

گزارش جامع بازار خرده فروشی

۱۴۰۳ (سوپر مارکتی)

فهرست مطالب

۱ سهم بازار گروه های کالایی سوپرمارکتی

ضرورت اطلاع از اندازه بازار
گروه بندی محصولات در هایمارت

تغییرات اندازه بازار ۱۴۰۲ به ۱۴۰۳
اندازه بازار ریالی گروه های فرعی

۲ برترین های صنعت FMCG

رتبه و سهم بازار گروه های برتر سال ۱۴۰۳
رتبه و سهم بازار برندهای برتر سال ۱۴۰۳

برندهای برتر استانی
برندهای برتر در مناطق ۲۲ گانه تهران

۳ بررسی سبدهای محصولی گروه های برتر

بررسی تنوع و سهم سبد محصولات
۱۰ گروه برتر (براساس سهم بازار ریالی)

۴ ترین های بازار سال ۱۴۰۳

بیشترین ها در یک سوپرمارکت
متداول ترین ها در یک سوپرمارکت

بیشترین ورود و خروج ها در بازار
بیشترین و کمترین تنوع برند براساس جغرافیا

۵ محصولات برتر در سوپرمارکت ها

معرفی سه محصول برتر در هر گروه کالایی

۶ تغییرات قیمت و میزان تورم در بازار FMCG

شاخص تورم کل بازار (محصولات سوپرمارکتی)
تورم سه سال گذشته در یک نگاه

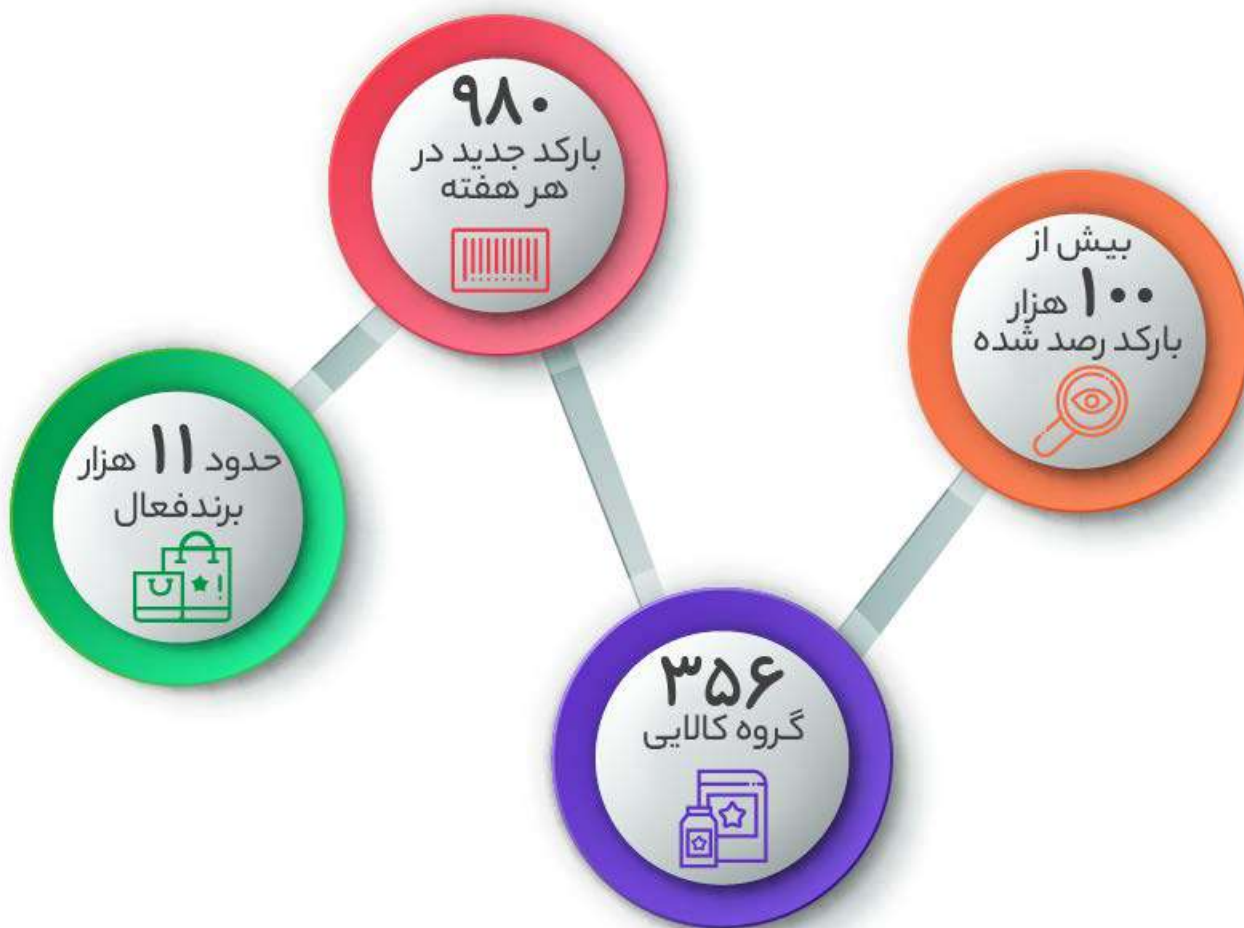
تورم در گروه های اصلی سوپرمارکتی
درباره ما



گزارش پیش رو، پنجمین گزارش جامع بازار مویرگی است که وضعیت بازار سوپرمارکتی ایران را در سال ۱۴۰۳ به تصویر می کشد.

در سال ۱۴۰۳ اتفاقات مهمی در بازار خرده فروشی روی داد که اهم آن تغییر نرخ مبنای ارز وارداتی در نیمه دوم سال بود که سبب افزایش قابل توجه قیمت ها در محصولات سوپرمارکتی گردید. همچنین عدم تخصیص به موقع ارز بویژه در خصوص کالاهای اساسی از جمله **برنج، روغن و چای** موجب کاهش عرضه در بازار و افزایش قابل توجه قیمت ها گردید و بعد از دو سال رکورد تورم ماهانه مواد غذایی در بهمن ماه شکسته شد.

لذا، علاوه بر گزارش های کلان و معرفی برترین های صنعت، تغییرات مهم این بازار و تورم گروه های کالایی نیز مورد بررسی قرار گرفت.





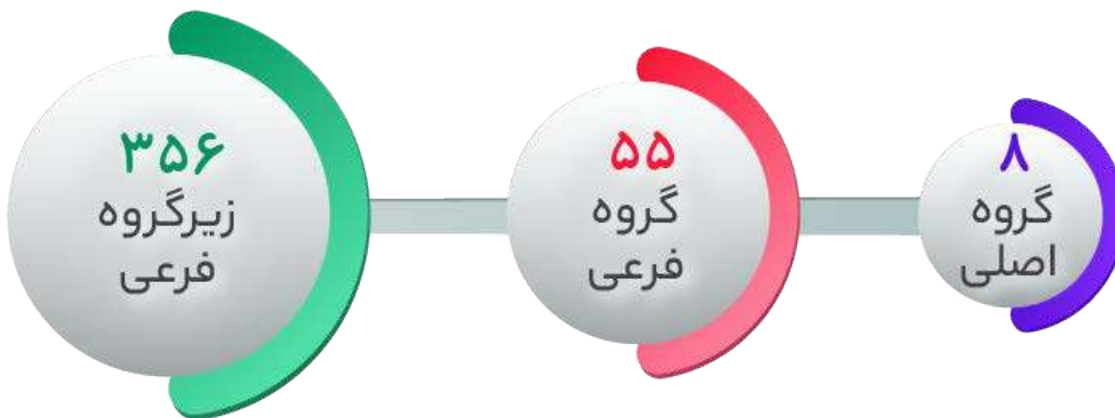
- داده‌های جمع‌آوری شده با روشی دقیق از سوپرمارکت‌ها با گریدهای مختلف بوده و قاعدتاً گروه‌ها، برندها و محصولات برتر مبتنی بر این داده‌ها استخراج شده است.
- با در نظر گرفتن اینکه بیش از ۸۵ درصد بازار این حوزه، مربوط به سوپرمارکت‌هاست این اطلاعات می‌تواند شمای کلی مناسبی از کل بازار باشد؛ هر چند ممکن است برخی از برندها در فروشگاه‌های زنجیره‌ای فعالیت گسترده‌تر و فروش بیشتری داشته باشند.
- داده‌های گزارش مربوط به استان‌های منتخب در کشور است و ممکن است که برخی از برندها در استان‌های دیگر حضور گسترده‌تری داشته باشند. پراکندگی فروشگاه‌های مورد بررسی در پایان گزارش ارائه شده است.





ضرورت اطلاع از اندازه بازار

- 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؟

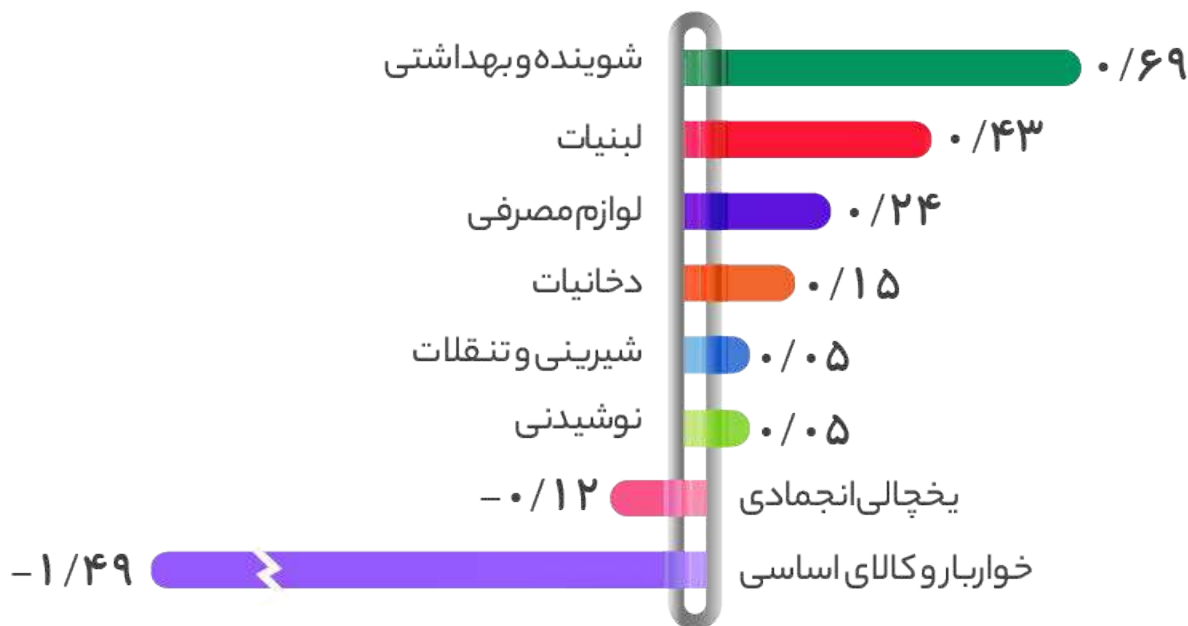


- در این گزارش کالاهای سوپرمارکتی در سه سطح طبقه بندی شده اند که طبقه اصلی شامل ۸ گروه می باشد.
- به عنوان مثال محصولی نظیر "روغن سرخ کردنی شفاف ۸۱۰ گرمی طبیعت" در گروه اصلی "خواربار و کالای اساسی"، گروه فرعی "روغن"، و زیرگروه فرعی "روغن سرخ کردنی" قرار می گیرد.



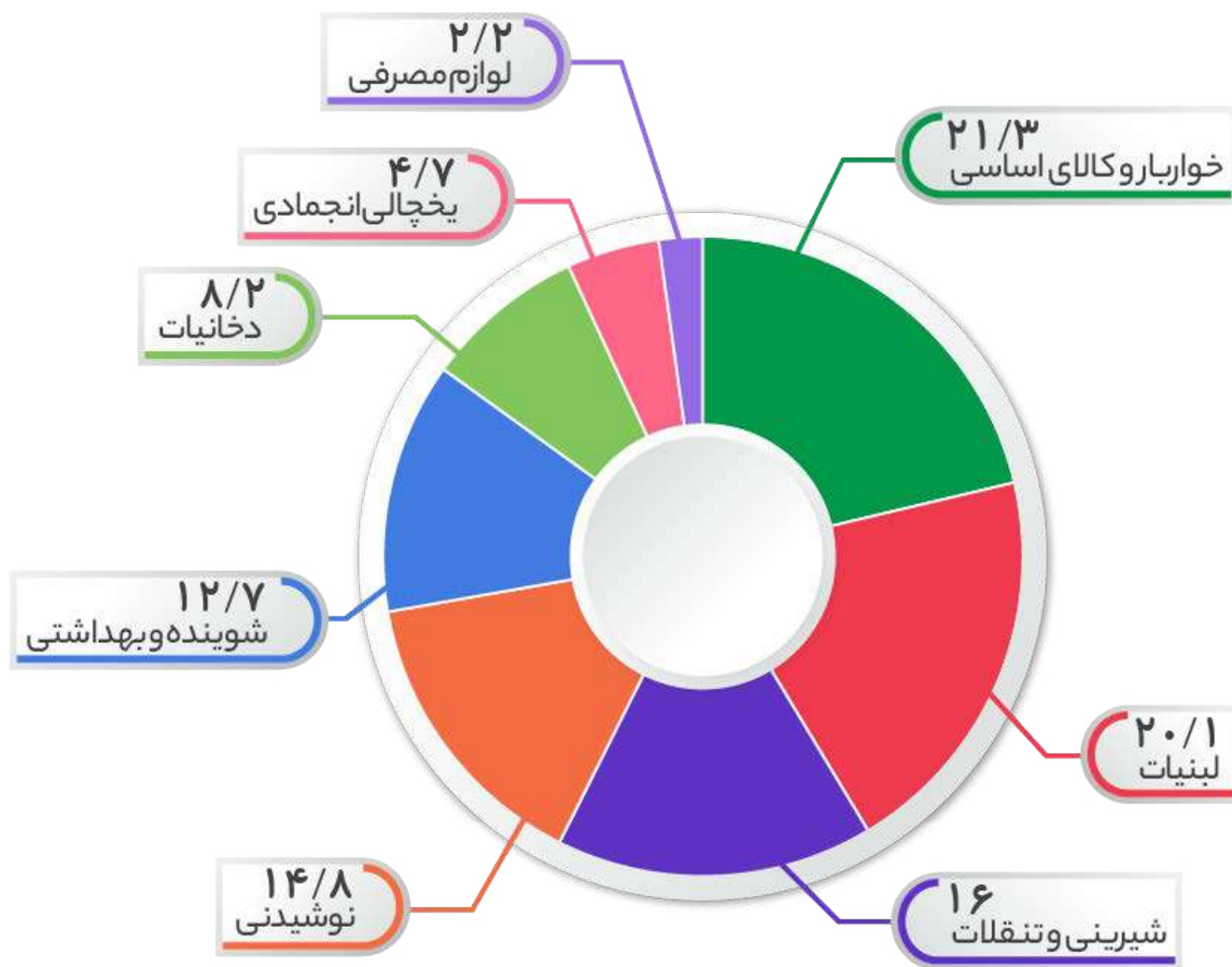
تغییرات اندازه بازار ۱۴۰۲ به ۱۴۰۳ (درصد)

- تغییرات قابل توجه اندازه بازار گروه های کالایی ۱۴۰۳ عمدتاً ناشی از تورم در برخی گروه ها بود.
- به عنوان مثال تورم گروه شوینده و بهداشتی نزدیک به ۴۰ درصد بود در حالیکه تورم در گروه کالای اساسی نزدیک به ۳۲ درصد می باشد و این امر سبب شده تا ۱/۵ درصد از اندازه بازار کالای اساسی کاسته شود.





