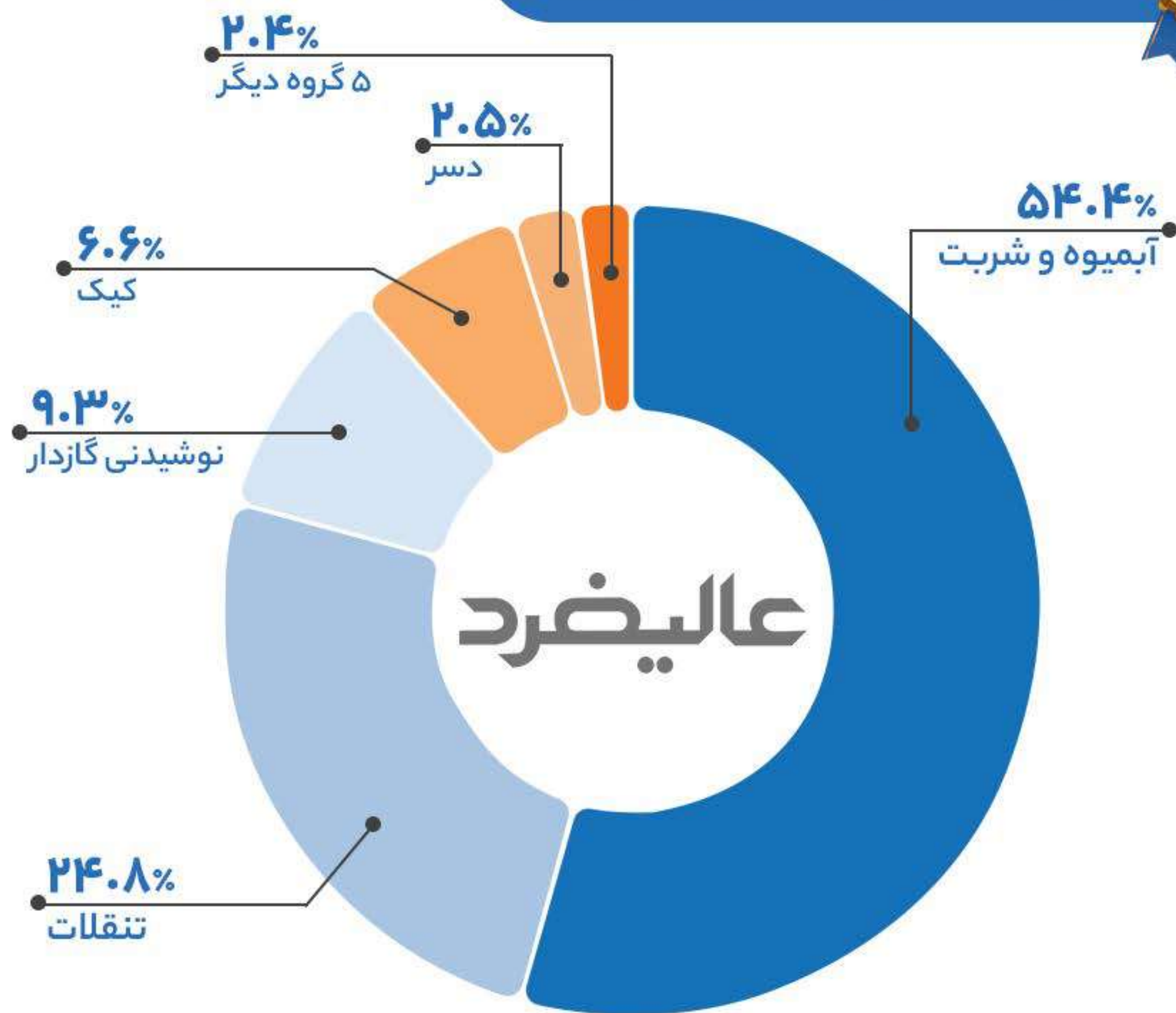


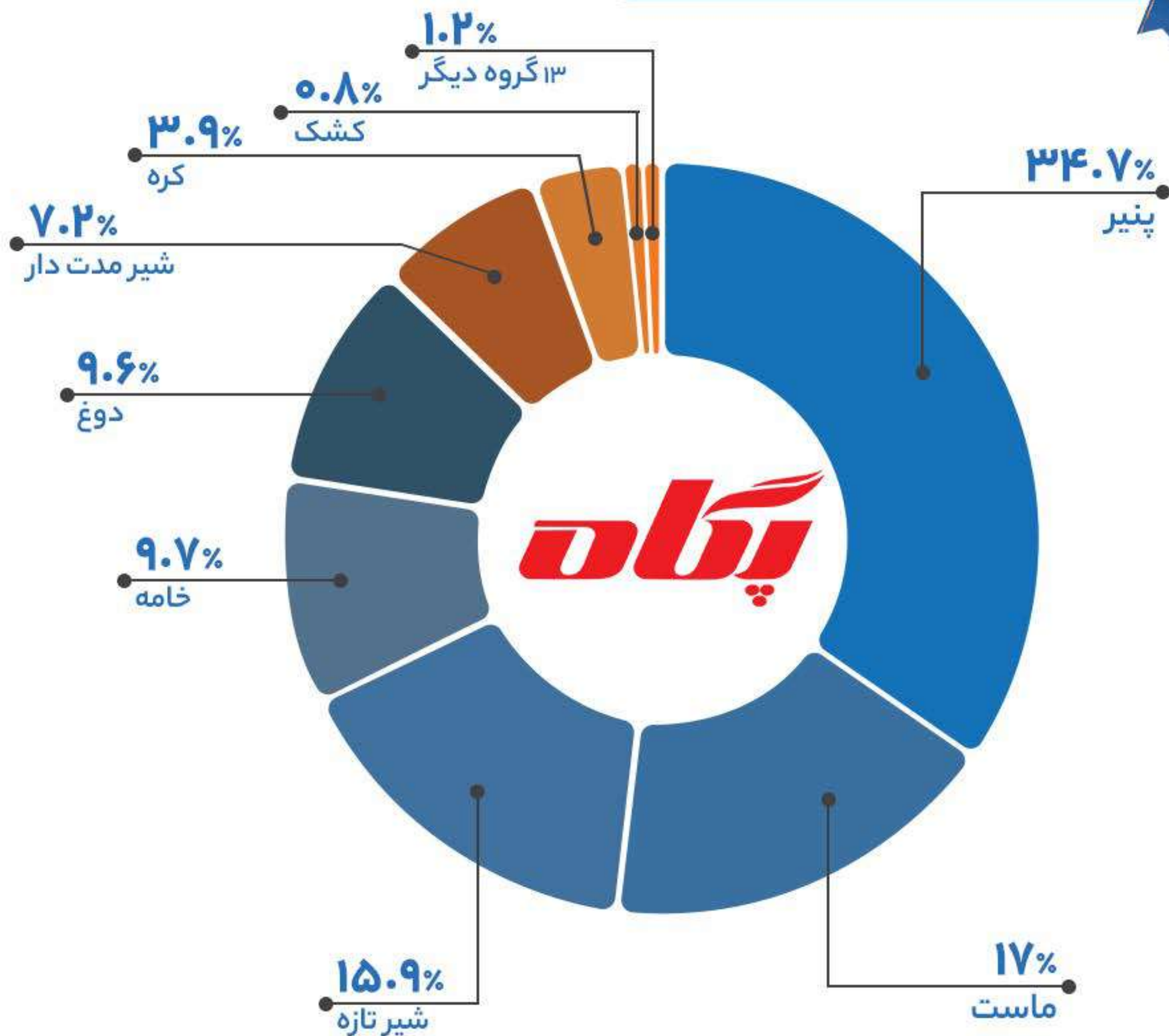


سبد محصولات گروه طبیعت













محصولات پرتابل در سوپرمارکت ها



● ۸۹ هزار بارکد فعال در سال ۱۴۰۱ (۵۱ هزار بارکد فعال در هر ماه)