اندازه بازار ریالی گروه های اصلی (درصد)

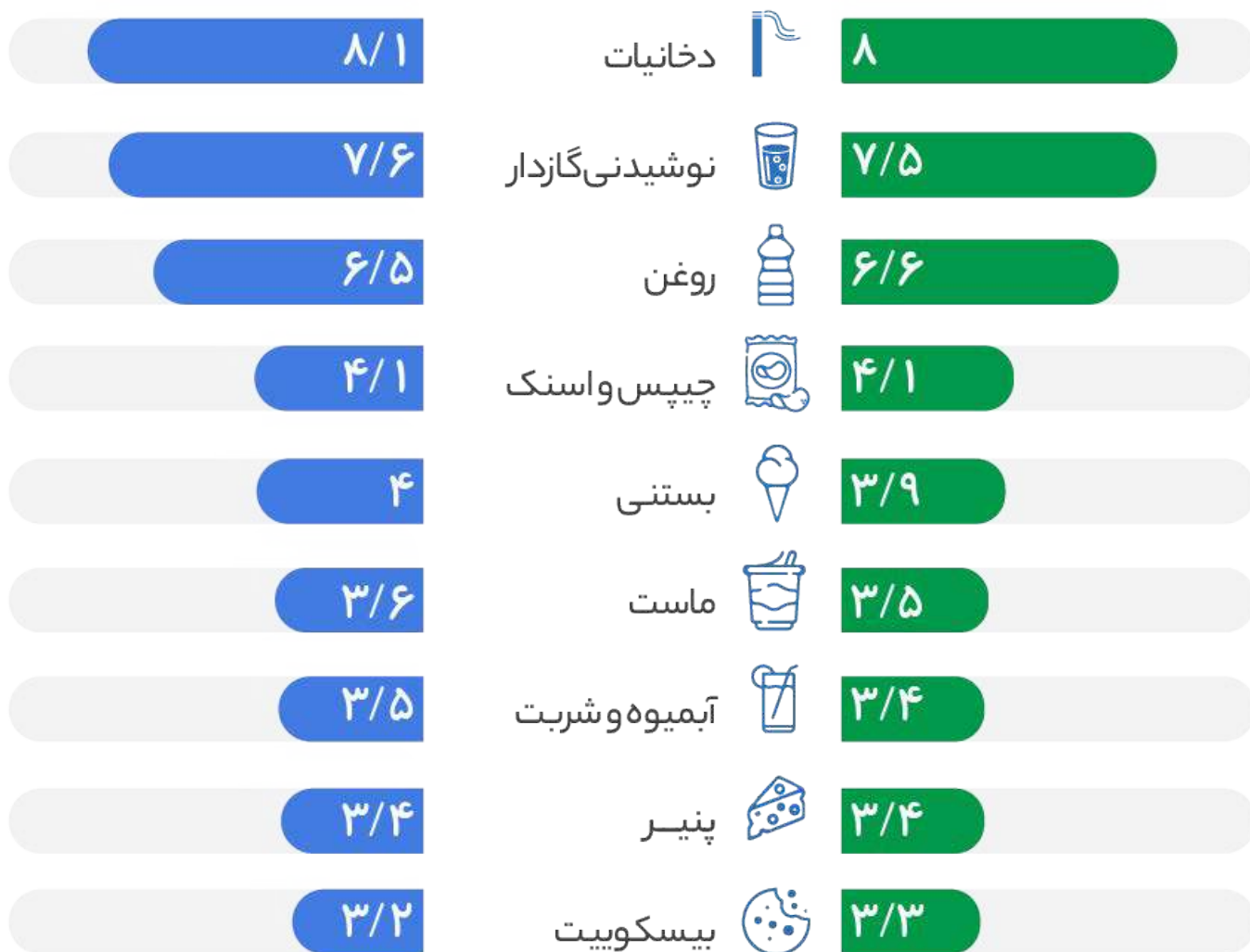




اندازه بازار ریالی گروه های فرعی (درصد)

سال ۱۴۰۲

سال ۱۴۰۳





اندازه بازار ریالی گروه های فرعی (درصد)

سال ۱۴۰۲

سال ۱۴۰۳

چای و قهوه



۳/۲

۳/۳

شیر تازه



۳/۲

۳/۱

کیک



۳/۱

۳

تنقلات



۲/۳

۲/۳

بهداشت مادر و کودک



۲/۲

۲/۲

شوینده لباس



۲/۱

۲/۲

تون ماهی



۲

۲

سس



۲

۲

ماکارونی ورشته



۲

۲



[illegible]





۱۰۰ گروه برتر بازار خرده فروشی سال ۱۴۰۳

(براساس سهم بازار ریالی)

- سهم بازار بر اساس ریال فروش رفته (Sell out) در فروشگاه ها می باشد (که عمدتاً قیمت مصرف می باشد).
- 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 و 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 ۱۴۰۳ (درصد)

۱۴۰۱	۱۴۰۲	۱۴۰۳		
			۵/۶۸	۱
			۴/۵۸	۲
			۴/۵۰	۳
			۴/۰۱	۴
			۳/۰۵	۵
			۲/۴۷	۶
			۲/۳۱	۷
			۲/۲۷	۸
			۲/۲۲	۹
			۲/۱۸	۱۰

** با در نظر گرفتن ضریب تعدیل سود فروشگاه

* شرکت های غذایی بنیاد (پاک، زمزم، بهنوش و ...)



رتبه و سهم بازار گروه های برتر ۱۴۰۳ (درصد)





رتبه و سهم بازار گروه های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

▼	۴۱	سانا ساند	۰/۴۳	▲	۳۱	رامد	۰/۵۶
▼	۴۲	درنا	۰/۴۲	▼	۳۲	مهرام	۰/۵۶
▲	۴۳	تک ماکارون	۰/۴۱	▼	۳۳	HYPE ENERGY	۰/۵۴
▼	۴۴	رازی	۰/۴۱	▼	۳۴	هزار	۰/۵۱
▼	۴۵	آستان قدس رضوی	۰/۳۸	▲	۳۵	شیلتون	۰/۴۹
▼	۴۶	نظری	۰/۳۸	▼	۳۶	نامی	۰/۴۸
▲	۴۷	Nestlé	۰/۳۵	▼	۳۷	سلا	۰/۴۷
▲	۴۸	ایچی	۰/۳۳	▲	۳۸	شکلی	۰/۴۵
▲	۴۹	پرفا	۰/۳۲	▼	۳۹	آماده لذیذ	۰/۴۴
▲	۵۰	چای شمس زاده	۰/۳۱	▼	۴۰	مانا	۰/۴۴



رتبه و سهم بازار گروه های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۶۱	سه‌نان	۰/۲۵	۵۱	صبح	۰/۳۰
۶۲	نادر	۰/۲۵	۵۲	نادر	۰/۲۹
۶۳	وطن زرین	۰/۲۴	۵۳	ایکا ETKA	۰/۲۸
۶۴	دخانیات ایران	۰/۲۴	۵۴	حلوائی عقاب	۰/۲۸
۶۵	چاکلر	۰/۲۳	۵۵	دوست بر ساد	۰/۲۸
۶۶	صنایع غذایی عالیاکستان	۰/۲۳	۵۶	آنانا	۰/۲۷
۶۷	آریامل زرین	۰/۲۳	۵۷	فیروز	۰/۲۶
۶۸	سپن	۰/۲۳	۵۸	BADR	۰/۲۶
۶۹	پین	۰/۲۲	۵۹	اصالت	۰/۲۶
۷۰	دنون	۰/۲۱	۶۰	سحر	۰/۲۶



رتبه و سهم بازار گروه های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

▲	۰/۱۷		۸۱	▼	۰/۲۱		۷۱
▲	۰/۱۷		۸۲	▲	۰/۲۰		۷۲
▲	۰/۱۷		۸۳	▼	۰/۲۰		۷۳
▲	۰/۱۷	دستکش حریر ایران	۸۴	▲	۰/۲۰	مجتبی	۷۴
▲	۰/۱۷		۸۵	▲	۰/۲۰	جاوید ریحان ستاره	۷۵
▲	۰/۱۷		۸۶	▲	۰/۱۹		۷۶
▼	۰/۱۶		۸۷	▲	۰/۱۹	مطهر	۷۷
▲	۰/۱۶		۸۸	▲	۰/۱۸	آفتاب طلایی پرشین	۷۸
▼	۰/۱۶		۸۹	▼	۰/۱۸		۷۹
▲	۰/۱۶		۹۰	▲	۰/۱۸	Tim's	۸۰



رتبه و سهم بازار گروه های برتر ۱۴۰۳ (درصد)





رتبه و سهم بازار برند های برتر سال ۱۴۰۳

● فعالیت ۱۰۸۶۶ برند در سال ۱۴۰۳ در سطح سوپرمارکت ها

۱۰۰٪ بازار

● ۸۰٪ ریال فروش درتصاحب ۸۸۷ برند

(۸٪ برند های بازار)

● ۸۰٪ ریال فروش برای ۵٪ محصولات

۸۰٪ بازار



رتبه و سهم بازار برند های برتر سال ۱۴۰۳





۵۰۰ برند برتر بازار خرده فروشی سال ۱۴۰۳

(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 برند های برتر ۱۴۰۳





رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۲۱ پرسیل ▲ ۰/۷۱

۲۲ اوپلا ▼ ۰/۶۶

۲۳ دو غزال ▲ ۰/۶۵

۲۴ زمزم ▲ ۰/۶۱

۲۵ کنت ▼ ۰/۵۹

۲۶ فرمند ▲ ۰/۵۹

۲۷ عالیس ▼ ۰/۵۸

۲۸ مهران ▼ ۰/۵۷

۲۹ رامک ▲ ۰/۵۷

۳۰ پرپل ▲ ۰/۵۷

۱۱ سن ایچ ▼ ۱/۳۱

۱۲ لادن ▼ ۱/۲۳

۱۳ پاک ▼ ۱/۱۵

۱۴ دامداران ▲ ۱/۱۰

۱۵ مینو ▼ ۰/۹۰

۱۶ شپبا ▲ ۰/۸۴

۱۷ اکتیو ▲ ۰/۷۸

۱۸ مارلبرو ▲ ۰/۷۵

۱۹ گلستان ▼ ۰/۷۵

۲۰ دلپذیر ▲ ۰/۷۱



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۱ نسکافه ▲ ۰/۴۵

۴۲ شکلی ▲ ۰/۴۵

۴۳ مانا ▼ ۰/۴۴

۴۴ درنا ▼ ۰/۴۳

۴۵ هایپ ▼ ۰/۴۳

۴۶ غنچه ▼ ۰/۴۳

۴۷ تست ▲ ۰/۴۳

۴۸ رانی ▼ ۰/۴۰

۴۹ ماهشام ▲ ۰/۴۰

۵۰ فروت لند ▼ ۰/۴۰

۳۱ نامی نو ▲ ۰/۵۶

۳۲ زرماکارون ▼ ۰/۵۲

۳۳ هراز ▼ ۰/۵۱

۳۴ بهار ▼ ۰/۵۰

۳۵ شیلتون ▲ ۰/۴۹

۳۶ مای بیبی ▲ ۰/۴۹

۳۷ سافتلن ▲ ۰/۴۹

۳۸ مولفیکس ▲ ۰/۴۷

۳۹ نظری ▲ ۰/۴۶

۴۰ چوپان ▲ ۰/۴۵



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۵۱	فانتا	۰/۳۶ ▼
۵۲	گلرنگ	۰/۳۶ ▲
۵۳	جی وان	۰/۳۶ ▼
۵۴	کاپو	۰/۳۵ ▼
۵۵	بهنوش	۰/۳۵ ▼
۵۶	پپسی	۰/۳۴ ▼
۵۷	تک ماکارون	۰/۳۴ ▲
۵۸	اوه	۰/۳۴ ▲
۵۹	پمینا	۰/۳۴ ▼
۶۰	شونیز	۰/۳۳ ▲
۶۱	شهرزاد	۰/۳۱ ▲
۶۲	الیت	۰/۳۰ ▼
۶۳	صبح	۰/۳۰ ▼
۶۴	اسپرایت	۰/۳۰ ▼
۶۵	پاپیا	۰/۳۰ ▲
۶۶	سحر	۰/۳۰ ▲
۶۷	سان استار	۰/۲۹ ▼
۶۸	نادری	۰/۲۹ ▼
۶۹	عقاب	۰/۲۹ ▲
۷۰	ورامین	۰/۲۸ ▼



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۸۱ نان آوران ▲ ۰/۲۵

۸۲ بیژن ▲ ۰/۲۵

۸۳ بایودنت ▲ ۰/۲۵

۸۴ گلنار ▲ ۰/۲۵

۸۵ ایستک ▼ ۰/۲۴

۸۶ پنبه ریز ▲ ۰/۲۴

۸۷ لینا ▲ ۰/۲۴

۸۸ چاکلز ▲ ۰/۲۳

۸۹ ناپولی ▲ ۰/۲۳

۹۰ اصالت ▲ ۰/۲۲

۷۱ بهروز ▼ ۰/۲۸

۷۲ فامیلا ▼ ۰/۲۸

۷۳ سه نان ▼ ۰/۲۸

۷۴ آناتا ▼ ۰/۲۷

۷۵ رضوی ▲ ۰/۲۷

۷۶ پاندا ▲ ۰/۲۷

۷۷ کمل ▼ ۰/۲۷

۷۸ مونتانا ▼ ۰/۲۶

۷۹ فیروز ▲ ۰/۲۶

۸۰ بدر ▲ ۰/۲۶



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۱۰۱ کاوالو ▲ ۰/۱۹

۱۰۲ پیک ▲ ۰/۱۹

۱۰۳ پرژک ▲ ۰/۱۹

۱۰۴ پیچ پچ ▲ ۰/۱۹

۱۰۵ گله ▲ ۰/۱۹

۱۰۶ دورکو ▲ ۰/۱۹

۱۰۷ مطهر ▲ ۰/۱۹

۱۰۸ تلاونگ ▲ ۰/۱۹

۱۰۹ مای لیدی ▲ ۰/۱۹

۱۱۰ آبعلی ▲ ۰/۱۹

۹۱ هپی لایف ▲ ۰/۲۱

۹۲ اسکار ▲ ۰/۲۱

۹۳ دنت ▼ ۰/۲۱

۹۴ روزانه ▼ ۰/۲۱

۹۵ رعنا ▼ ۰/۲۱

۹۶ سیمرغ ▼ ۰/۲۱

۹۷ تنو ▲ ۰/۲۰

۹۸ سمیه ▲ ۰/۲۰

۹۹ مجتبی ▲ ۰/۲۰

۱۰۰ تریدنت ▲ ۰/۲۰



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۱۲۱ سولیکو ▲ ۰/۱۶

۱۲۲ هی دی ▲ ۰/۱۶

۱۲۳ روز ▲ ۰/۱۶

۱۲۴ اسی ▼ ۰/۱۶

۱۲۵ صحت ▼ ۰/۱۶

۱۲۶ دامستوس ▲ ۰/۱۶

۱۲۷ خوشگوار ▲ ۰/۱۶

۱۲۸ سالمین ▼ ۰/۱۵

۱۲۹ رزمیرم ▲ ۰/۱۵

۱۳۰ فورمن ▲ ۰/۱۵

۱۱۱ لپ لپ ▲ ۰/۱۸

۱۱۲ هایلپ ▼ ۰/۱۸

۱۱۳ تاژ ▼ ۰/۱۸

۱۱۴ بهمن ▼ ۰/۱۸

۱۱۵ پانلا ▲ ۰/۱۸

۱۱۶ روژین ▲ ۰/۱۷

۱۱۷ سلامت ▲ ۰/۱۷

۱۱۸ مکنزی ▼ ۰/۱۷

۱۱۹ سنجابک ▼ ۰/۱۷

۱۲۰ احمد ▲ ۰/۱۶



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۱۴۱ من ▲ ۰/۱۴

۱۴۲ معینی پور ▲ ۰/۱۴

۱۴۳ توینینگز ▼ ۰/۱۴

۱۴۴ موسوی ▼ ۰/۱۴

۱۴۵ دبش ▼ ۰/۱۴

۱۴۶ دورتو ▲ ۰/۱۳

۱۴۷ اونیکس ▼ ۰/۱۳

۱۴۸ ماجان ▲ ۰/۱۳

۱۴۹ گود دی ▲ ۰/۱۳

۱۵۰ خاطره ▲ ۰/۱۳

۱۳۱ لوکس ▲ ۰/۱۵

۱۳۲ سمن ▲ ۰/۱۵

۱۳۳ تبرک ▼ ۰/۱۵

۱۳۴ ۲۰۲ ▼ ۰/۱۵

۱۳۵ نستله ▲ ۰/۱۵

۱۳۶ تافته ▼ ۰/۱۵

۱۳۷ لمسر ▲ ۰/۱۴

۱۳۸ مگنا ▼ ۰/۱۴

۱۳۹ کلیر ▲ ۰/۱۴

۱۴۰ محمود ▲ ۰/۱۴



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۱۶۱ گلریز ▼ ۰/۱۲

۱۶۲ بلک برن ▼ ۰/۱۲

۱۶۳ آیدین ▼ ۰/۱۲

۱۶۴ تحفه ▲ ۰/۱۲

۱۶۵ دلوسه ▲ ۰/۱۲

۱۶۶ بی تا ▼ ۰/۱۲

۱۶۷ چشمک ▼ ۰/۱۲

۱۶۸ کوپا ▲ ۰/۱۲

۱۶۹ کانادا درای ▼ ۰/۱۲

۱۷۰ چین چین ▼ ۰/۱۲

۱۵۱ مروارید ▼ ۰/۱۳

۱۵۲ نان سحر ▲ ۰/۱۳

۱۵۳ گالکسی ▲ ۰/۱۳

۱۵۴ یک و یک ▼ ۰/۱۳

۱۵۵ کاسپین ▲ ۰/۱۳

۱۵۶ ویتانا ▼ ۰/۱۳

۱۵۷ هرول ▲ ۰/۱۲

۱۵۸ تورابیکا ▼ ۰/۱۲

۱۵۹ دایتی ▲ ۰/۱۲

۱۶۰ رافونه ▲ ۰/۱۲



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۱۸۱	خرم	▲	۰/۱۰	۱۷۱	شبشم	▲	۰/۱۱
۱۸۲	ربیع	▲	۰/۱۰	۱۷۲	سیگنال	▲	۰/۱۱
۱۸۳	سیف	▲	۰/۱۰	۱۷۳	تار و مار	▲	۰/۱۱
۱۸۴	شون	▲	۰/۱۰	۱۷۴	لطیفه	▲	۰/۱۱
۱۸۵	بنیس	▼	۰/۱۰	۱۷۵	هوم کر	▲	۰/۱۱
۱۸۶	ردبول	▼	۰/۱۰	۱۷۶	هوفنبرگ	▼	۰/۱۱
۱۸۷	تکدانه	▼	۰/۱۰	۱۷۷	گلنوش	▲	۰/۱۰
۱۸۸	چاشنی	▲	۰/۱۰	۱۷۸	پیلگون	▼	۰/۱۰
۱۸۹	سپید	▲	۰/۱۰	۱۷۹	ایزی لایف	▲	۰/۱۰
۱۹۰	کیندر	▲	۰/۱۰	۱۸۰	میرندا	▲	۰/۱۰



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۲۰۱ معجزه ▲ ۰/۰۹

۲۰۲ بیگ بر ▼ ۰/۰۹

۲۰۳ آیسیمانکی ▼ ۰/۰۹

۲۰۴ داو ▲ ۰/۰۹

۲۰۵ سانی نس ▼ ۰/۰۹

۲۰۶ نوتلا ▲ ۰/۰۹

۲۰۷ جمع ▲ ۰/۰۹

۲۰۸ سحرخیز ▲ ۰/۰۹

۲۰۹ ببتو ▲ ۰/۰۹

۲۱۰ خاکستر ▲ ۰/۰۸

۱۹۱ کاترین ▲ ۰/۱۰

۱۹۲ علی کافه ▼ ۰/۱۰

۱۹۳ شیلانه ▼ ۰/۱۰

۱۹۴ ب.آ ▼ ۰/۱۰

۱۹۵ فرخنده ▲ ۰/۰۹

۱۹۶ سوفیا ▲ ۰/۰۹

۱۹۷ خوشبخت ▼ ۰/۰۹

۱۹۸ باراکا ▼ ۰/۰۹

۱۹۹ شیررضا ▲ ۰/۰۹

۲۰۰ مزرعه ▼ ۰/۰۹



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۲۲۱ مریدنت ▲ ۰/۰۸

۲۲۲ فینیش ▼ ۰/۰۸

۲۲۳ پنگوئن ▲ ۰/۰۸

۲۲۴ کیمدی ▲ ۰/۰۸

۲۲۵ ستاک ▼ ۰/۰۸

۲۲۶ دریان دشت ▼ ۰/۰۸

۲۲۷ کالین ▲ ۰/۰۷

۲۲۸ رشد ▲ ۰/۰۷

۲۲۹ زشک ▼ ۰/۰۷

۲۳۰ برف ▲ ۰/۰۷

۲۱۱ الفاخر ▼ ۰/۰۸

۲۱۲ بادوک ▲ ۰/۰۸

۲۱۳ زرده طلایی ▲ ۰/۰۸

۲۱۴ دکترین ▼ ۰/۰۸

۲۱۵ تاپسی ▼ ۰/۰۸

۲۱۶ همدانیان ▲ ۰/۰۸

۲۱۷ آ.آ.ب ▲ ۰/۰۸

۲۱۸ مازولایت ▲ ۰/۰۸

۲۱۹ مزایا ▼ ۰/۰۸

۲۲۰ ترددیلا ▲ ۰/۰۸



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۲۴۱	وردا	۰/۰۷ ▼
۲۴۲	مای	۰/۰۷ ▲
۲۴۳	خیراله شاهی	۰/۰۶ ▼
۲۴۴	پرارین	۰/۰۶ ▼
۲۴۵	جوجو	۰/۰۶ ▲
۲۴۶	سون آپ	۰/۰۶ ▼
۲۴۷	کریستال	۰/۰۶ ▲
۲۴۸	آذربایجان	۰/۰۶ ▲
۲۴۹	گلناز	۰/۰۶ ▼
۲۵۰	بنگ بنگ	۰/۰۶ ▲
۲۳۱	سوربن	۰/۰۷ ▲
۲۳۲	بشیر	۰/۰۷ ▼
۲۳۳	مولتی کافه	۰/۰۷ ▲
۲۳۴	اولکر	۰/۰۷ ▲
۲۳۵	می ماس	۰/۰۷ ▼
۲۳۶	ژیلت	۰/۰۷ ▼
۲۳۷	مانی	۰/۰۷ ▲
۲۳۸	فرشی دی	۰/۰۷ ▼
۲۳۹	اتک	۰/۰۷ ▼
۲۴۰	مانستر	۰/۰۷ ▲



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۲۶۱ رکسونا ▲ ۰/۰۶

۲۶۲ بیم ▼ ۰/۰۶

۲۶۳ فول تایم ▲ ۰/۰۶

۲۶۴ آفتاب ▼ ۰/۰۵

۲۶۵ آکوافینا ▲ ۰/۰۵

۲۶۶ وایتکس ▼ ۰/۰۵

۲۶۷ موگو موگو ▼ ۰/۰۵

۲۶۸ جمانه ▲ ۰/۰۵

۲۶۹ اشی مشی ▲ ۰/۰۵

۲۷۰ بیک ▼ ۰/۰۵

۲۵۱ گلی ▼ ۰/۰۶

۲۵۲ گوشتیران ▲ ۰/۰۶

۲۵۳ سبحان ▲ ۰/۰۶

۲۵۴ ۹۵۹۵ ▲ ۰/۰۶

۲۵۵ دول ▼ ۰/۰۶

۲۵۶ جیف ▲ ۰/۰۶

۲۵۷ دماوند ▲ ۰/۰۶

۲۵۸ نیوآ ▼ ۰/۰۶

۲۵۹ کوالا ▲ ۰/۰۶

۲۶۰ پاژن ▼ ۰/۰۶



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۲۸۱ سیرنگ ▲ ۰/۰۵

۲۸۲ مولید ▼ ۰/۰۵

۲۸۳ لندی ▲ ۰/۰۵

۲۸۴ لبنی قدس رضوی ▼ ۰/۰۵

۲۸۵ برتر ▼ ۰/۰۵

۲۸۶ آندره ▲ ۰/۰۵

۲۸۷ ساندیس ▼ ۰/۰۵

۲۸۸ کامبیز ▼ ۰/۰۵

۲۸۹ کیبی ▲ ۰/۰۵

۲۹۰ واتا ▼ ۰/۰۵

۲۷۱ شکوه ▼ ۰/۰۵

۲۷۲ نایت کینگ ▲ ۰/۰۵

۲۷۳ مام ▼ ۰/۰۵

۲۷۴ رباط ▼ ۰/۰۵

۲۷۵ نیک منش ▲ ۰/۰۵

۲۷۶ بهرامن ▲ ۰/۰۵

۲۷۷ کیکس ▲ ۰/۰۵

۲۷۸ سیس رایس ▲ ۰/۰۵

۲۷۹ ژابیز ▲ ۰/۰۵

۲۸۰ نازگل ▼ ۰/۰۵



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۳۰.۱ ریلکس ▼ ۰/۰۵

۳۰.۲ سوروسات ▼ ۰/۰۵

۳۰.۳ هانی ▼ ۰/۰۵

۳۰.۴ گلوریا ▲ ۰/۰۴

۳۰.۵ تیمز ▲ ۰/۰۴

۳۰.۶ راپیدو ▼ ۰/۰۴

۳۰.۷ ایسترم ▼ ۰/۰۴

۳۰.۸ گرجی ▼ ۰/۰۴

۳۰.۹ پال مال ▼ ۰/۰۴

۳۱.۰ عباس زاده ▲ ۰/۰۴

۲۹.۱ دسانی ▼ ۰/۰۵

۲۹.۲ ننه بتول ▼ ۰/۰۵

۲۹.۳ اوریون ▼ ۰/۰۵

۲۹.۴ خوشاب ▼ ۰/۰۵

۲۹.۵ دالیا ▼ ۰/۰۵

۲۹.۶ بیستون ▼ ۰/۰۵

۲۹.۷ نادی ▼ ۰/۰۵

۲۹.۸ هوم پلاس ▲ ۰/۰۵

۲۹.۹ لایف استار ▲ ۰/۰۵

۳۰.۰ ترخینه ▼ ۰/۰۵



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۳۲۱ کامن ▼ ۰/۰۴

۳۲۲ کالچر ▲ ۰/۰۴

۳۲۳ کیمبال ▼ ۰/۰۴

۳۲۴ پرسیس ▼ ۰/۰۴

۳۲۵ لروکس ▲ ۰/۰۴

۳۲۶ جاکوبز ▲ ۰/۰۴

۳۲۷ جوادیان ▼ ۰/۰۴

۳۲۸ محسن ▲ ۰/۰۴

۳۲۹ پرمیس ▼ ۰/۰۴

۳۳۰ واش لند ▲ ۰/۰۴

۳۱۱ آدرین ▼ ۰/۰۴

۳۱۲ هاریبو ▲ ۰/۰۴

۳۱۳ هاتی کارا ▼ ۰/۰۴

۳۱۴ شیلان ▲ ۰/۰۴

۳۱۵ صدف رضوان ▼ ۰/۰۴

۳۱۶ مالت ایچ ▼ ۰/۰۴

۳۱۷ نویتکس ▲ ۰/۰۴

۳۱۸ باریکن ▼ ۰/۰۴

۳۱۹ کیولین ▲ ۰/۰۴

۳۲۰ باتو ▲ ۰/۰۴



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۳۴۱ اروم تارلا ▲ ۰/۰۴

۳۴۲ نیلوفر دریانی ▲ ۰/۰۴

۳۴۳ بلک ولف ▲ ۰/۰۴

۳۴۴ موند ▼ ۰/۰۴

۳۴۵ چیچک ▼ ۰/۰۴

۳۴۶ ایگل البرز شمال ▼ ۰/۰۴

۳۴۷ عامری ▲ ۰/۰۴

۳۴۸ وان دی ▲ ۰/۰۴

۳۴۹ آنی ▲ ۰/۰۴

۳۵۰ آلینوس ▲ ۰/۰۴

۳۳۱ نسیم ▼ ۰/۰۴

۳۳۲ اورال بی ▲ ۰/۰۴

۳۳۳ زرکام ▼ ۰/۰۴

۳۳۴ باز ▼ ۰/۰۴

۳۳۵ طلای ناب کیهان ▼ ۰/۰۴

۳۳۶ گلچین ▲ ۰/۰۴

۳۳۷ لوتوس ▲ ۰/۰۴

۳۳۸ عصر طلایی شرق ▼ ۰/۰۴

۳۳۹ بن مانو ▲ ۰/۰۴

۳۴۰ دوسی ▲ ۰/۰۴



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۳۶۱	میشو لبن ▲ ۰/۰۴	۳۵۱	آیری پلاست ▲ ۰/۰۴
۳۶۲	لرد ▲ ۰/۰۳	۳۵۲	بنس ▲ ۰/۰۴
۳۶۳	طراوت ▲ ۰/۰۳	۳۵۳	سانسیلک ▼ ۰/۰۴
۳۶۴	گلین ▼ ۰/۰۳	۳۵۴	استرانگ بر ▼ ۰/۰۴
۳۶۵	فیلیپ موریس ▼ ۰/۰۳	۳۵۵	دونی ▲ ۰/۰۴
۳۶۶	یامی ▲ ۰/۰۳	۳۵۶	خاچیک ▲ ۰/۰۴
۳۶۷	امو ▲ ۰/۰۳	۳۵۷	معسل الشرق ▼ ۰/۰۴
۳۶۸	گلدن نسیم ▲ ۰/۰۳	۳۵۸	مگابیز ▼ ۰/۰۴
۳۶۹	های دنت ▲ ۰/۰۳	۳۵۹	محفل ▼ ۰/۰۴
۳۷۰	گلدن ویو ▼ ۰/۰۳	۳۶۰	وی نات ▼ ۰/۰۴



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۳۸۱ ملارد ▲ ۰/۰۳

۳۸۲ دورو ▲ ۰/۰۳

۳۸۳ کاسل ▼ ۰/۰۳

۳۸۴ هدیه ▲ ۰/۰۳

۳۸۵ شیدان ▲ ۰/۰۳

۳۸۶ نوسو ▲ ۰/۰۳

۳۸۷ فیری ▲ ۰/۰۳

۳۸۸ النخل ▲ ۰/۰۳

۳۸۹ جهان ▼ ۰/۰۳

۳۹۰ شوکو پارس ▲ ۰/۰۳

۳۷۱ قافلانکوه ▲ ۰/۰۳

۳۷۲ پاکبان ▲ ۰/۰۳

۳۷۳ سفید رود ▲ ۰/۰۳

۳۷۴ برکت ▲ ۰/۰۳

۳۷۵ یکتا ▲ ۰/۰۳

۳۷۶ کولی ▼ ۰/۰۳

۳۷۷ آروین ▼ ۰/۰۳

۳۷۸ کلاسنو ▲ ۰/۰۳

۳۷۹ آریزونا ▼ ۰/۰۳

۳۸۰ کیکوتک ▲ ۰/۰۳



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۰۱	اسنیکرز ▼ ۰/۰۳	۳۹۱	گلا ▲ ۰/۰۳
۴۰۲	آلتونسا ▼ ۰/۰۳	۳۹۲	سوما ▲ ۰/۰۳
۴۰۳	صاف ▲ ۰/۰۳	۳۹۳	شمس ▼ ۰/۰۳
۴۰۴	درماکلین ▲ ۰/۰۳	۳۹۴	میلکا ▲ ۰/۰۳
۴۰۵	دراژه ▲ ۰/۰۳	۳۹۵	کامفورت ▲ ۰/۰۳
۴۰۶	قائنات ▲ ۰/۰۳	۳۹۶	بوکشتاین ▲ ۰/۰۳
۴۰۷	سبد چین ▲ ۰/۰۳	۳۹۷	تاک ▲ ۰/۰۳
۴۰۸	ساتر ▲ ۰/۰۳	۳۹۸	بلک رویال ▲ ۰/۰۳
۴۰۹	به آفرین ▲ ۰/۰۳	۳۹۹	مشمش ▲ ۰/۰۳
۴۱۰	پام ▼ ۰/۰۳	۴۰۰	دیلوا ▼ ۰/۰۳



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۲۱ مارابو ▲ ۰/۰۳

۴۲۲ آژیل ▲ ۰/۰۳

۴۲۳ مهر ▲ ۰/۰۳

۴۲۴ سورپرایز ▲ ۰/۰۳

۴۲۵ حمید ۱۱۰ ▲ ۰/۰۳

۴۲۶ کیتاریج ▲ ۰/۰۳

۴۲۷ تی ان تی ▲ ۰/۰۳

۴۲۸ ام اند امز ▲ ۰/۰۳

۴۲۹ توبورگ ▲ ۰/۰۳

۴۳۰ قزل اوزن ▲ ۰/۰۳

۴۱۱ نایت ولف ▼ ۰/۰۳

۴۱۲ خشکدانه آذر ▲ ۰/۰۳

۴۱۳ فارسی ▲ ۰/۰۳

۴۱۴ کندوان ▼ ۰/۰۳

۴۱۵ مارس ▲ ۰/۰۳

۴۱۶ فایو ▼ ۰/۰۳

۴۱۷ مارین ▼ ۰/۰۳

۴۱۸ بیس باکس ▲ ۰/۰۳

۴۱۹ شهیدین ▲ ۰/۰۳

۴۲۰ شانا ▼ ۰/۰۳



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۴۱ وجین ▲ ۰/۰۳

۴۴۲ چمنی ▲ ۰/۰۲

۴۴۳ کره سفارشی تهران ▼ ۰/۰۲

۴۴۴ پارس شهاب ▼ ۰/۰۲

۴۴۵ افس ▲ ۰/۰۲

۴۴۶ گلدن مکس ▲ ۰/۰۲

۴۴۷ دهکده خرم ▼ ۰/۰۲

۴۴۸ سیو ▼ ۰/۰۲

۴۴۹ عروس ▼ ۰/۰۲

۴۵۰ عطارکده ▼ ۰/۰۲

۴۳۱ بیول ▲ ۰/۰۳

۴۳۲ قارچینو ▲ ۰/۰۳

۴۳۳ فرح بخش ▲ ۰/۰۳

۴۳۴ ویشتا ▼ ۰/۰۳

۴۳۵ آتا ▼ ۰/۰۳

۴۳۶ رازی ▲ ۰/۰۳

۴۳۷ شامانا ▼ ۰/۰۳

۴۳۸ عزیز ▲ ۰/۰۳

۴۳۹ اکشن ▼ ۰/۰۳

۴۴۰ میلانو ▲ ۰/۰۳



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۶۱ پردیس ▼ ۰/۰۲

۴۶۲ پرینگلز ▼ ۰/۰۲

۴۶۳ بس ▼ ۰/۰۲

۴۶۴ شریسا ▲ ۰/۰۲

۴۶۵ عمه بتول ▲ ۰/۰۲

۴۶۶ صبحگاه ▲ ۰/۰۲

۴۶۷ تانیس ▲ ۰/۰۲

۴۶۸ روکو ▲ ۰/۰۲

۴۶۹ شیرین وطن ▲ ۰/۰۲

۴۷۰ اکساب ▼ ۰/۰۲

۴۵۱ کلین آپ ▼ ۰/۰۲

۴۵۲ پیکولا ▲ ۰/۰۲

۴۵۳ حاج عبدالله ▼ ۰/۰۲

۴۵۴ آق بانو ▲ ۰/۰۲

۴۵۵ بوژنه ▼ ۰/۰۲

۴۵۶ حاج حسین قربانی ▲ ۰/۰۲

۴۵۷ اکبری ▼ ۰/۰۲

۴۵۸ ایلیکا ▲ ۰/۰۲

۴۵۹ بفرین ▼ ۰/۰۲

۴۶۰ فایر پاور ▲ ۰/۰۲



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۸۱ انسی ▼ ۰/۰۲

۴۸۲ شاه خوشه ▲ ۰/۰۲

۴۸۳ هی جو ▼ ۰/۰۲

۴۸۴ نوین زعفران ▲ ۰/۰۲

۴۸۵ صدف ▼ ۰/۰۲

۴۸۶ تلما ▲ ۰/۰۲

۴۸۷ ترشی سون ▲ ۰/۰۲

۴۸۸ آتوسا ▲ ۰/۰۲

۴۸۹ نوین پروتئین ▲ ۰/۰۲

۴۹۰ دلفین ▲ ۰/۰۲

۴۷۱ بریتکس ▲ ۰/۰۲

۴۷۲ گرینه ▼ ۰/۰۲

۴۷۳ دارکوب ▲ ۰/۰۲

۴۷۴ اسپادانا ▼ ۰/۰۲

۴۷۵ زکریا ▲ ۰/۰۲

۴۷۶ بابانا ▼ ۰/۰۲

۴۷۷ آریبال ▲ ۰/۰۲

۴۷۸ اوجان ▼ ۰/۰۲

۴۷۹ شاهسوند ▼ ۰/۰۲

۴۸۰ سناتور ▼ ۰/۰۲



رتبه و سهم بازار برند های برتر ۱۴۰۳ (درصد)