● اضافه شدن ۷۰۰ بارکد در هفته به صورت میانگین

معرفی سه کالای برتر در هر گروه براساس سهم بازار ریالی



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “روغن” و “ماکارونی و رشته”

روغن

- ۱ روغن نیمه جامد حاوی امگا سه - ۵ کیلویی لادن
- ۲ روغن نیمه جامد لایت زیرو ترانس ۵ کیلویی طبیعت
- ۳ روغن سرخ کردنی بدون پالم ۱۸۰۰ گرمی اوپلا



ماکارونی و رشته

- ۱ ماکارونی رشته ای ۱/۲ - ۷۰۰ گرمی زرماکارون
- ۲ ماکارونی رشته ای ۱/۲ - ۷۰۰ گرمی مانا
- ۳ ماکارونی رشته ای ۱/۵ - ۷۰۰ گرمی زرماکارون



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “سس” و “پنیر”

سس

- ۱ سس هزار جزیره ۴۵۰ گرمی دلیذر
- ۲ سس مایونز ۶۳۰ گرمی مهرام
- ۳ سس مایونز ۹۰۰ گرمی تبرک



پنیر

- ۱ پنیر لبنه آنا ۳۵۰ گرمی کاله
- ۲ پنیر خامه‌ای ویلی ۲۰۰ گرمی کاله
- ۳ پنیر سفید ایرانی نسبتا چرب ۴۰۰ گرم پگاه



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “چای” و “دخانیات”

چای

- ۱ چای عطری ۵۰۰ گرمی دوغزال
- ۲ چای معطر ارل گری ۴۰۰ گرمی شهرزاد
- ۳ چای سیاه ۵۰۰ گرمی دوغزال



دخانیات

- ۱ سیگار XS نقره‌ای وینستون
- ۲ سیگار XS آبی وینستون
- ۳ سیگار ایکس استایل نقره‌ای وینستون



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “رب” و “کنسرو تون ماهی”

رب



- ۱ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی طبیعت
- ۲ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی روژین
- ۳ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی خوشاب

کنسرو تون ماهی

- ۱ کنسرو ماهی تون در روغن ۱۸۰ گرمی طبیعت
- ۲ کنسرو ماهی تون در روغن ۱۸۰ گرمی شیلتون
- ۳ کنسرو ماهی تون در روغن ۱۸۰ گرمی مکنزی



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “شیر تازه” و “بستنی”

شیر تازه

- ۱ شیر کم چرب بطری ۹۴۶ میلی لیتر دامداران
- ۲ شیر کم چرب بطری ۹۵۰ میلی لیتر پاک
- ۳ شیر پر چرب بطری ۹۵۰ میلی لیتر پاک



بستنی

- ۱ بستنی کیم میرکس وانیلی ۶۰ گرم میهن
- ۲ بستنی پریمبا با مغز بادام ۸۵ گرمی میهن
- ۳ بستنی ویفرنا زعفرانی ۶۵ گرمی میهن



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “ماست” و “دوغ”

ماست

- ۱ ماست سون همزده پرچرب ۲۲۰۰ گرمی کاله
- ۲ ماست سون همزده پرچرب ۹۰۰ گرمی کاله
- ۳ ماست سون همزده پرچرب ۱۵۰۰ گرمی کاله



دوغ

- ۱ دوغ گرمادیده بدون گاز نعنای ۱،۵ لیتری عالیس
- ۲ دوغ گرمادیده بدون گاز ۲ لیتری پگاه
- ۳ دوغ گازدار تخمیری ۱،۵ لیتری کاله



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “دستمال” و “بهداشت مادر و کودک”

دستمال

- ۱ دستمال کاغذی اقتصادی ۲ لایه ۲۵۰ برگ تنو
- ۲ دستمال کاغذی اقتصادی دو لایه ۲۵۰ برگ پاپیا
- ۳ پک دستمال اقتصادی ۲۰۰ برگ ۱۰ عددی بی تا



بهداشت مادر و کودک

- ۱ پوشک بچه سایز ۴ بسته ۳۴ عددی مولفیکس
- ۲ پوشک بچه سایز ۵ بسته ۲۸ عددی مولفیکس
- ۳ نوار بهداشتی بالدار بزرگ ۱۰ عددی پنبه ریز



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه "شوینده ظروف" و "نظافت منزل"

شوینده ظروف

- ۱ مایع ظرفشویی لیمویی ۳۷۵۰ گرمی پرل
- ۲ مایع ظرفشویی لیمویی ۱۰۰۰ گرمی پرل
- ۳ مایع ظرفشویی لیمویی اولترا ۳۷۵۰ گرمی پرل



نظافت منزل

- ۱ مایع تمیزکننده سطوح ۱۰۰۰ میلی لیتری من
- ۲ سفید کننده غلیظ سبز ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس
- ۳ سفید کننده غلیظ سفید ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “کره” و “خامه”

کره

- ۱ کره پاستوریزه ۵۰ گرم پاک
- ۲ کره حیوانی ۵۰ گرمی میهن
- ۳ کره پاستوریزه ۱۰۰ گرم پاک



خامه

- ۱ خامه صبحانه ۱۰۰ گرمی پاک
- ۲ خامه ۳۰ درصد چربی ۲۰۰ میلی لیتری پگاه
- ۳ خامه ۳۰ درصد چربی ۲۰۰ میلی لیتری کاله



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “آبمیوه و شربت” و “چیپس و اسنک”



آبمیوه و شربت

- ۱ نوشیدنی هلو باتیکه های میوه ۲۴۰ میلی لیتری رانی
- ۲ نکتار آلبالو ۱ لیتری سن ایچ
- ۳ نکتار انبه ۱ لیتری سن ایچ

چیپس و اسنک

- ۱ اسنک کرانچی پنیری ۹۰ گرمی چی توز
- ۲ اسنک چرخشی ۸۵ گرمی چی توز
- ۳ چیپس نمکی دل مزه ۱۸۰ گرمی مزمز



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “مراقبت از مو” و “بهداشت بدن”

مراقبت از مو

- ۱ شامپو سیر ۴۵۰ گرمی پرژک
- ۲ شامپو ۱۰۰۰ گرمی شبنم
- ۳ شامپو گیاهی سدر ۱۰۰۰ گرمی صحت



بهداشت بدن

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



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه "بیسکویت" و "کیک"

بیسکویت

- ۱ بیسکویت سبوسدار ساقه طلایی ۲۰۰ گرمی مینو
- ۲ بیسکویت کرمدار ساقه طلایی ۱۹۲ گرمی مینو
- ۳ بیسکویت دایجستيو شکلاتی پانیک ۲۲۰ گرمی آناتا



کیک

- ۱ کیک تاینی دوقلو فندق ۶۰ گرمی شیرین عسل
- ۲ کیک دانمارکی ۷۵ گرم معینی پور
- ۳ کروسان کاکائویی ۶۰ گرمی پچ پچ



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “آجیل و خشکبار” و “محصولات انجمادی”

آجیل و خشکبار

- ۱ تخمه آفتابگردان نمکی ۱۰۵ گرمی سنجابک
- ۲ بادام زمینی نمکی ۳۰ گرمی مزمز
- ۳ تخمه آفتابگردان نمکی ۱۲۰ گرمی مزمز



محصولات انجمادی

- ۱ پنیر پیتزا مخلوط خلالی ۵۰۰ گرمی مطهر
- ۲ ناگت مرغ ۳۰۰ گرمی پمینا کاله
- ۳ شنیسل سینه ۵۴۰ گرمی پمینا کاله



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “پودر لباسشویی ماشینی” و “بهداشت دهان و دندان”

پودر لباسشویی ماشینی

- ۱ پودر لباسشویی کامل ۵۰۰ گرمی سافتلن طلایی
- ۲ پودر ماشین لباسشویی با پاکیزگی عمیق ۵۰۰ گرمی پرسیل
- ۳ پودر ماشین لباسشویی ۳ آنزیم ۵۰۰ گرمی سپید



بهداشت دهان و دندان

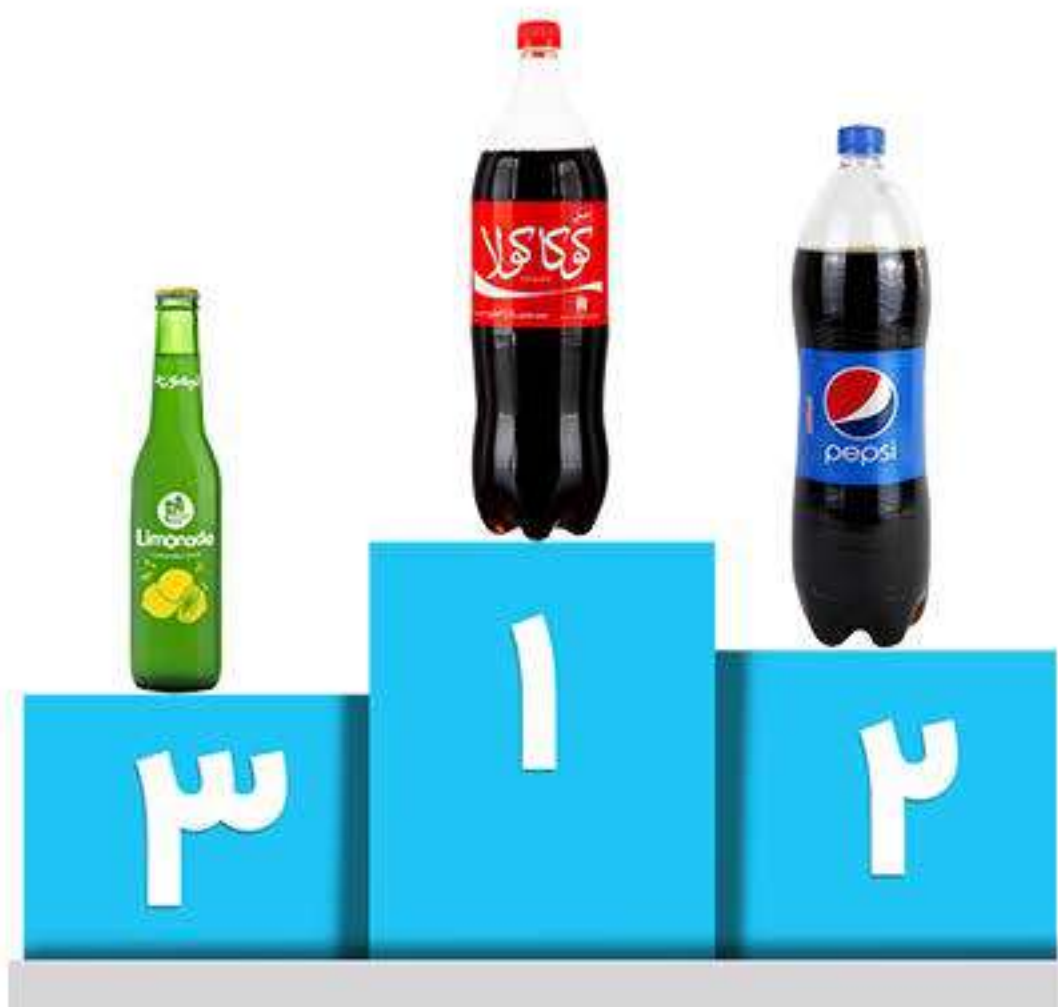
- ۱ خمیر دندان ۷ کاره و سفید کننده ۱۰۰ میلی لیتری مریدنت
- ۲ خمیر دندان ضد پوسیدگی اورجینال ۱۰۰ میلی لیتری سیگنال
- ۳ خمیر دندان لمینت دی کلسیمی ۸۰ گرمی پونه



سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه “نوشیدنی گازدار” و “آب معدنی”

نوشیدنی گازدار

- ۱ نوشابه کولا گازدار ۱٫۵ لیتری کوکاکولا
- ۲ نوشابه کولا ۱٫۵ لیتری پپسی
- ۳ لیموناد ۲۸۰ میلی لیتری زمزم



آب معدنی

- ۱ آب معدنی ۱٫۵ لیتری واتا
- ۲ آب آشامیدنی ۱٫۵ لیتر دسانی
- ۳ آب آشامیدنی ۵۰۰ میلی لیتری آکوافینا







● **قیمت‌گذاری دستوری** بدون توجه به هزینه های تولید در مرور زمان منجر به متضرر شدن تولیدکنندگان و عدم تعادل عرضه و تقاضا در بازار خواهد شد.

● در سال ۱۴۰۱ مواردی از قبیل پودر لباسشویی، محصولات سلولزی، کنسرو ماهی و رب گوجه فرنگی به دلیل این سیاست گذاری دستخوش نوسانات در تولید و عرضه شدند.

به عنوان نمونه، اثر این سیاست ها بر بازار تون ماهی بررسی شد.