۴۹۶ سوروک ▲ ۰/۰۲

۴۹۷ تاپ ▼ ۰/۰۲

۴۹۸ بهنام ▲ ۰/۰۲

۴۹۹ پرند پروتئین ▼ ۰/۰۲

۵۰۰ شام شام ▼ ۰/۰۲

۴۹۱ آ.ب.ث ▼ ۰/۰۲

۴۹۲ کاریبو ▲ ۰/۰۲

۴۹۳ شهر نان ژیهات ▲ ۰/۰۲

۴۹۴ اروم آدا ▲ ۰/۰۲

۴۹۵ ون ▲ ۰/۰۲





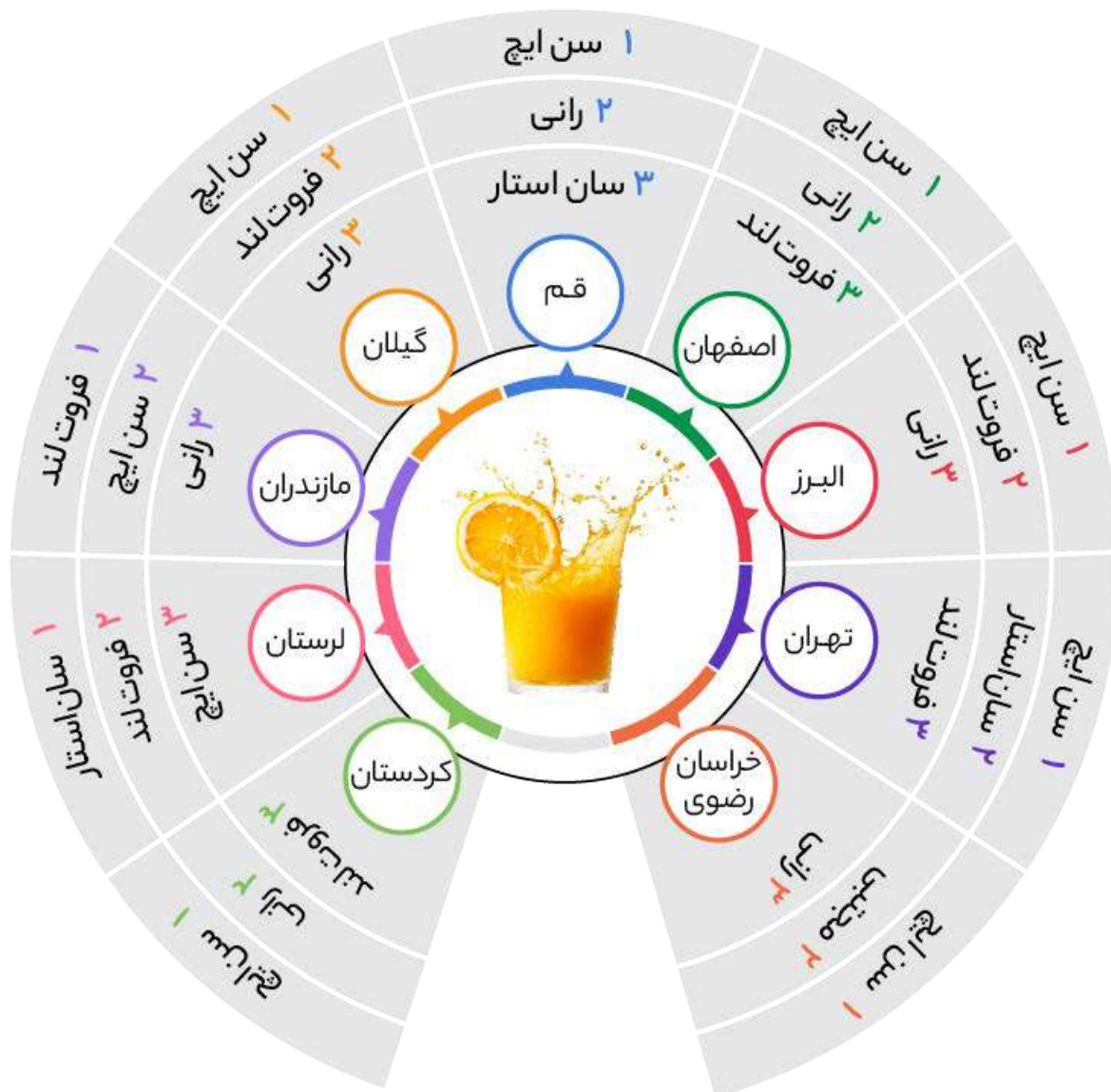
بازار فقط تهران نیست!؟

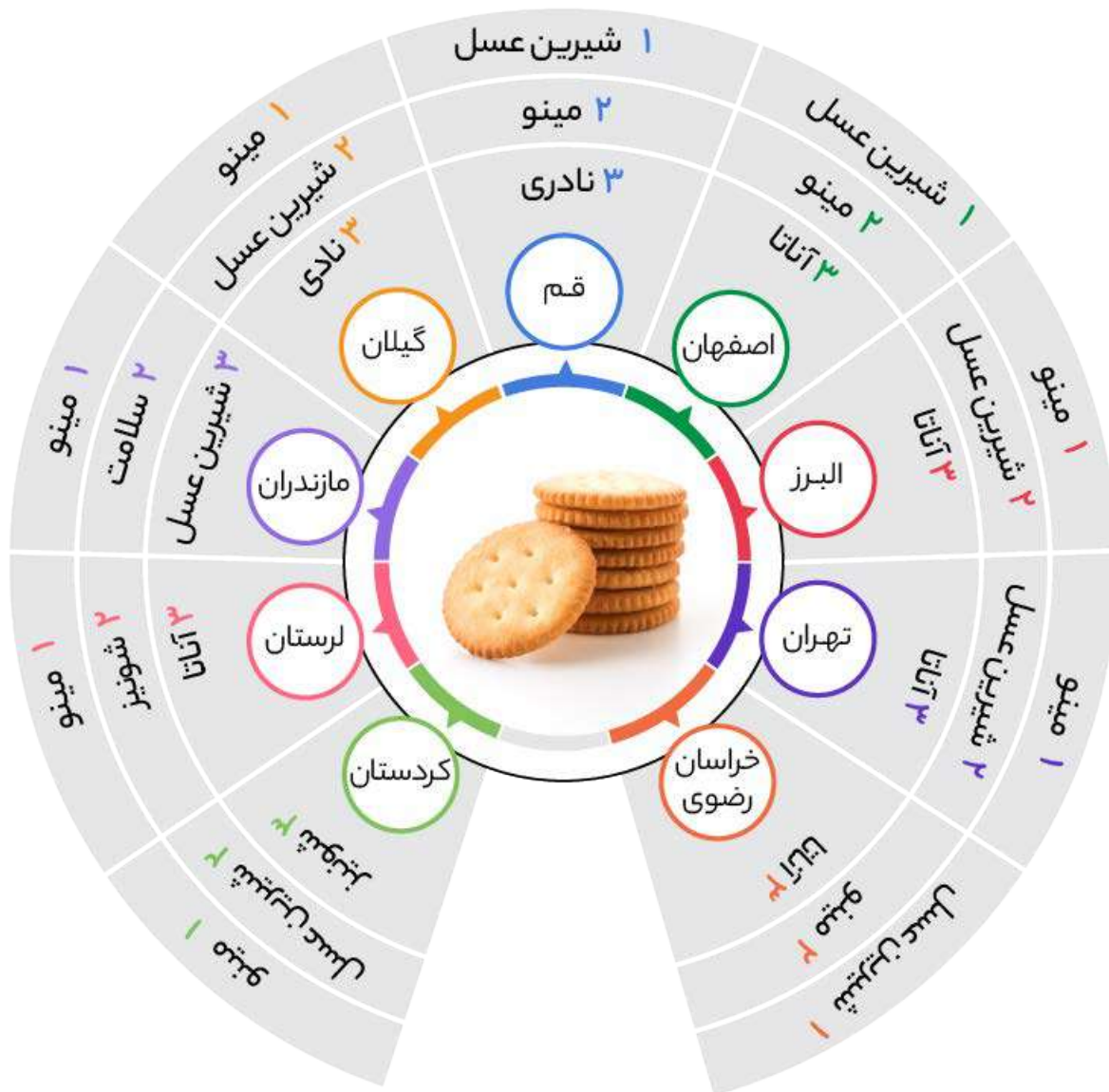


- باتوجه به تمرکز برندهای برتر بر بازار تهران، معمولاً شرکت‌ها از رقبای خود در سایر استان‌ها غافل هستند در حالی که ممکن است حتی یک برند محلی، رقیب اصلی آنها در آن استان باشد و بدون این شناخت استراتژی درستی برای آن بازار نداشته باشیم.
- لذا در این بخش از گزارش، به عنوان نمونه، لیدرهای ۱۰ گروه سوپرمارکتی در استان‌های مختلف نمایش داده شده است.



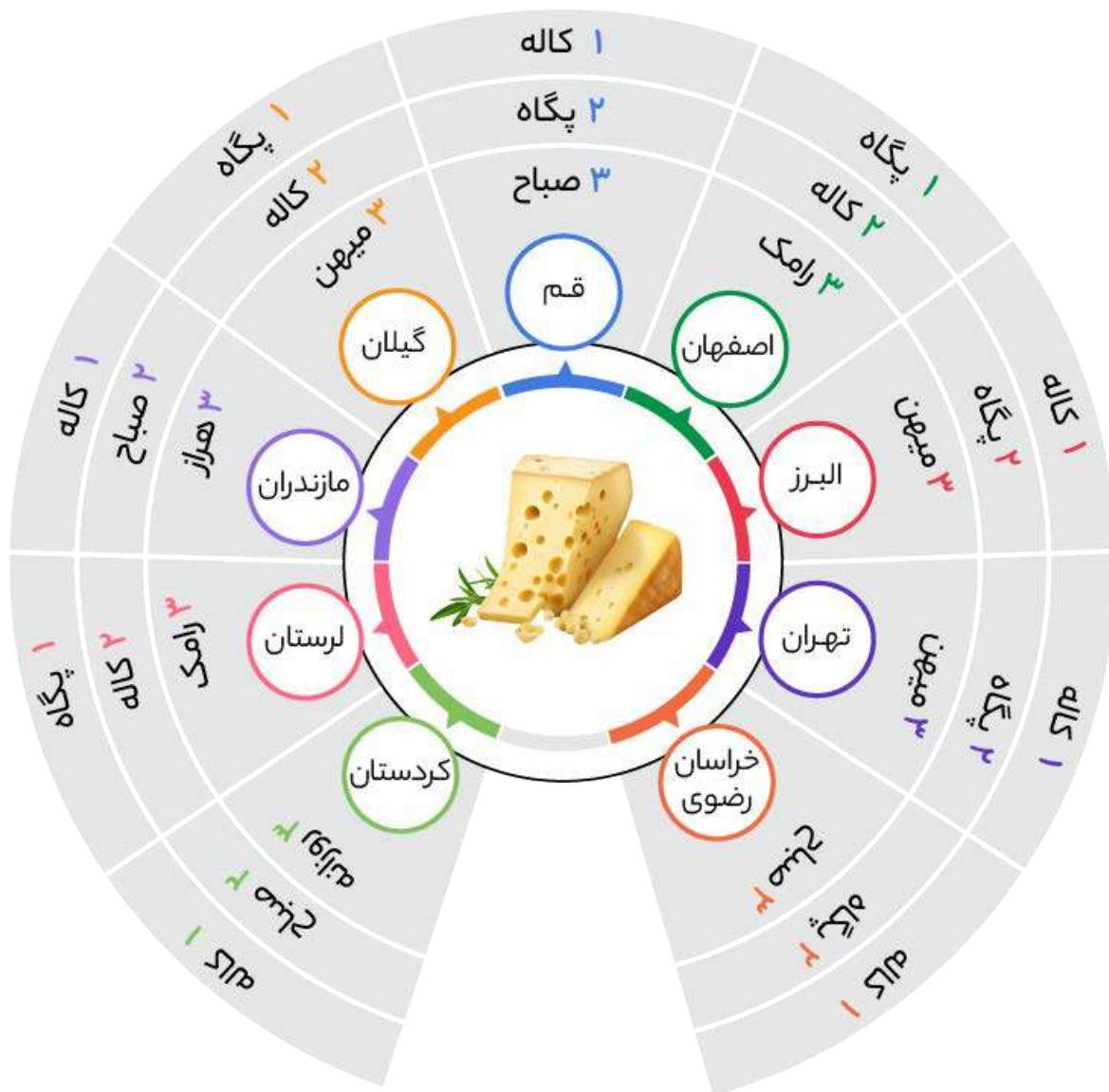
برندهای برتر گروه کالایی آبمیوه و شربت در استان ها