تاثیر سیاست های دستوری قیمت تون ماهی

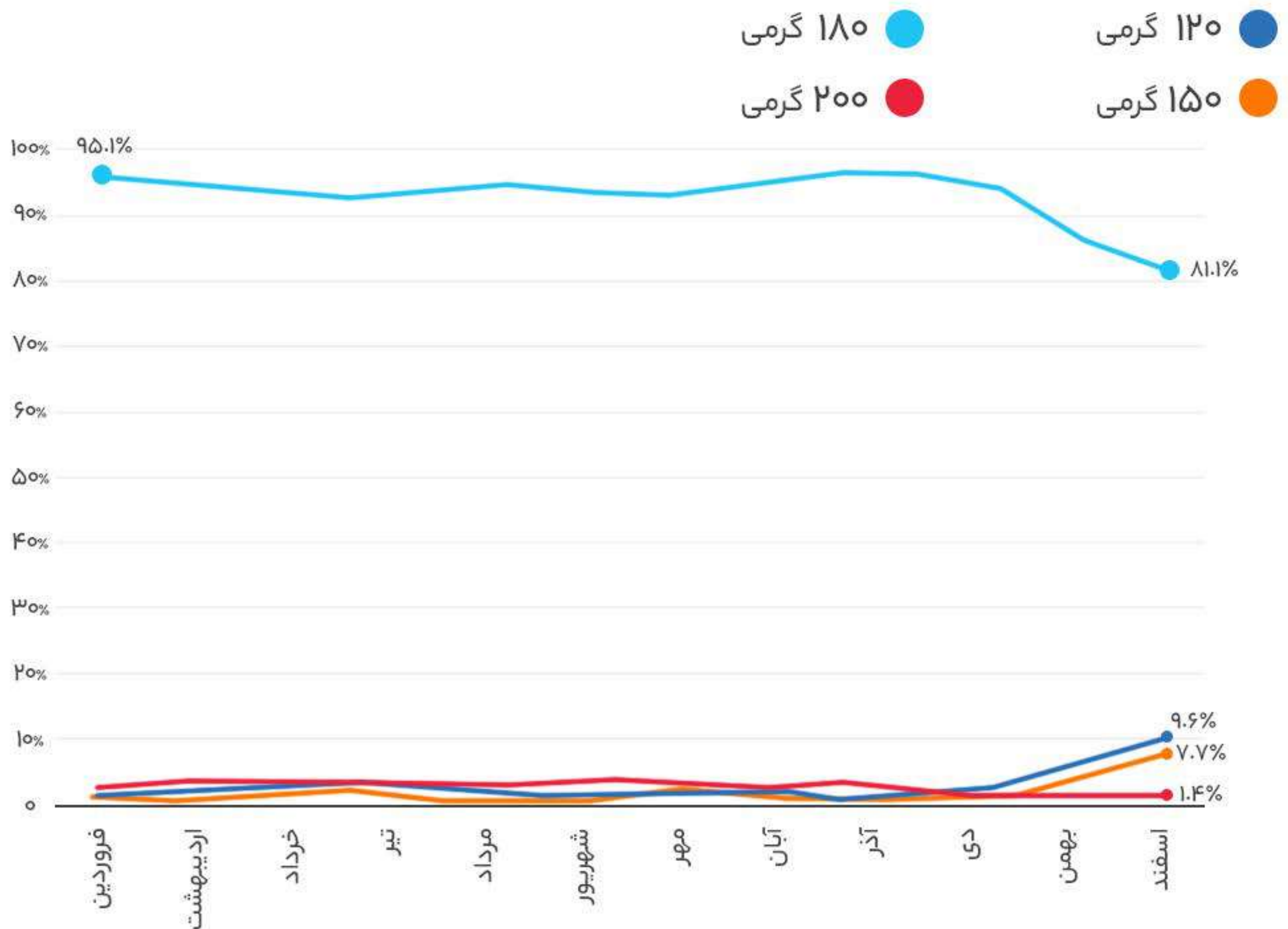
در حال حاضر یکی از چالش های تولیدکنندگان کنسرو ماهی، قیمت گذاری صورت گرفته از سوی سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان برای **تون ماهی ۱۸۰ گرمی ساده** است.

ماهی ماده اولیه اصلی کنسرو ماهی است. ابتدای سال ۱۴۰۱ هر کیلو ماهی تون، ۴۲ هزار تومان بود اما در بهمن ماه این عدد به ۸۰ هزار تومان رسید. بنابراین تولیدکننده نمی تواند محصولات خود را با قیمت قبلی عرضه کند.

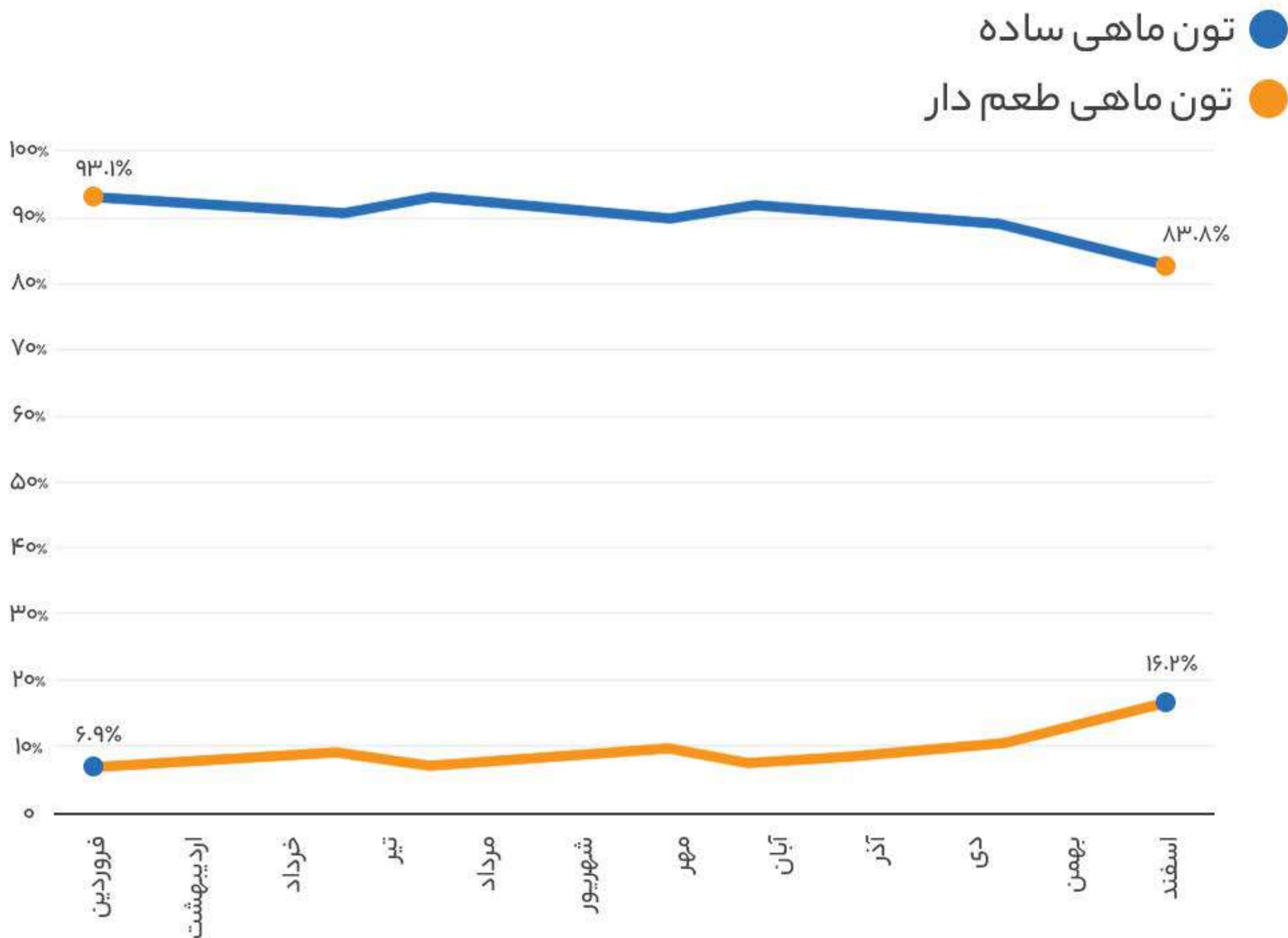
این ثبات قیمت دستوری بدون توجه به افزایش مواد اولیه تهیه کنسرو، سبب شده که تولید تون ماهی به سمت **گرمتر (۱۲۰ و ۱۵۰ گرمی)** ولی با **قیمت مصرف بالاتر** از ۱۸۰ گرمی حرکت کند.

زمان	هر کیلو ماهی تون	تون ماهی ۱۸۰ گرمی ساده	تون ماهی ۱۲۰ گرمی ساده	تون ماهی ۱۵۰ گرمی ساده	تون ماهی ۱۸۰ گرمی طعم دار
قیمت ابتدای سال ۱۴۰۱ (تومان)	۴۲.۰۰۰	۳۲.۰۰۰	۳۲.۰۰۰	۲۶.۵۰۰	۳۳.۰۰۰
قیمت اسفند سال ۱۴۰۱ (تومان)	۸۰.۰۰۰	۳۹.۰۰۰	۳۴.۸۰۰	۳۹.۰۰۰	۵۲.۹۰۰
قیمت اردیبهشت سال ۱۴۰۲ (تومان)	۱۱۲.۰۰۰	۳۹.۰۰۰	۴۸.۰۰۰	۵۷.۰۰۰	۶۶.۹۰۰

تغییرات سهم بازار ریالی تون ماهی بر اساس گرماژ



تغییرات سهم بازار ریالی تون ماهی طعم دار و ساده



● در سال ۱۴۰۱، تورم کالاهای سوپرمارکتی $۷۶,۳$ درصد بوده است. این درحالی است که بدلیل قیمت دستوری تون ماهی ۱۸۰ گرمی، تورم سالانه این محصول $۳۴,۷$ درصد بوده که کمتر از میانگین تورم سالانه است.







شاخص تورم در زیرگروه های محصولات سوپرمارکتی

در سال ۱۴۰۱ به دلایل مختلف بویژه حذف ارز ترجیحی کالاهای اساسی و افزایش قابل توجه نرخ ارز، شاهد افزایش چندباره برخی از اقلام در طول سال بودیم که بخش عمده تغییرات در اردیبهشت ماه پس از حذف ارز ترجیحی رخ داد.

بیشترین تغییرات قیمت در اثر حذف ترجیحی در گروه کالاهای اساسی با بیش از ۱۳۰ درصد رشد اتفاق افتاد که بیشتر متاثر از افزایش در حدود ۳ برابری قیمت روغن بود.

تغییر قیمت روغن و آرد موجب تغییر قابل توجه در گروه های وابسته به این مواد اولیه گردید. در نهایت این تغییرات در کنار افزایش نرخ ارز موجب گردید که شاهد نرخ تورم بسیار بالای ۷۶ درصدی در سال ۱۴۰۱ باشیم.

به منظور محاسبه تورم گروه های کالایی، میزان تغییرات قیمت به ازای واحد جز محصول (گرم/عدد/لیتر) در اسفند ماه ۱۴۰۱ در مقایسه با اسفند ۱۴۰۰ مورد محاسبه قرار گرفته است.

شاخص تورم کل بازار (محصولات سوپرمارکتی)