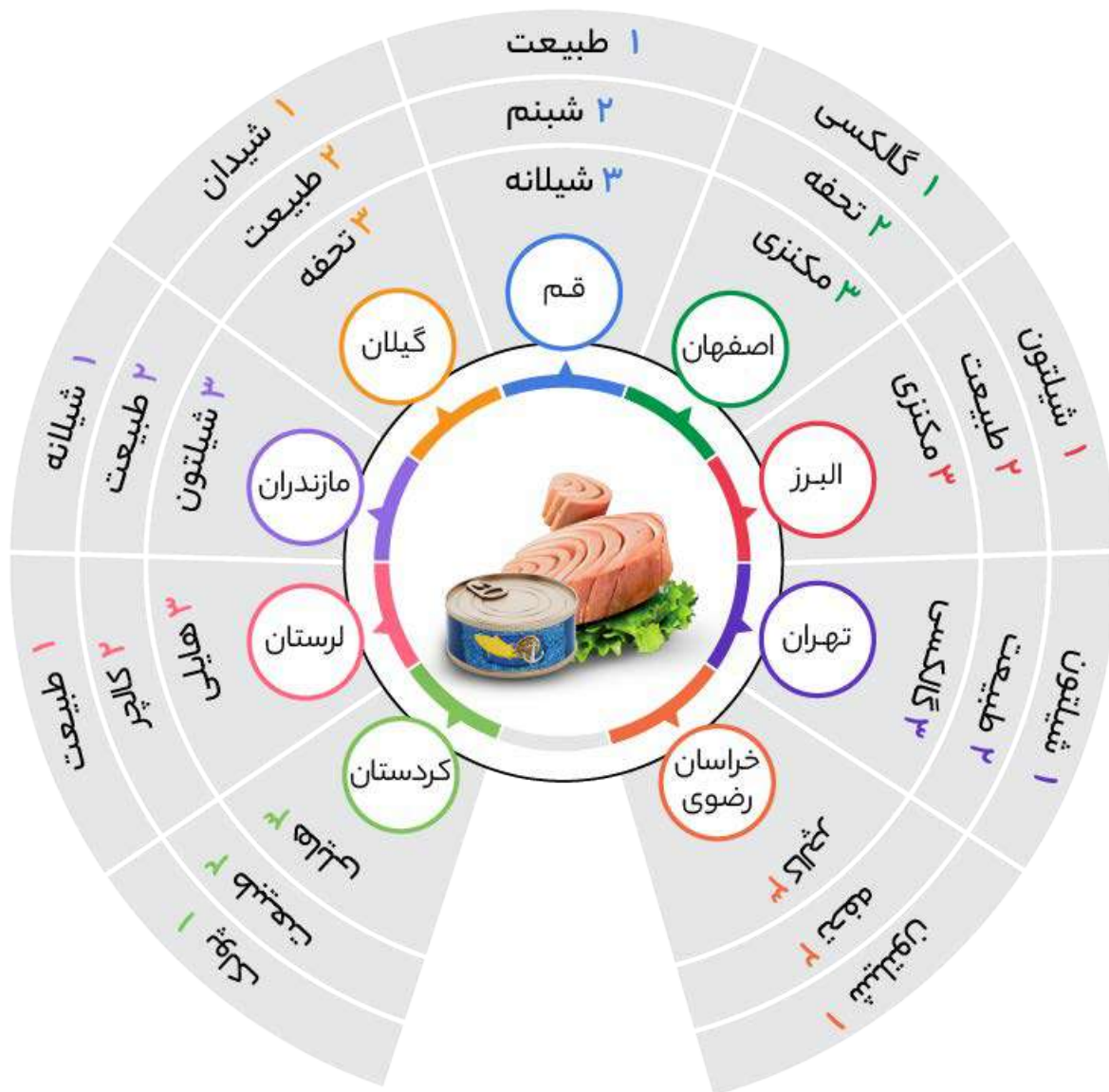


برندهای برتر گروه کالایی پنیر در استان ها



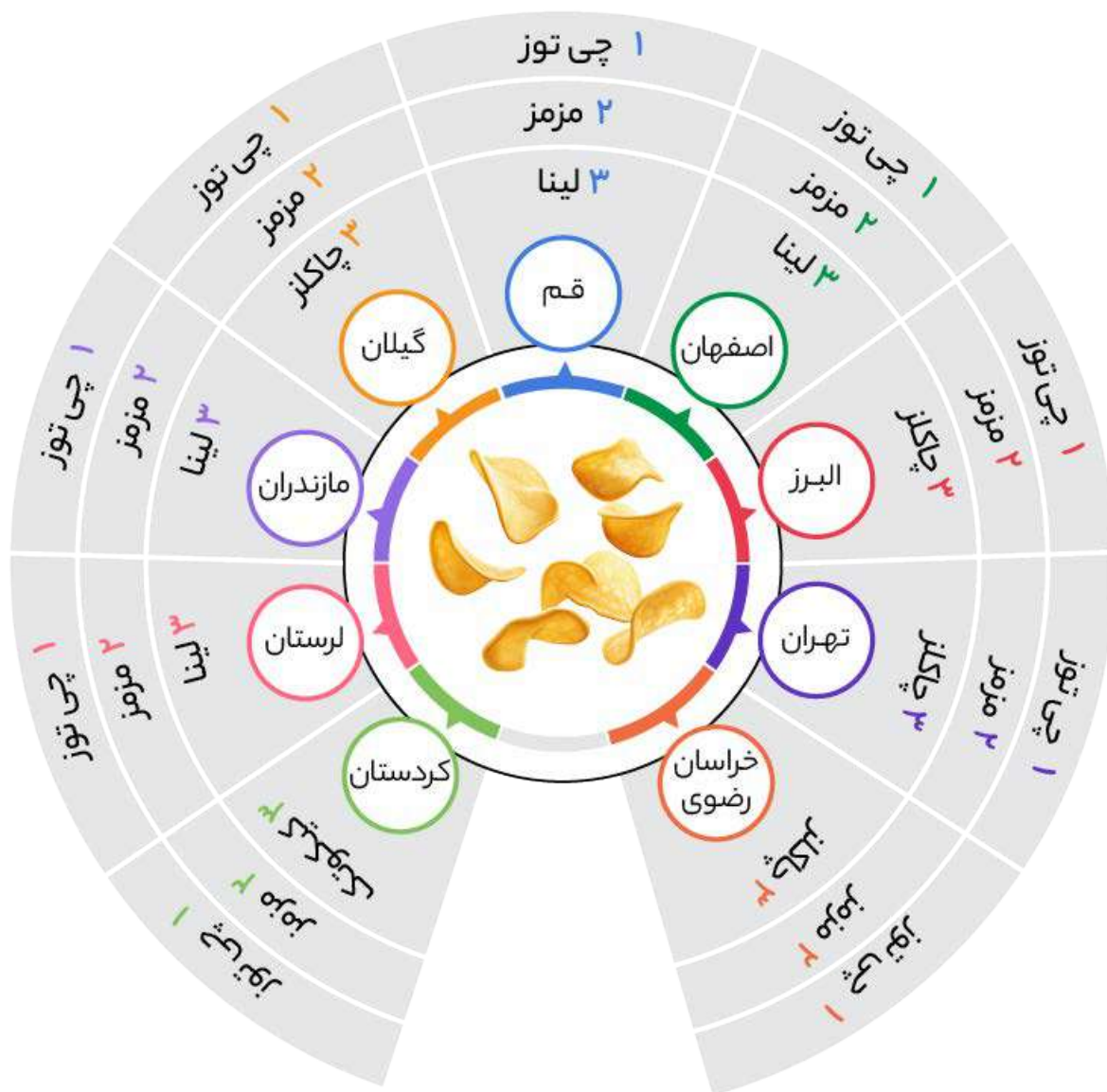


برندهای برتر گروه کالایی تون ماهی در استان ها



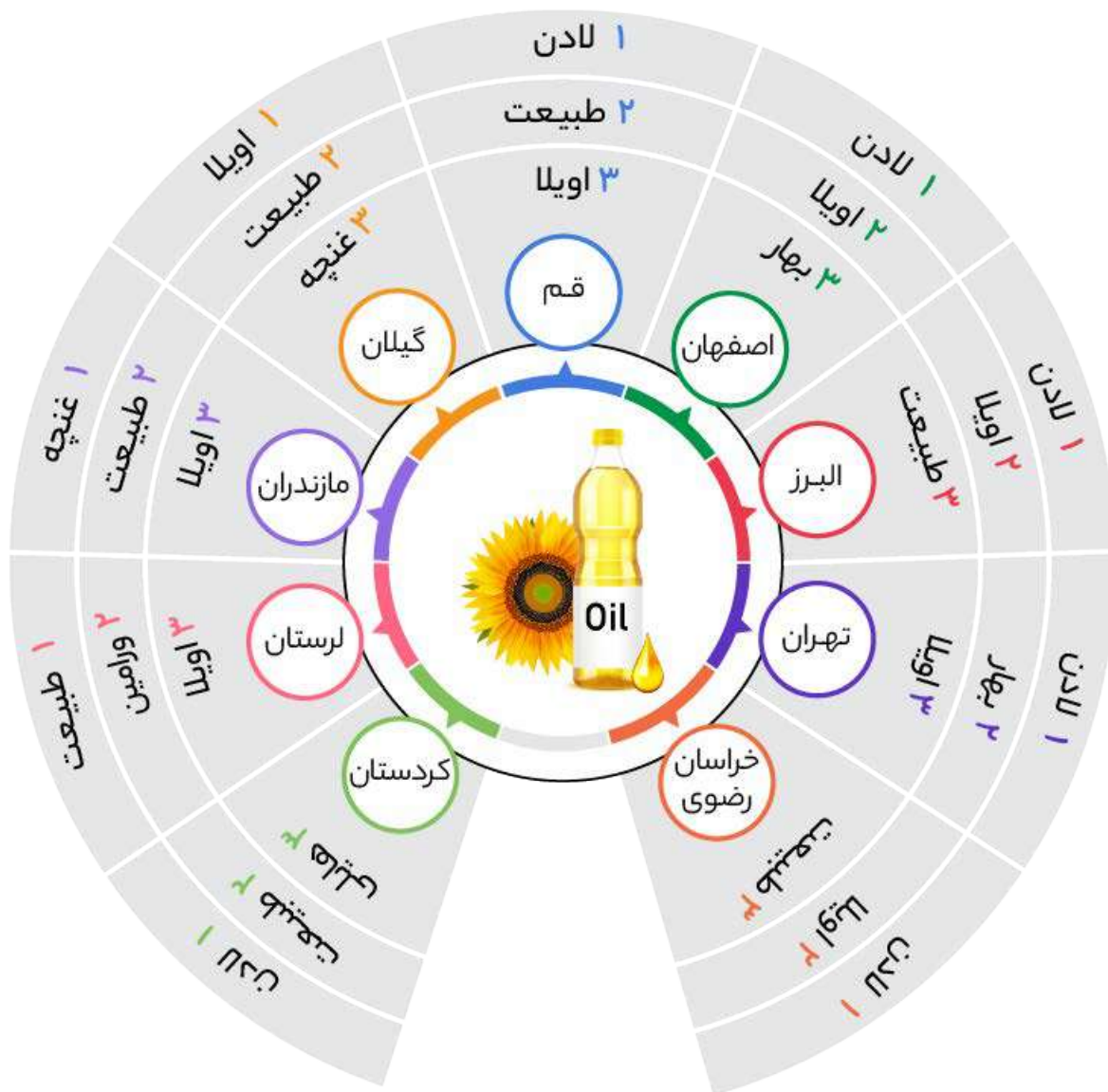


برندهای برتر گروه کالایی چیپس و اسنک در استان ها



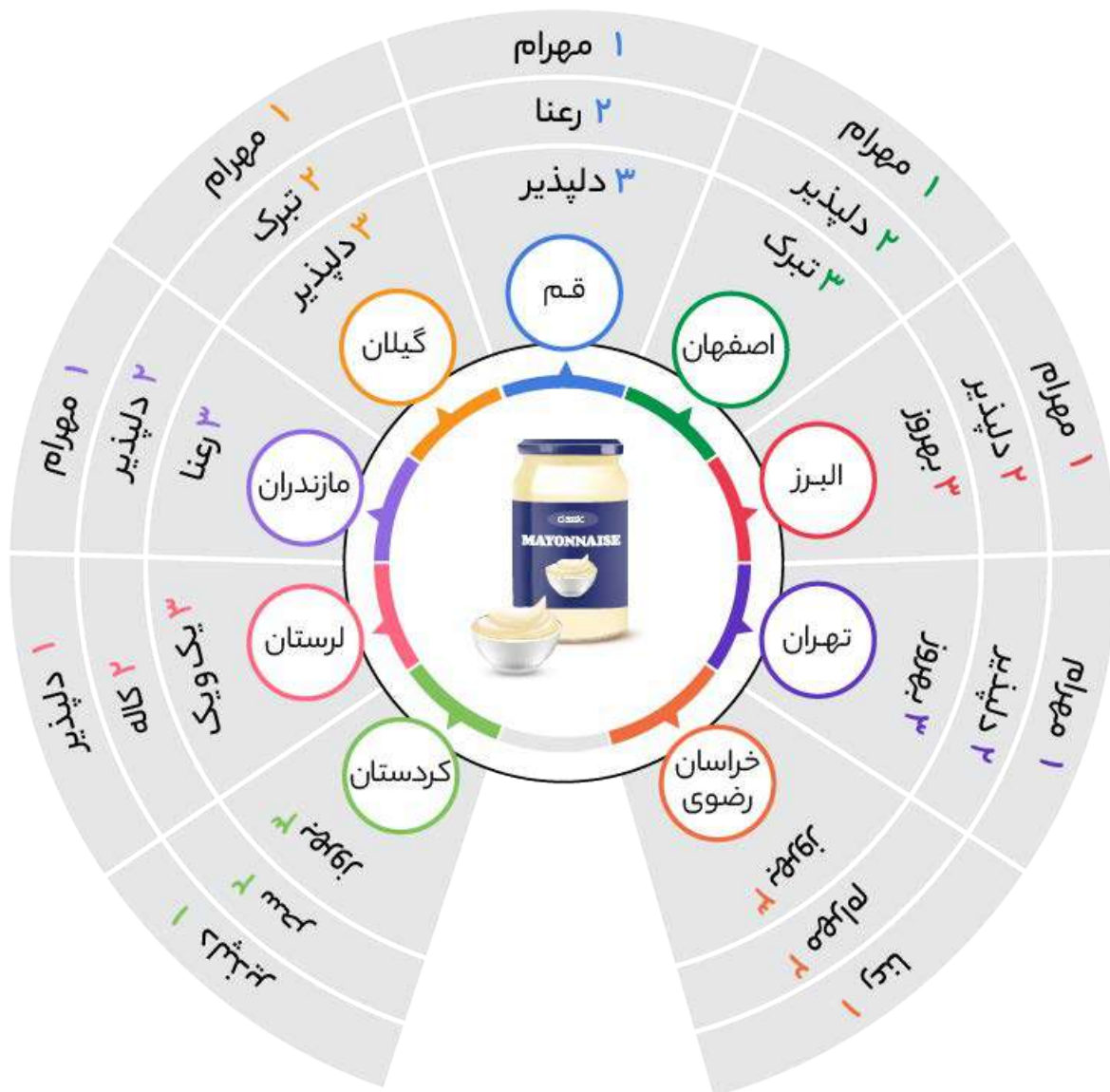


برندهای برتر گروه کالایی روغن در استان ها



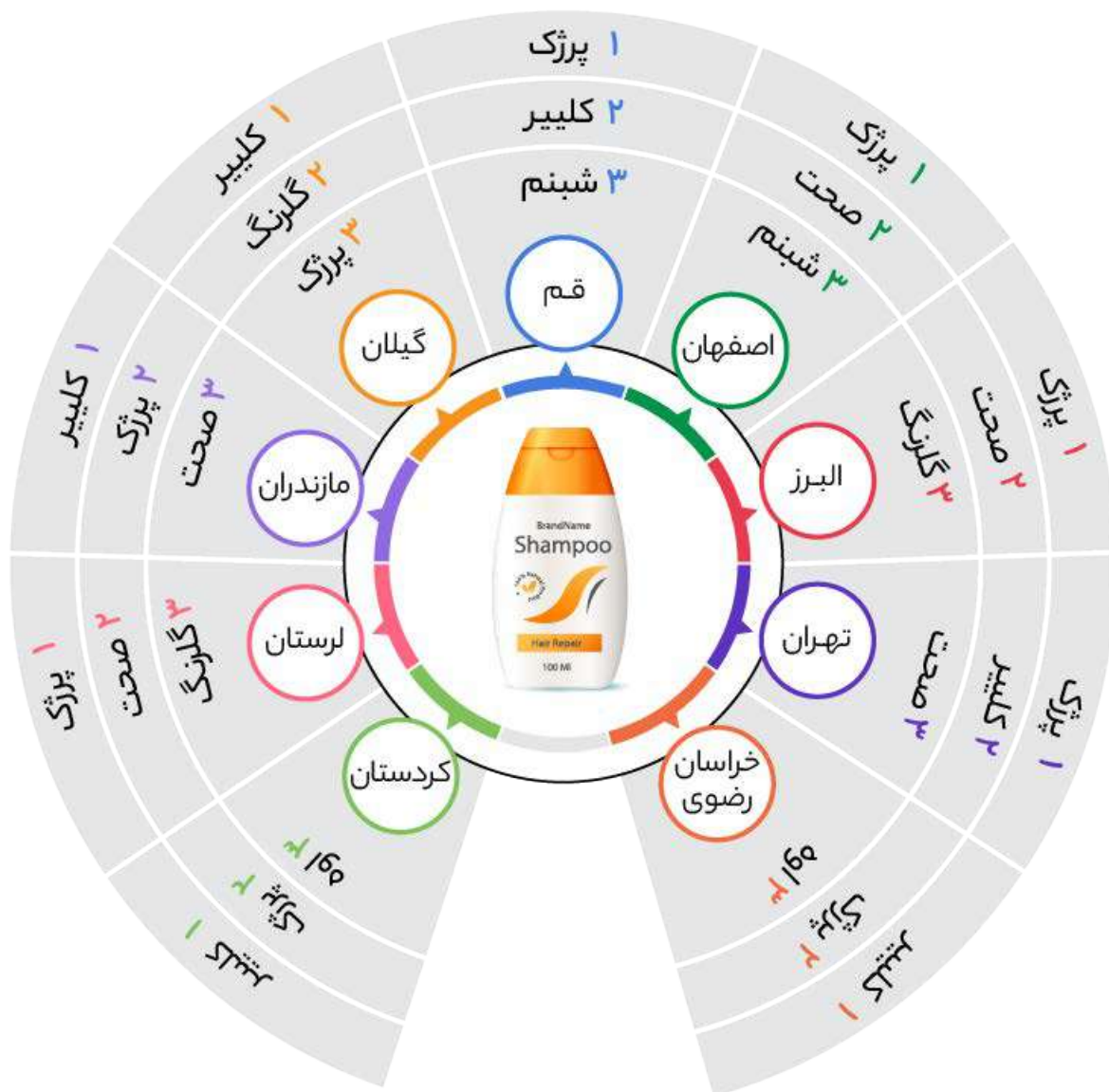


برندهای برتر گروه کالایی سس مایونز در استان ها





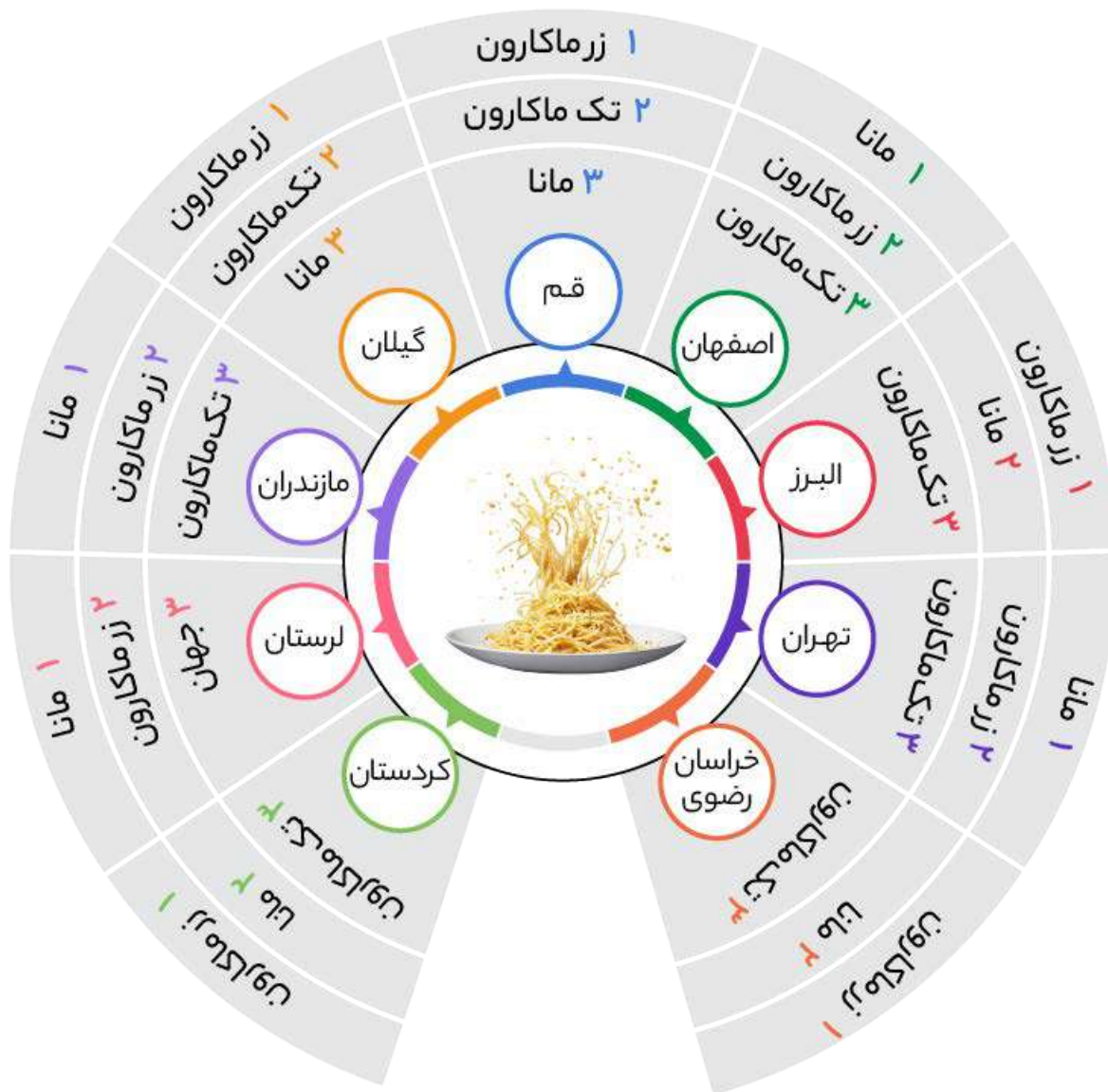
برندهای برتر گروه کالایی شامپوی موی سر در استان ها







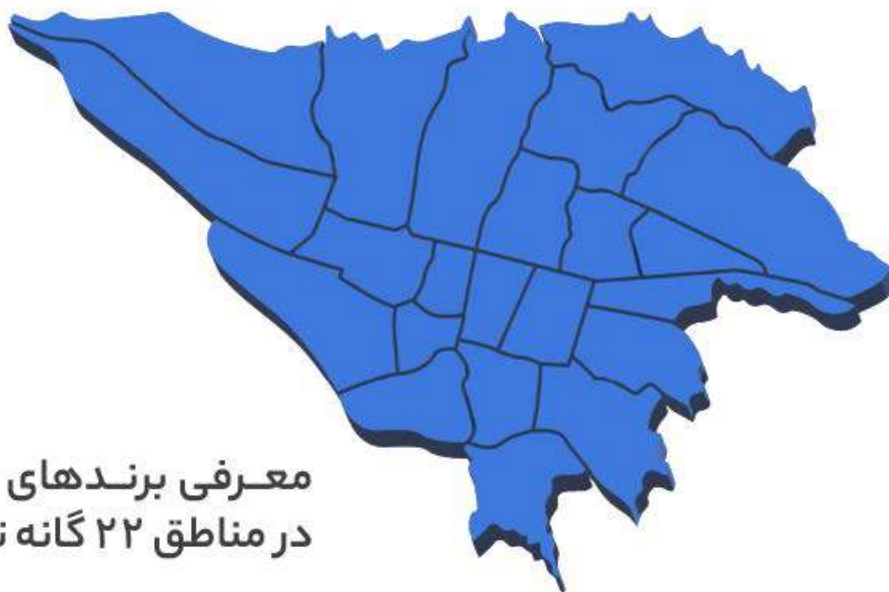
برندهای برتر گروه کالایی ماکارونی در استان ها