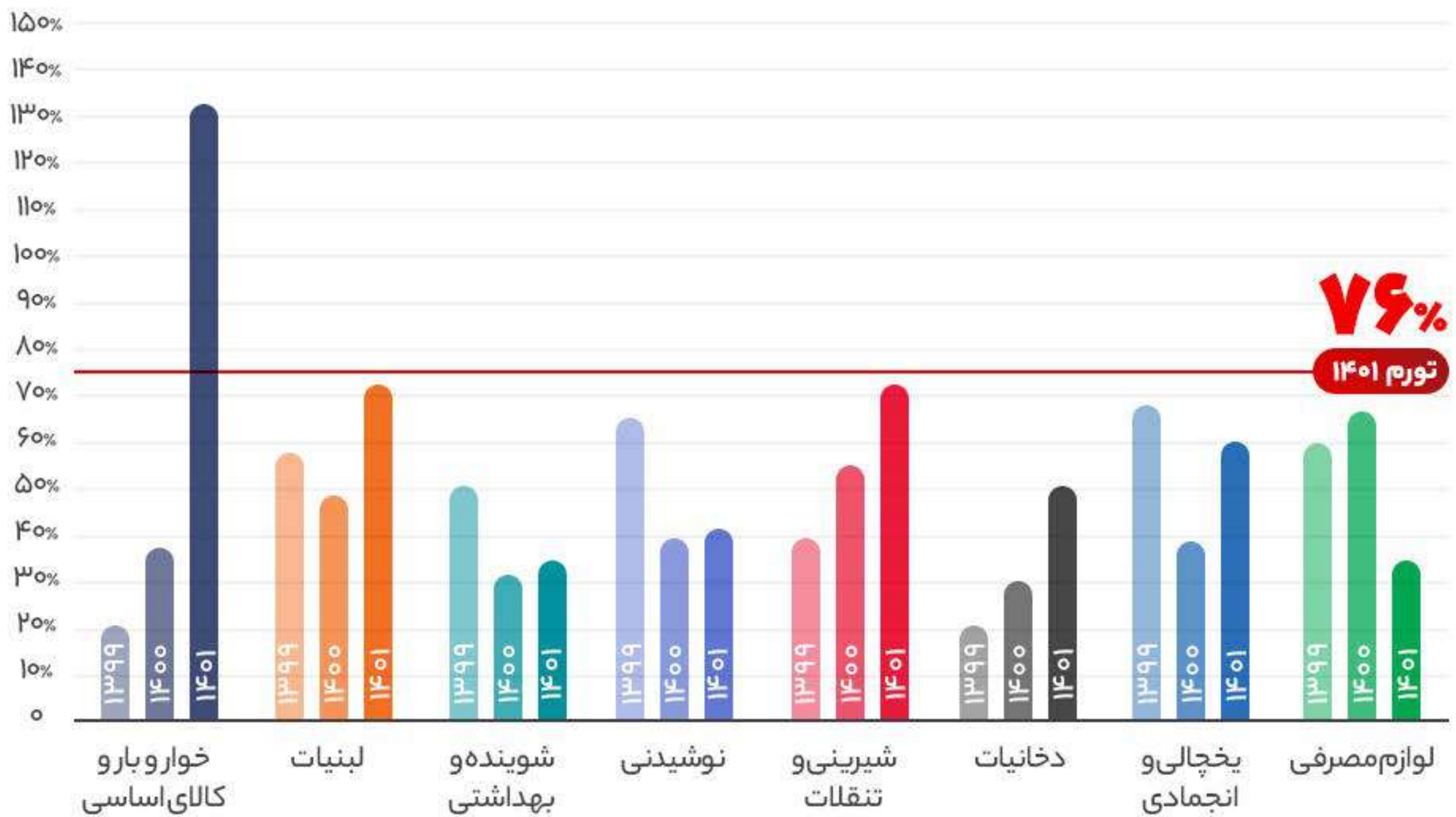


● با توجه به آزاد شدن نرخ ارز ترجیحی و سه برابر شدن قیمت روغن های مصرف خانوار، با فرض **خارج کردن روغن** از گروه خرده فروشی و عدم لحاظ تورم آن، شاخص تورم بازار از ۷۶٪ به ۵۸٪ کاهش می یابد.

تورم سه سال گذشته در یک نگاه



تورم در گروه های اصلی سوپرمارکتی



تغییرات قیمت خوار و بار اساسی

۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱		۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	
۵۳.۶%	۴۹.۶%	۲۹.۲%	ترشیجات، سرکه و آبلیمو	۴۰%	۹۷.۷%	۳۰.۳%	رب
۵۹%	۴۳.۹%	۳۷%	حبوبات و سویا	۲۷%	۸۱.۸%	۳۱.۹%	کنسرو
۵۵%	۴۰.۶%	۵۰.۵%	صبحانه	۳۷%	۶۹.۷%	۶۲.۶%	قند، شکر و خرما
۴۶%	۳۹.۱%	۵۵.۲%	کمپوت	۴۲%	۶۵%	۸۱.۶%	سس
۳۴%	۲۶.۲%	۲۸۶.۸%	روغن	۴۸%	۵۹.۸%	۳۰.۳%	برنج
۵۲%	۲۱.۹%	۳۵.۵%	تون ماهی	۳۶%	۵۲.۸%	۲۸.۹%	نیمه آماده
۶۰%	۲۱.۶%	۱۳۰.۸%	ماکارونی و رشته	۶۵%	۵۲%	۵۵.۹%	دسر