برندهای برتر در مناطق ۲۲ گانه

● نه تنها در استان های مختلف، جایگاه برندها متفاوت است بلکه 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



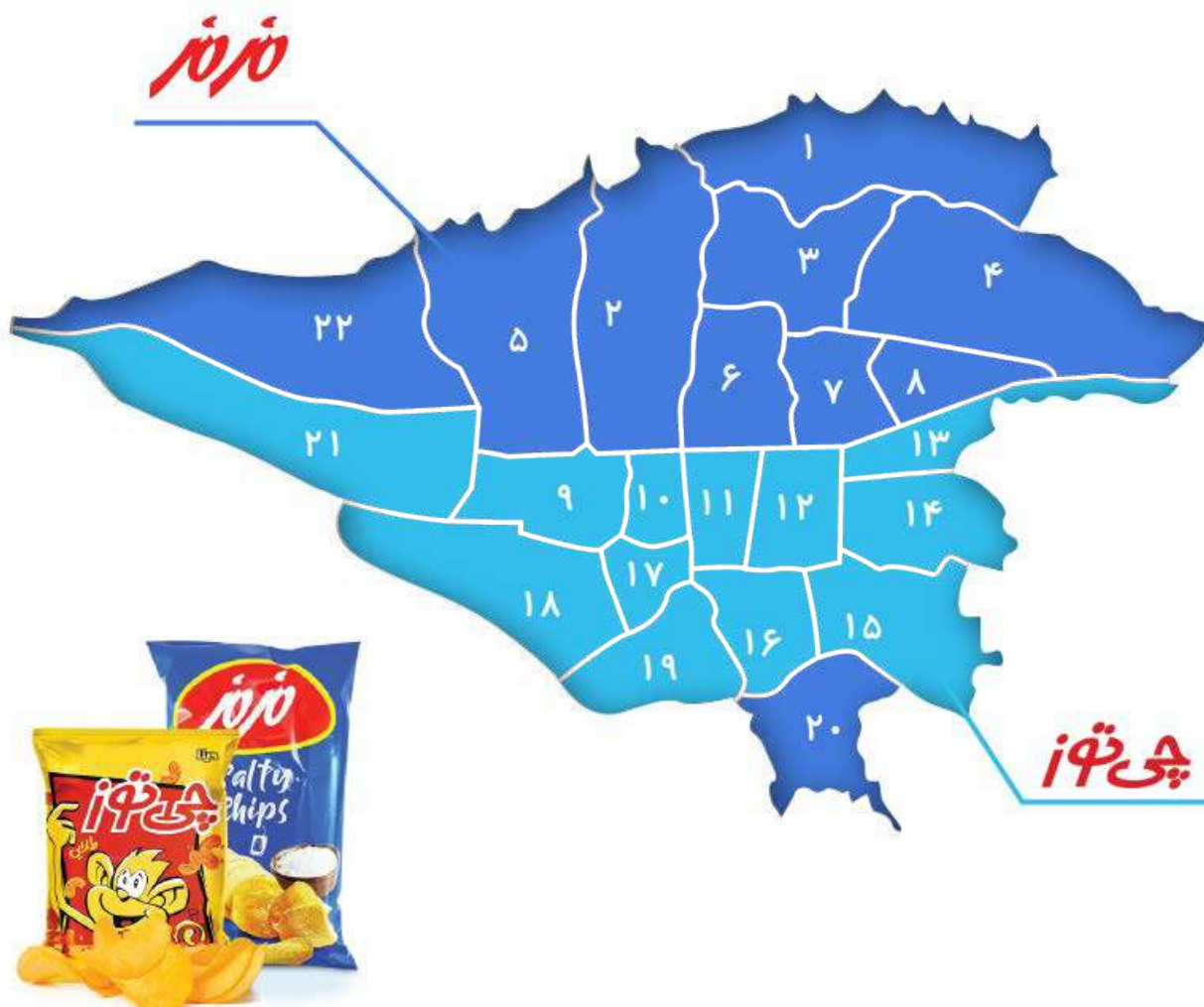


برند برتر گروه کالایی کیک در مناطق تهران





برند برتر گروه کالایی چیپس و اسنک در مناطق تهران



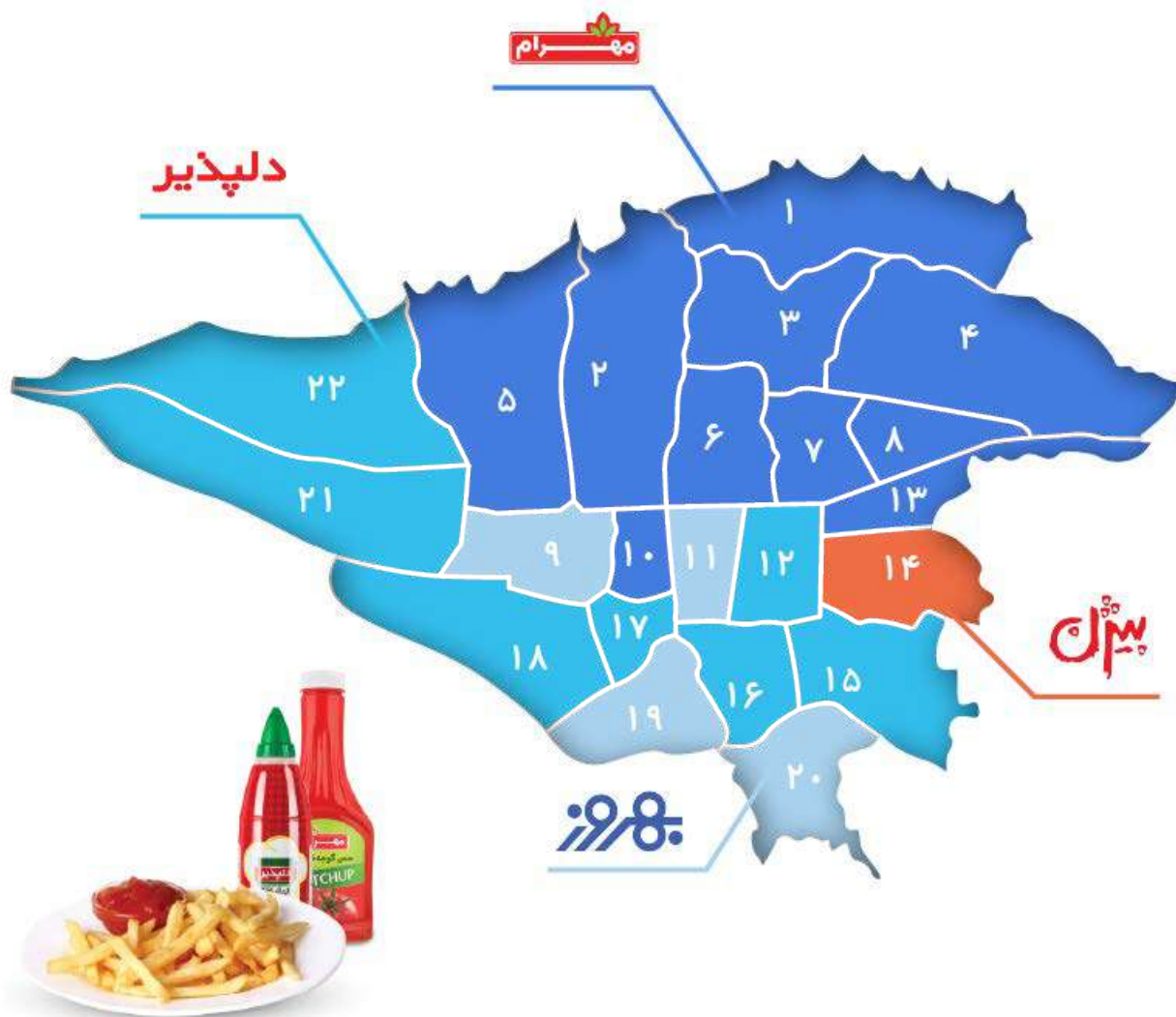


برند برتر گروه کالایی دستمال کاغذی در مناطق تهران



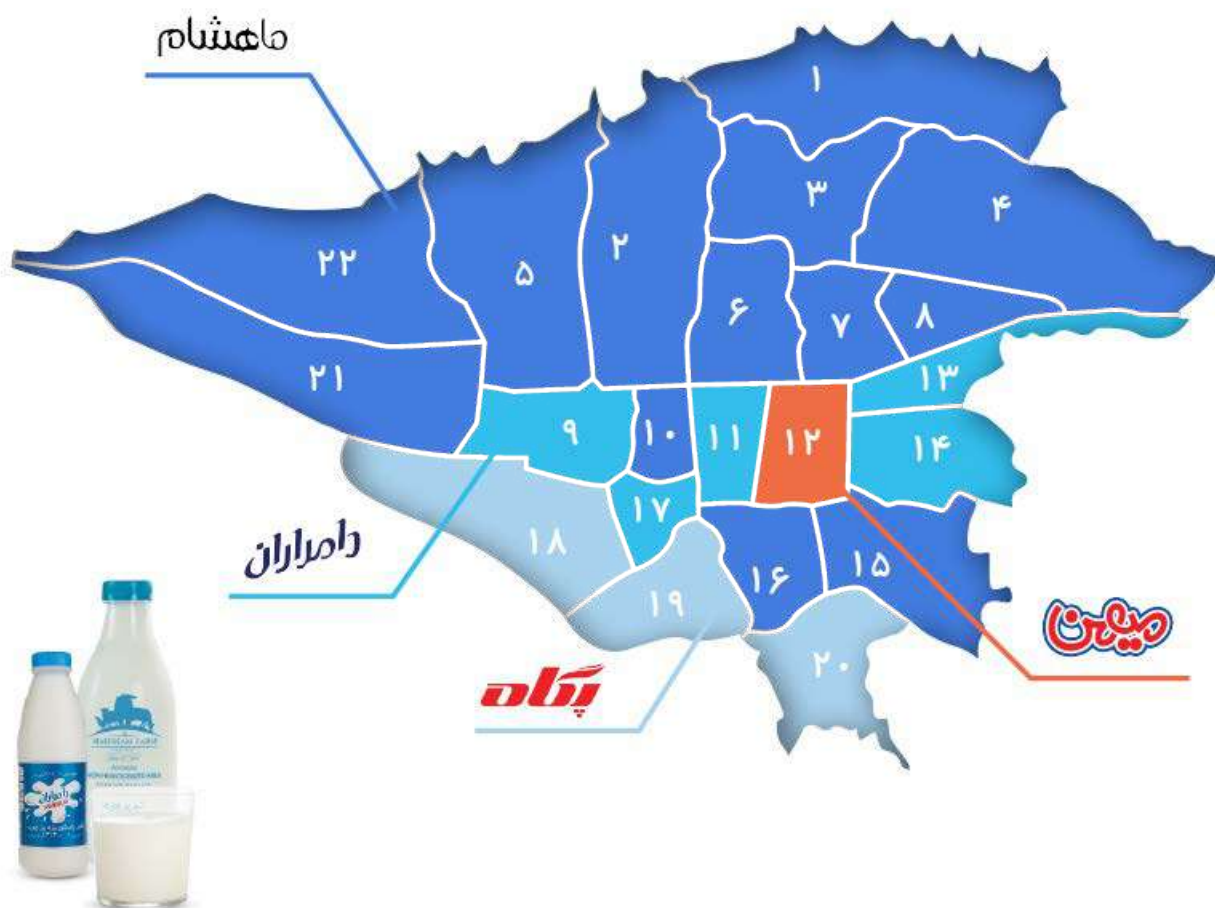


برند برتر گروه کالایی سس گوجه فرنگی در مناطق تهران





برند برتر گروه کالایی شیر تازه در مناطق تهران







● ترکیب سبد فروش گروه های برتر بازار چگونه است؟

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

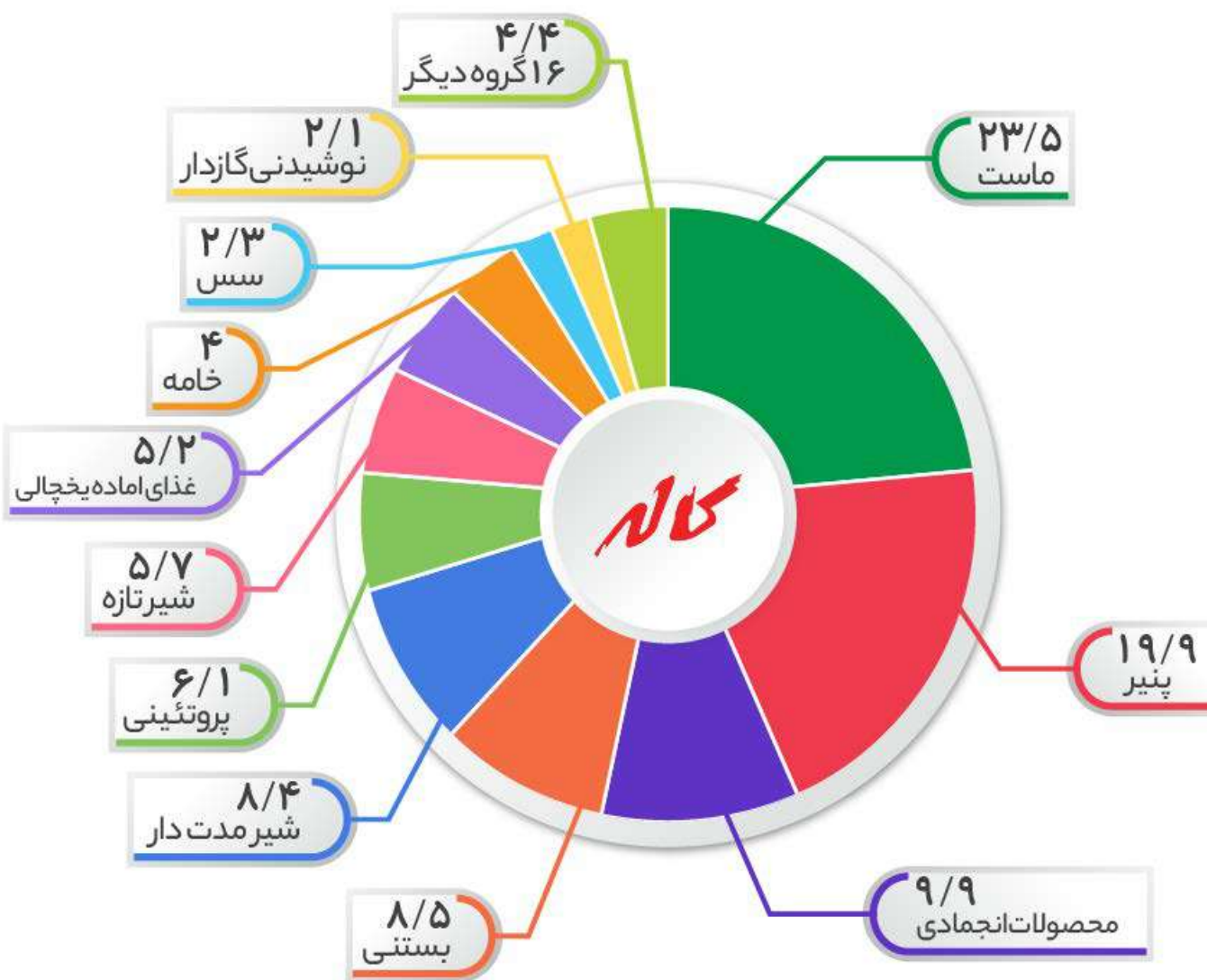
در برخی از گروه ها بخش عمده سهم سبد، تنها به یک گروه اختصاص دارد در حالیکه برخی دیگر در گروه های کالایی متنوعی حضور فعال و تاثیر گذاری دارند.

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.



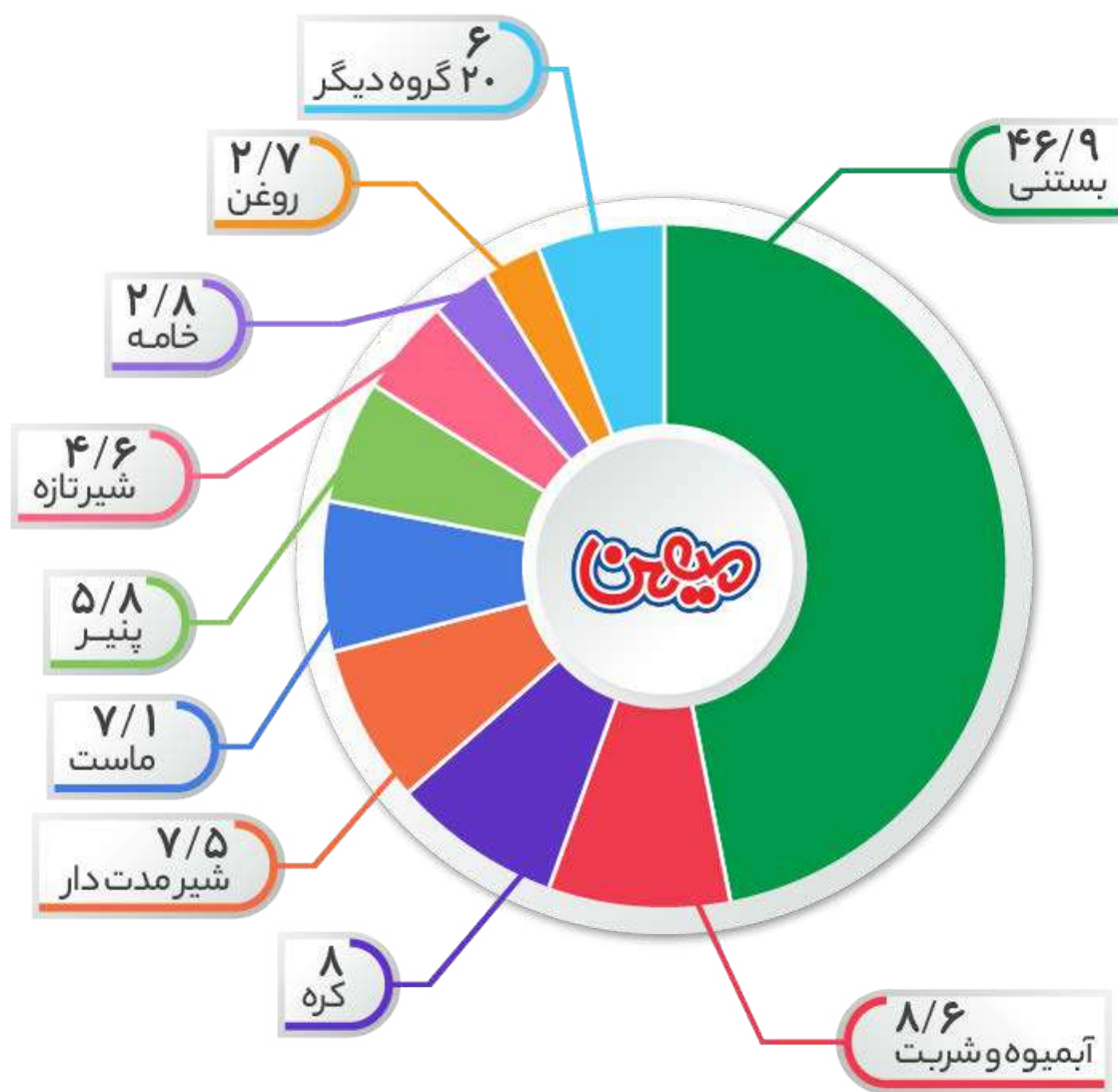


سبد محصولات گروه کاله (درصد)



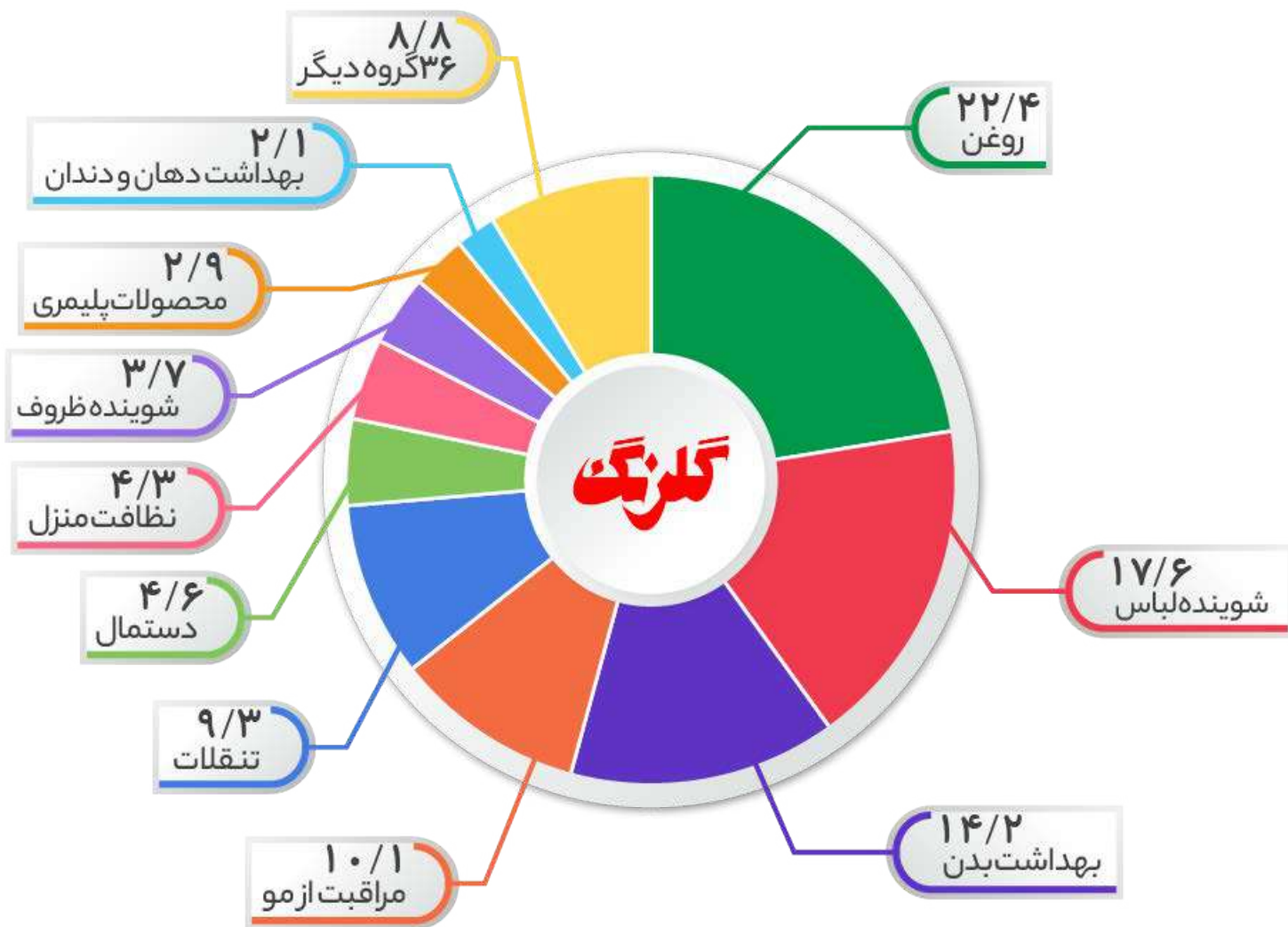


سبد محصولات گروه میهن (درصد)



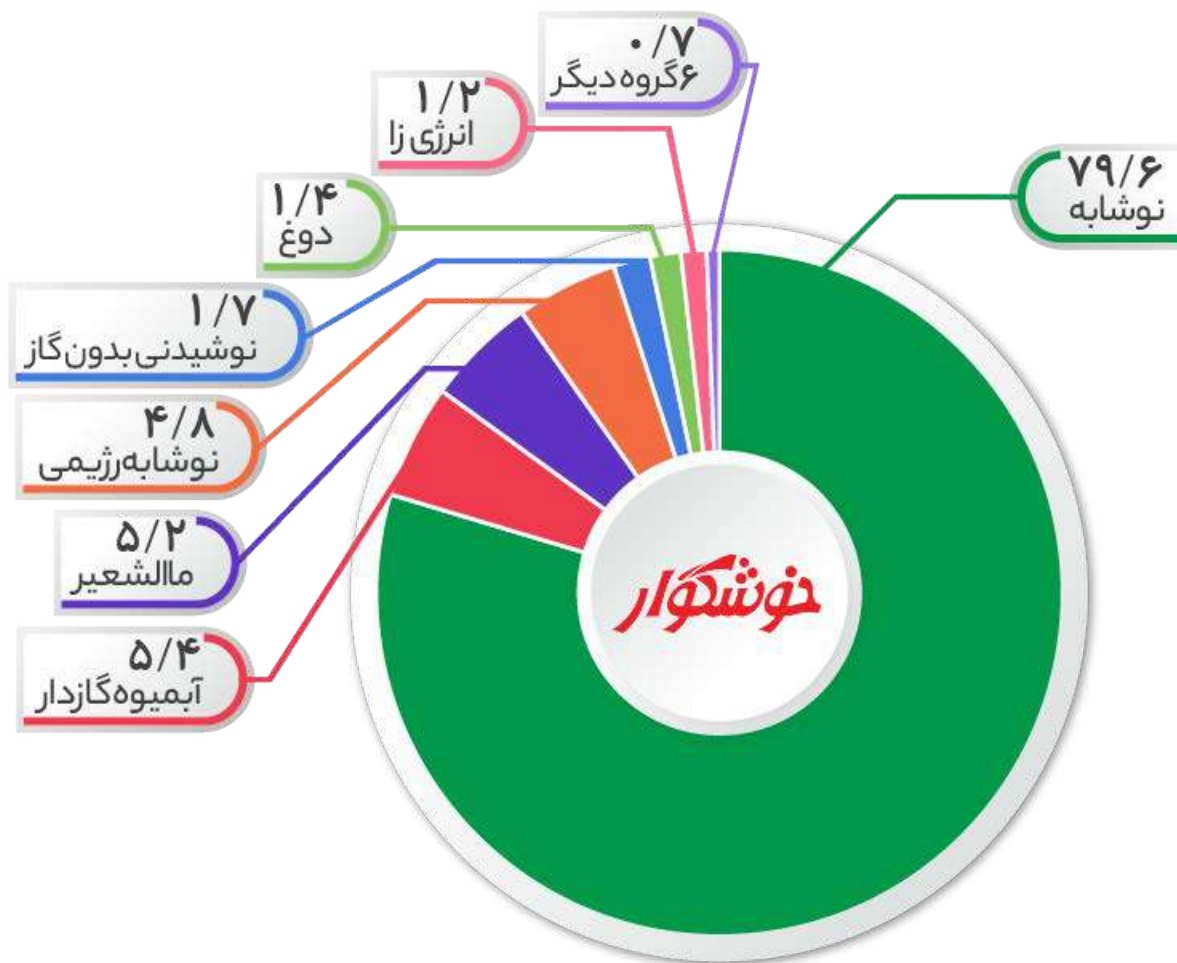


سبد محصولات گروه گلرنگ (درصد)



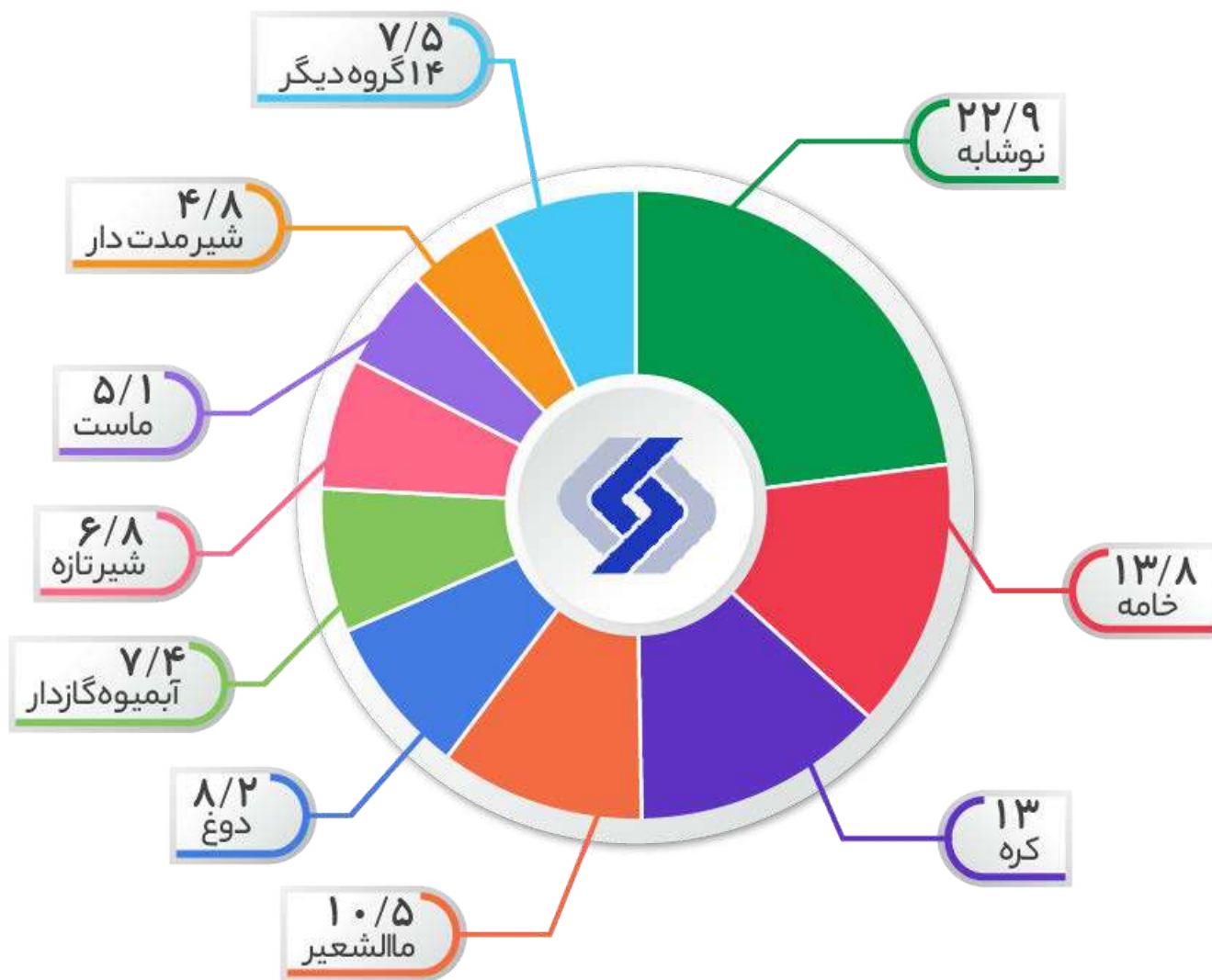


سبد محصولات گروه خوشگوار (درصد)



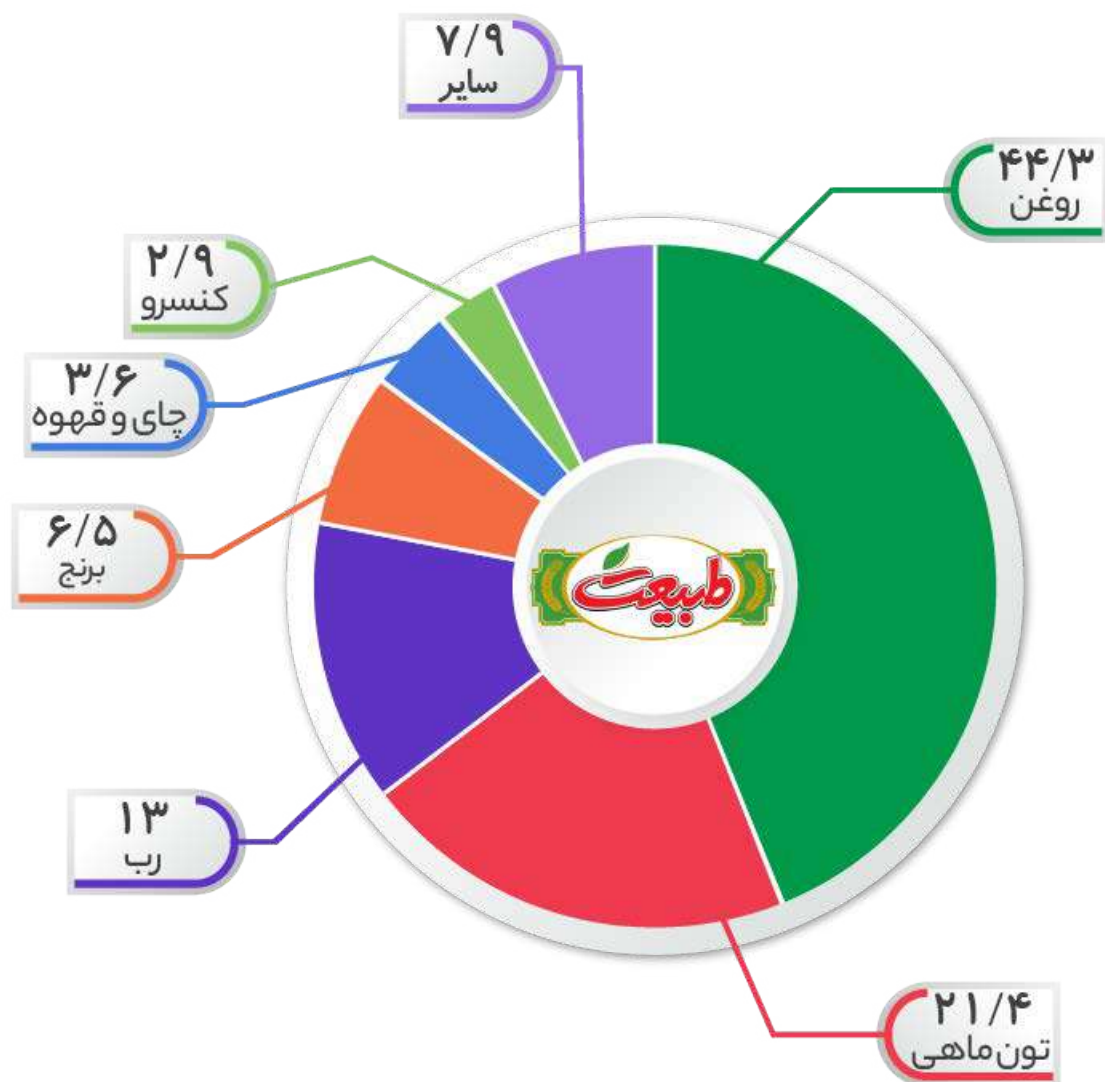


سبد محصولات گروه سینا (درصد)