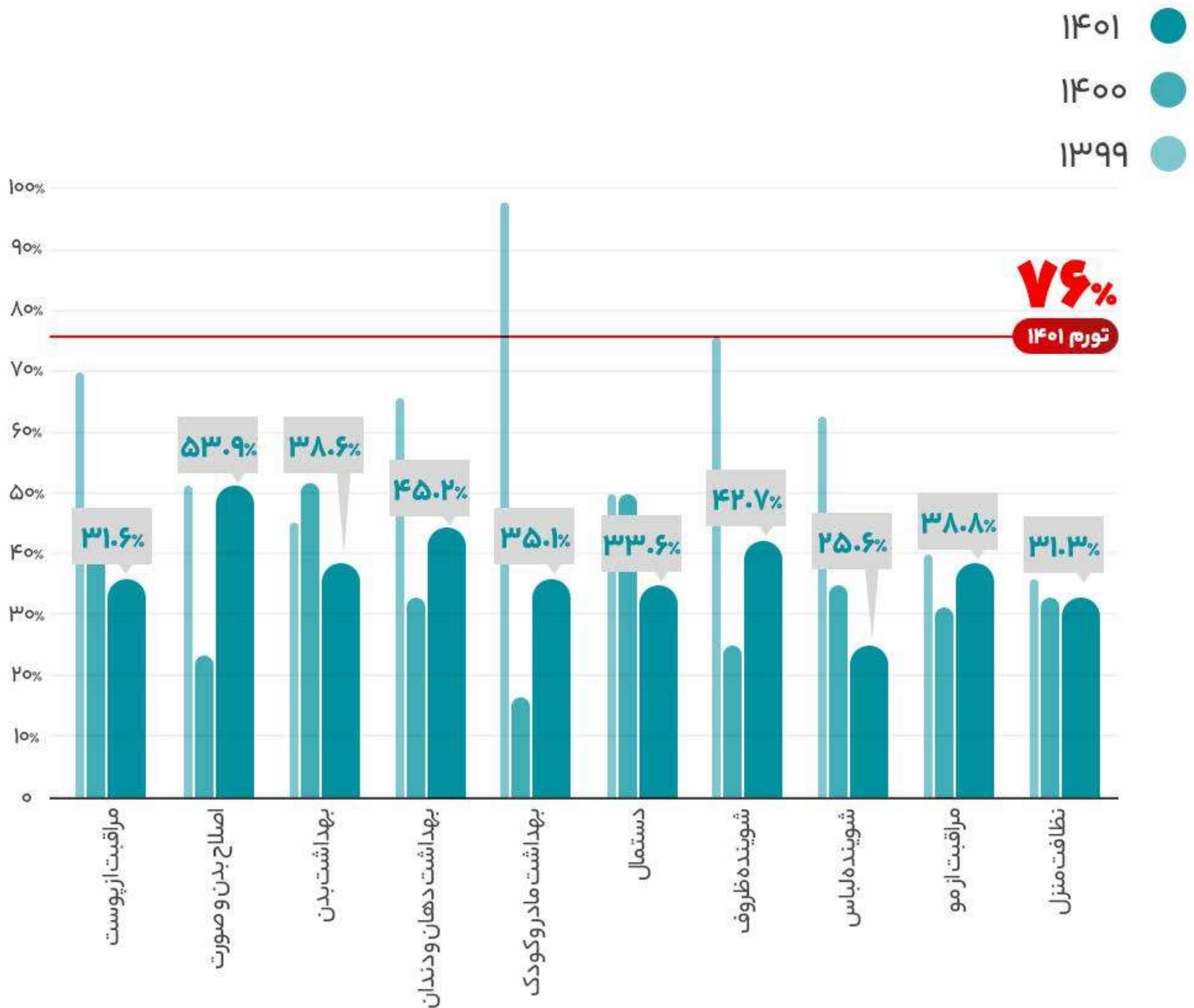
تغییرات قیمت نوشیدنی



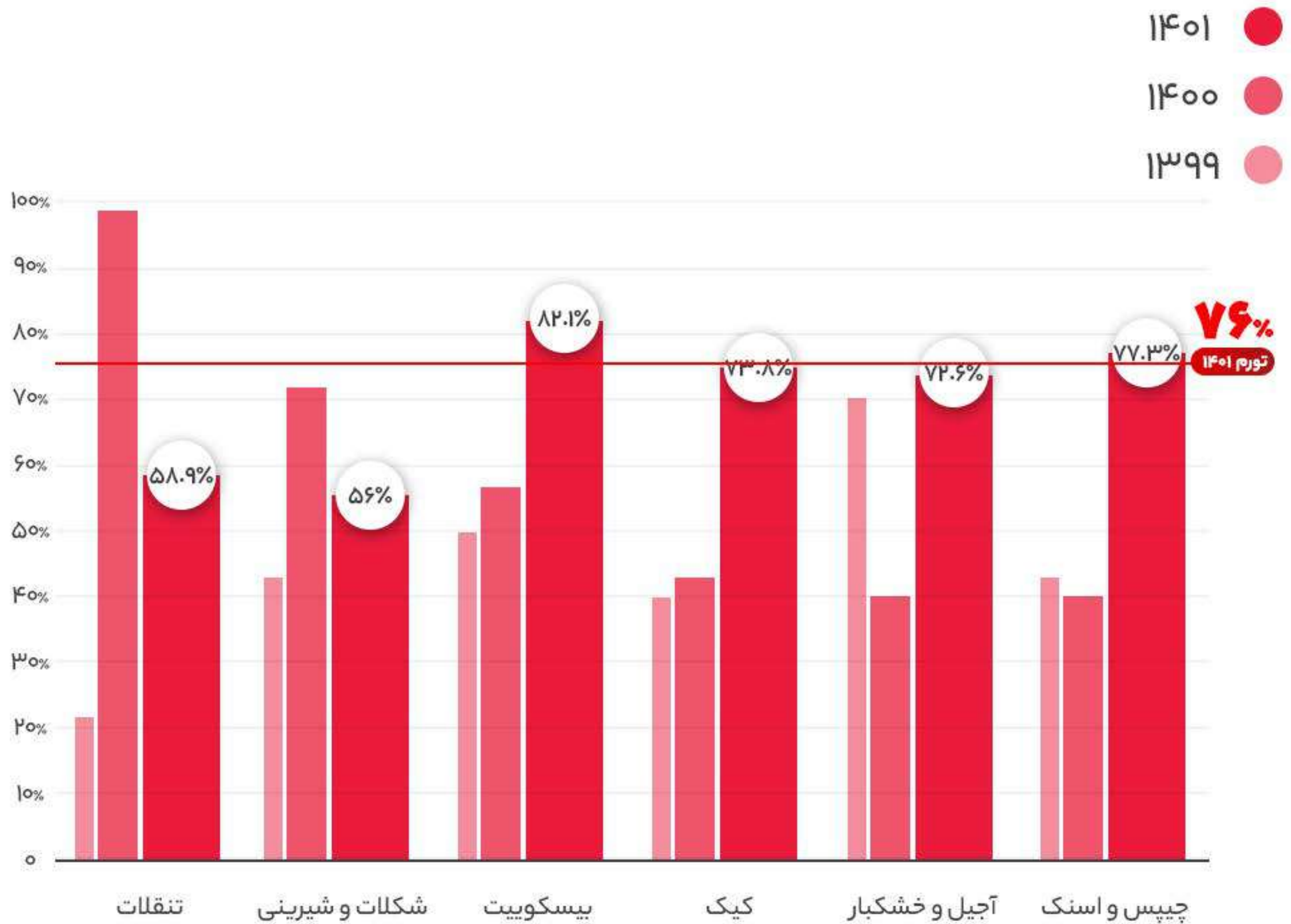
تغییرات قیمت لبنیات

۱۳۹۹	۱۴۰۰	۱۴۰۱	
۵۳%	۵۱.۵%	۷۳.۱%	پنیر 
۵۹%	۴۶.۹%	۷۵.۴%	شیر مدت دار 
۵۴%	۴۶.۵%	۷۸.۴%	شیر تازه 
۳۸%	۴۴.۲%	۹۳.۵%	کشک 
۵۰%	۴۳%	۶۸.۲%	ماست 
۶۳%	۳۷.۱%	۷۷.۱%	دوغ 
۵۹%	۳۶.۲%	۶۰.۷%	بستنی 
۱۱۸%	۳۱.۵%	۱۰۰.۱%	کره 
۸۸%	۲۱.۱%	۶۸.۲%	خامه 

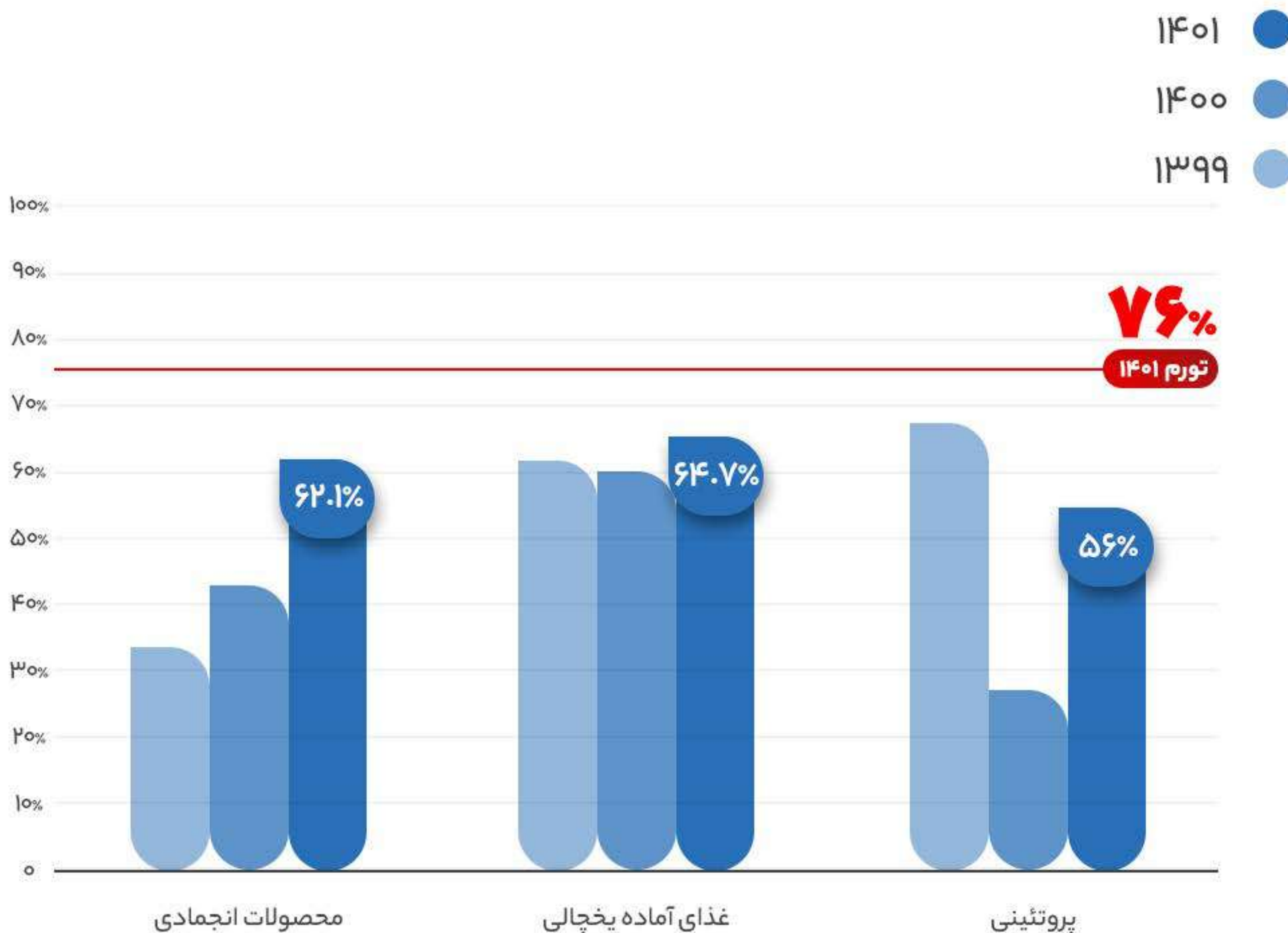
تغییرات قیمت شوینده و بهداشتی



تغییرات قیمت شیرینی و تنقلات



تغییرات قیمت پروتئینی-پخچالی-انجمادی



تغییرات قیمت لوازم مصرفی و دخانیات



درباره ما



هایمارت یک شرکت **دانش بنیان** 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.

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 فروشگاه های **۱۳** استان، تامین کالای خود را از طریق هایمارت به صورت آنلاین و با استفاده از سیستم اعتباری انجام می دهند.



توسعه و تنوع بخشی
خرید اعتباری و
باشگاه مشتریان
سوپرمارکت ها



تامین کالای
فروشگاه های عضو
در ۲۰ استان



تجهیز و مدرن سازی
۲ هزار فروشگاه جدید



لانچ محصولات اختصاصی
برای سوپرمارکت های عضو



تامین اعتبار خرید



تامین کالا



تبلیغات
در نقطه فروش

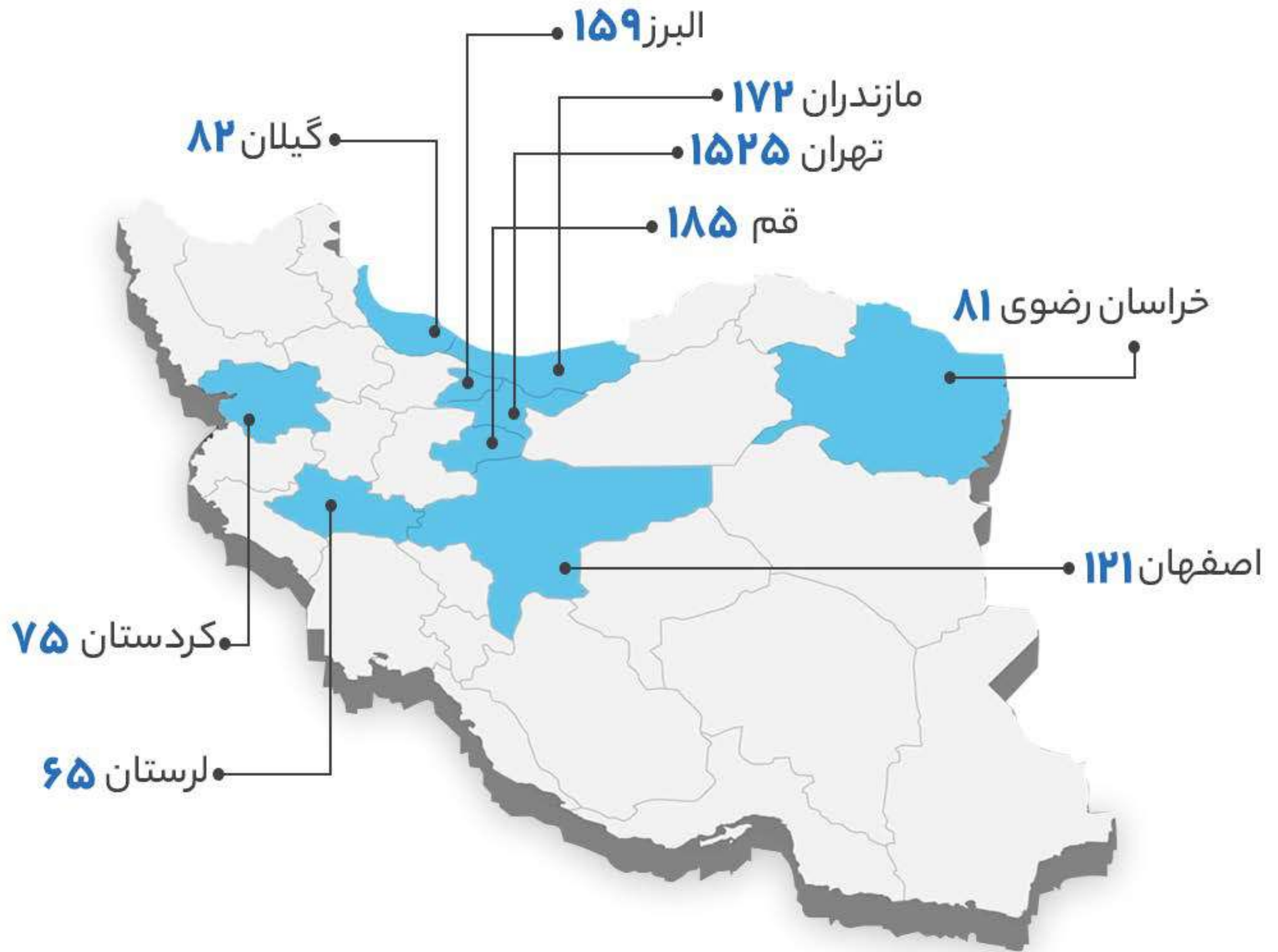


باشگاه مشتریان و
خریداران تخفیفی اعتباری



مدرن سازی فروشگاه

پراکندگی ۲۴۰۰ سوپرمارکت مورد بررسی در گزارش



سفارش گذاری آنلاین توسط خود فروشگاه ها در هر ساعت از شبانه روز



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



 HiMart





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.

خدمات مارکت ویو

🖥 **سامانه آلارم قیمت** از طریق این سامانه، قیمت جدید محصولات سوپرمارکتی به صورت روزانه با ارسال ایمیل 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؟ نسبت حضور به فروش آنها چگونه است؟)

🖥 **داشبورد قیمت** برای رصد قیمت محصولات شرکت و رقبا در بازار (اینکه چه محصولاتی 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٪ 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.com

۰۲۱ - ۴۷۶۳۸۸۸۸

منتظر ما باشید در:

اولین

جشنواره و جایزه سال

برند ها و کالا های برتر سوپرمارکتی ایران



- معرفی **برترین کالاها و برندها** در دسته ها و گروه های مختلف
- با استفاده از **بزرگترین پایگاه داده واقعی** بازار و جدیدترین متد تحلیل آمار