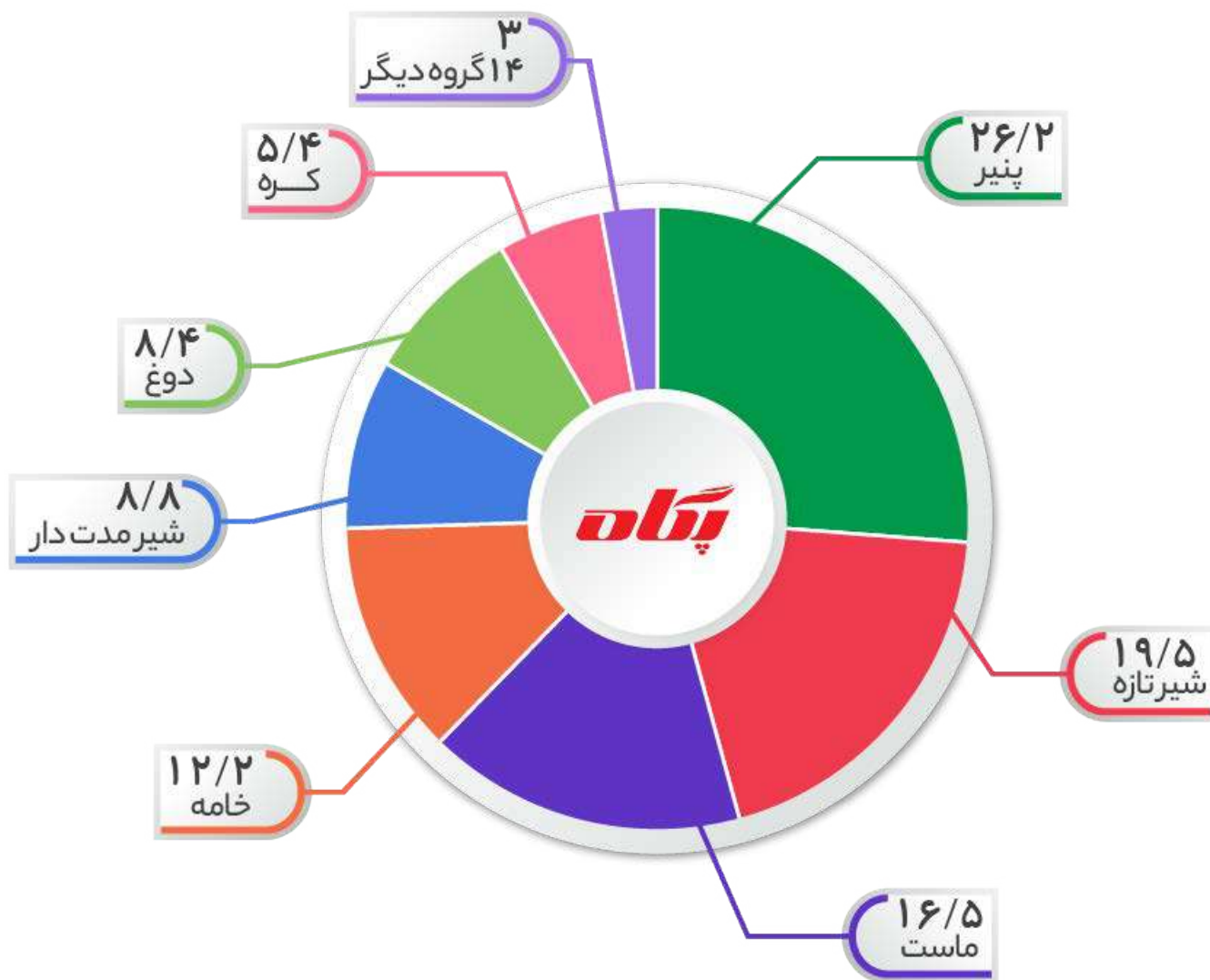


سبد محصولات گروه طبیعت (درصد)



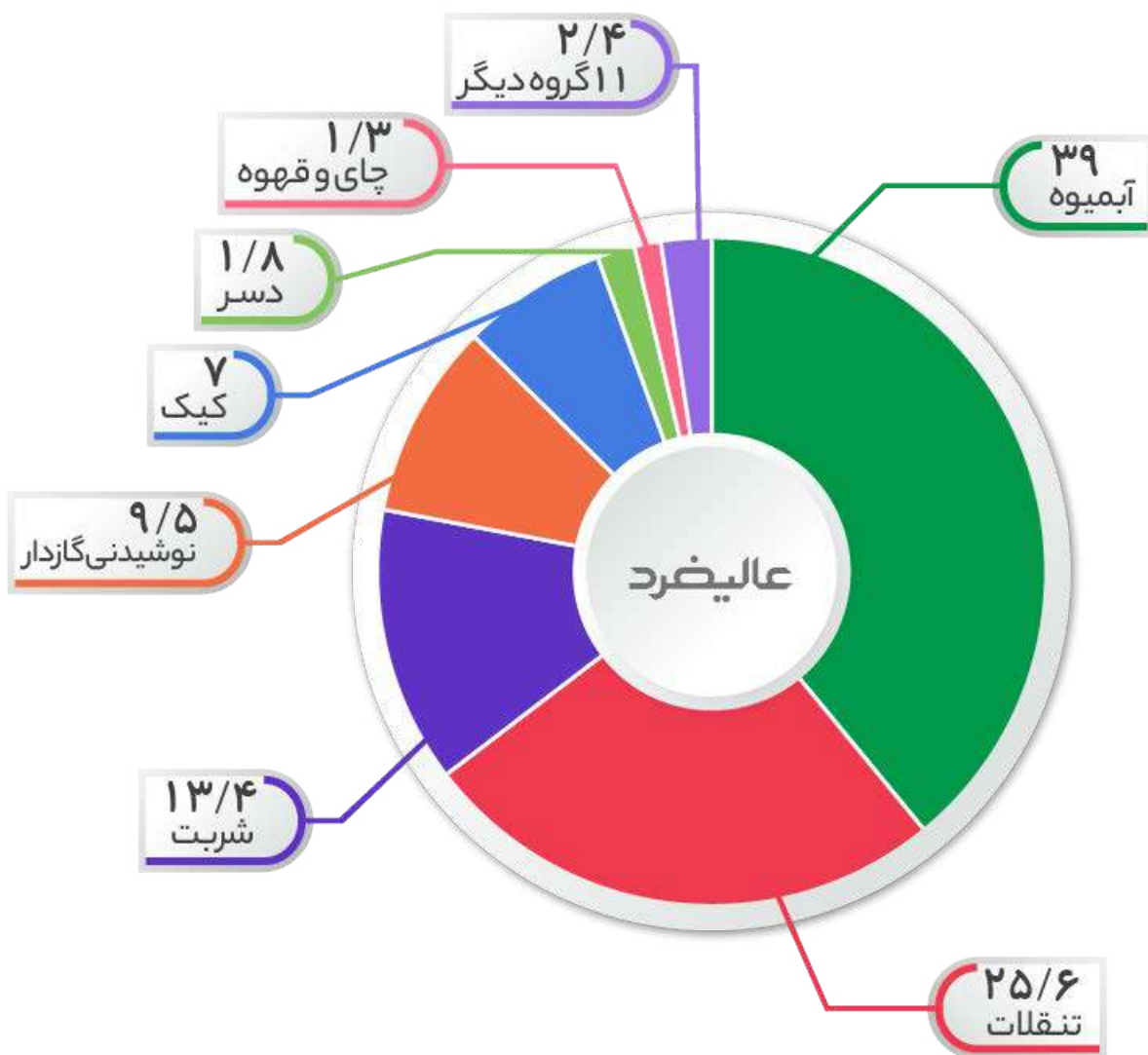


سبد محصولات گروه پگاه (درصد)



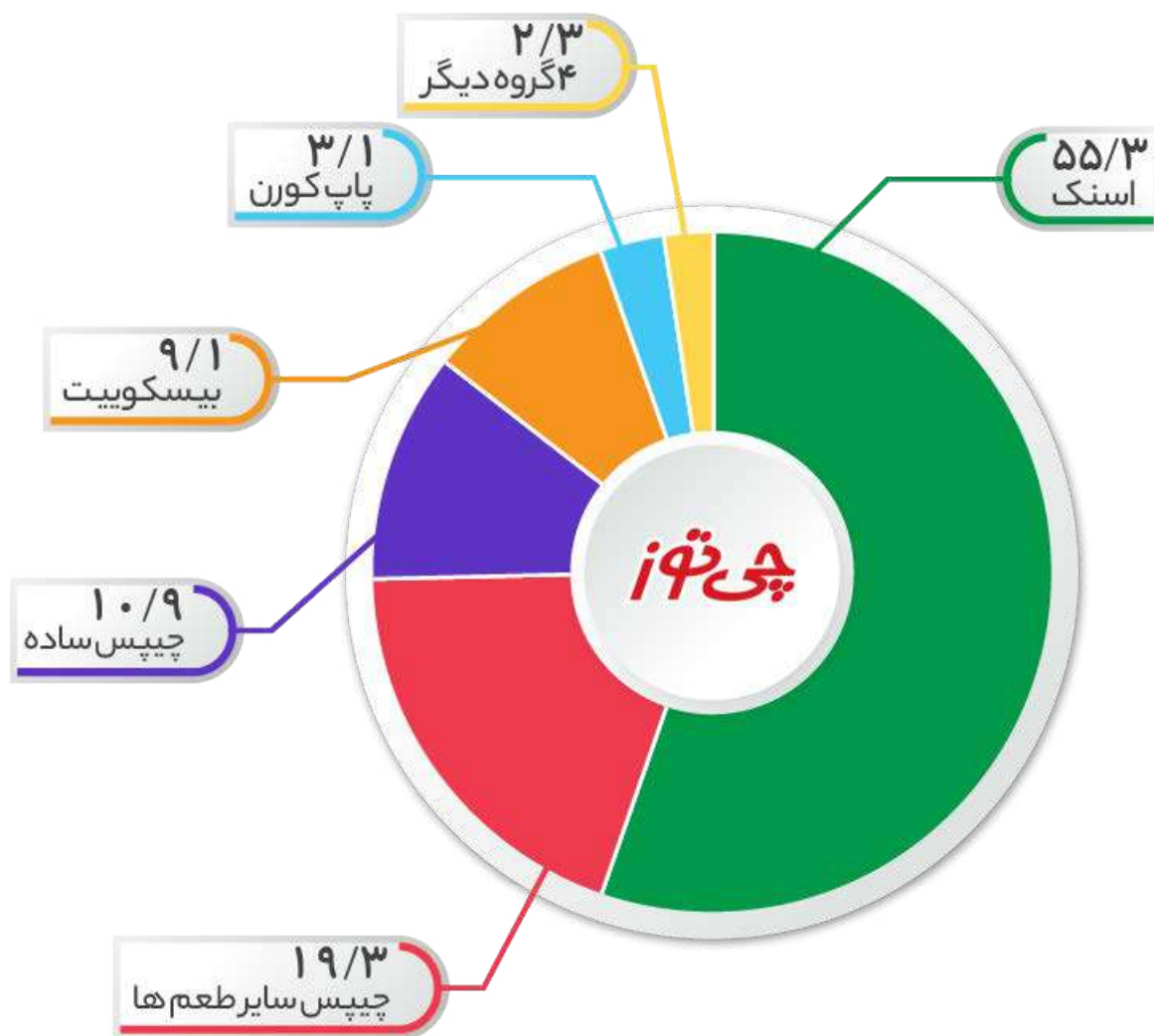


سبد محصولات گروه عالیفرد (درصد)





سبد محصولات گروه چی توز (درصد)







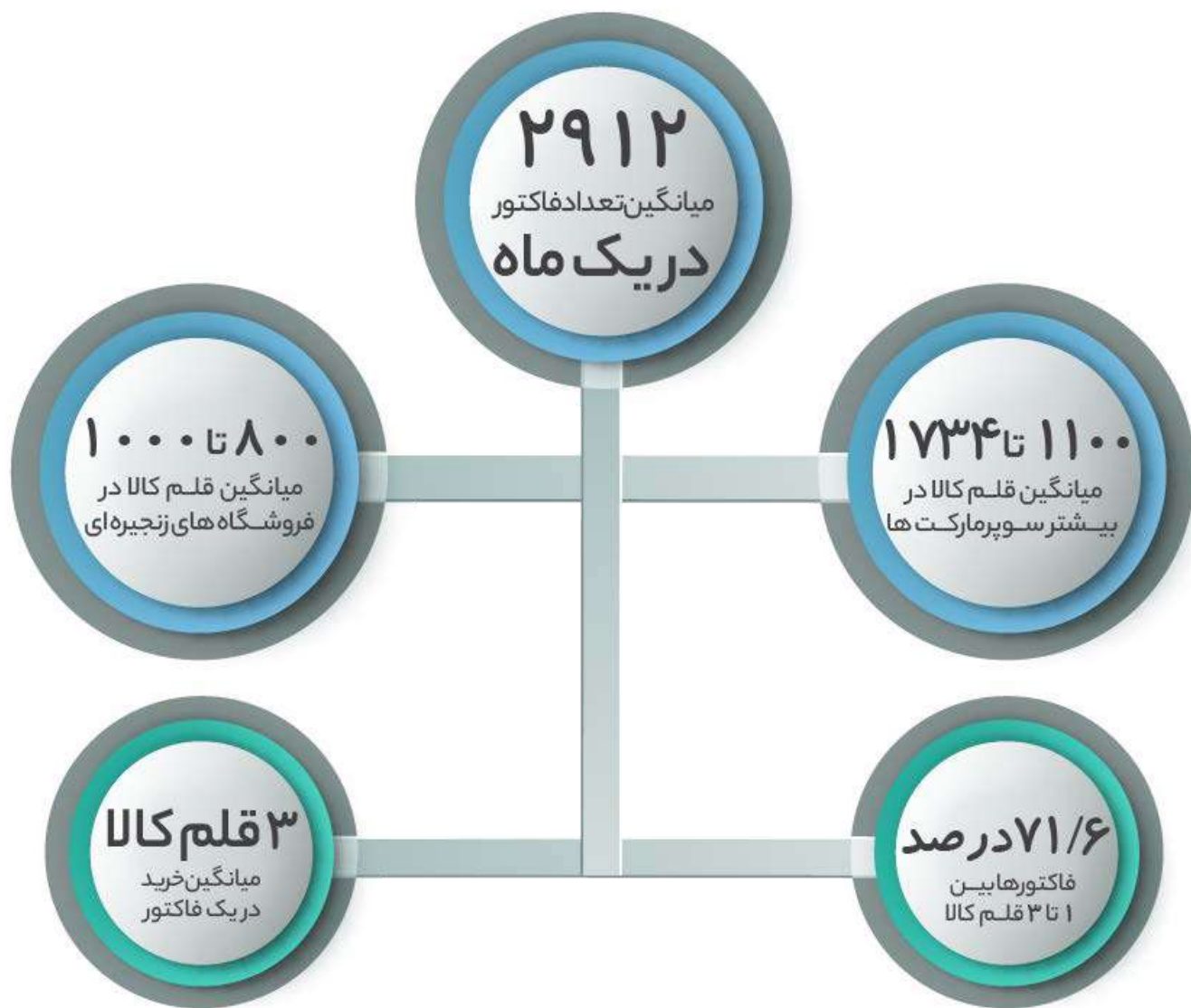
بیشترین ها در یک سوپرمارکت

بیشترین هایی که طی یک ماه در یک سوپرمارکت رصد شده





متداول ترین ها در یک سوپرمارکت





بیشترین ورود و خروج ها در بازار ۱۴۰۳





بیشترین ورود و خروج ها در بازار بر اساس گروه کالایی



● در سال ۱۴۰۳، در کل ۴۱۶۹ برند ورود کردن به گروه های کالایی جدید که ۲۳۱۸ برند از قبل وجود نداشتن و جدید بودن مثل ناییکام؛ مابقی برندها از قبل موجود بودن و ورود کردن به کالاهای جدید. به عنوان مثال برند کاپو، از قبل وجود داشته ولی در سال ۱۴۰۳ در گروه الویه ورود کرده.





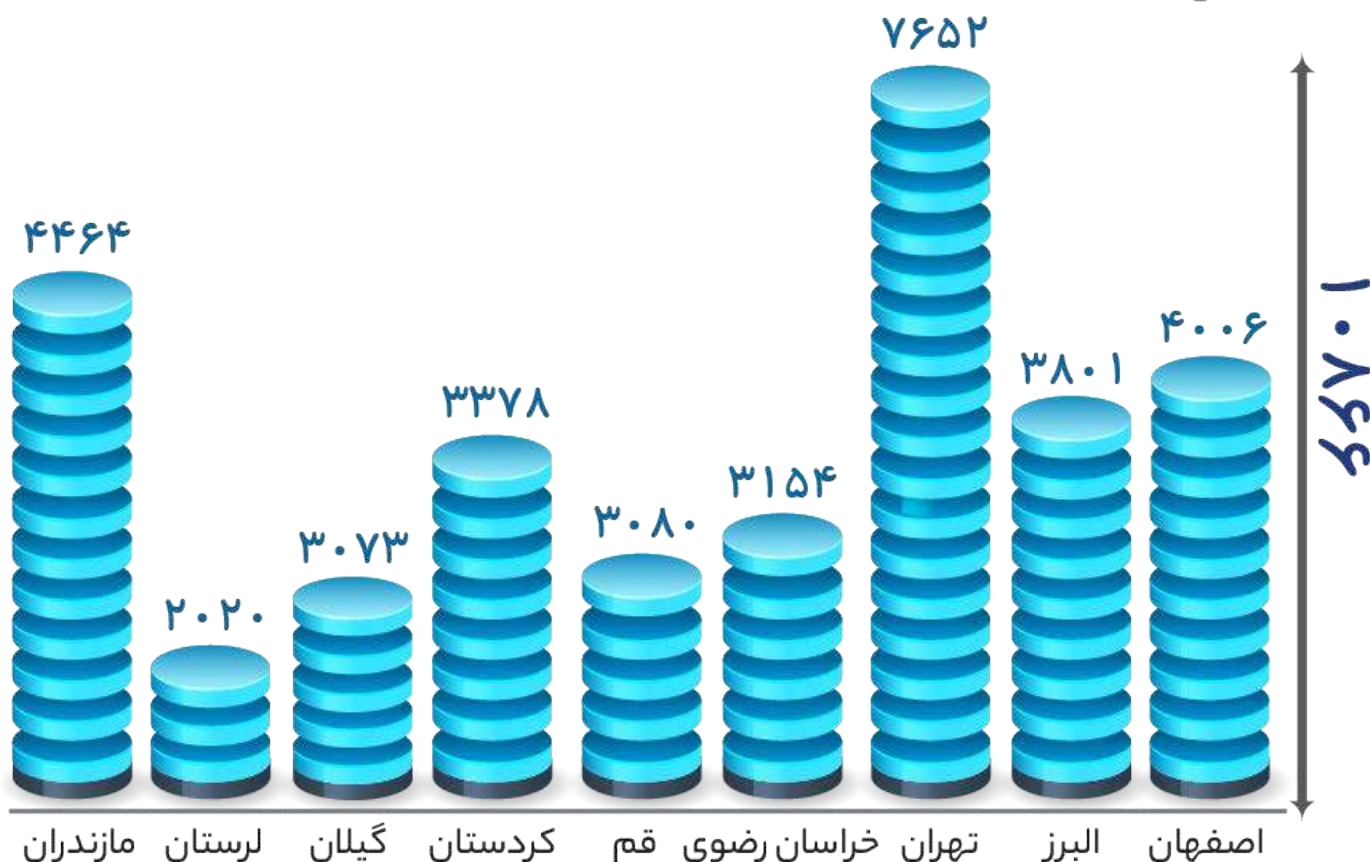
بیشترین ورود و خروج ها در بازار بر اساس گروه کالایی





بیشترین و کمترین تنوع برند براساس جغرافیا

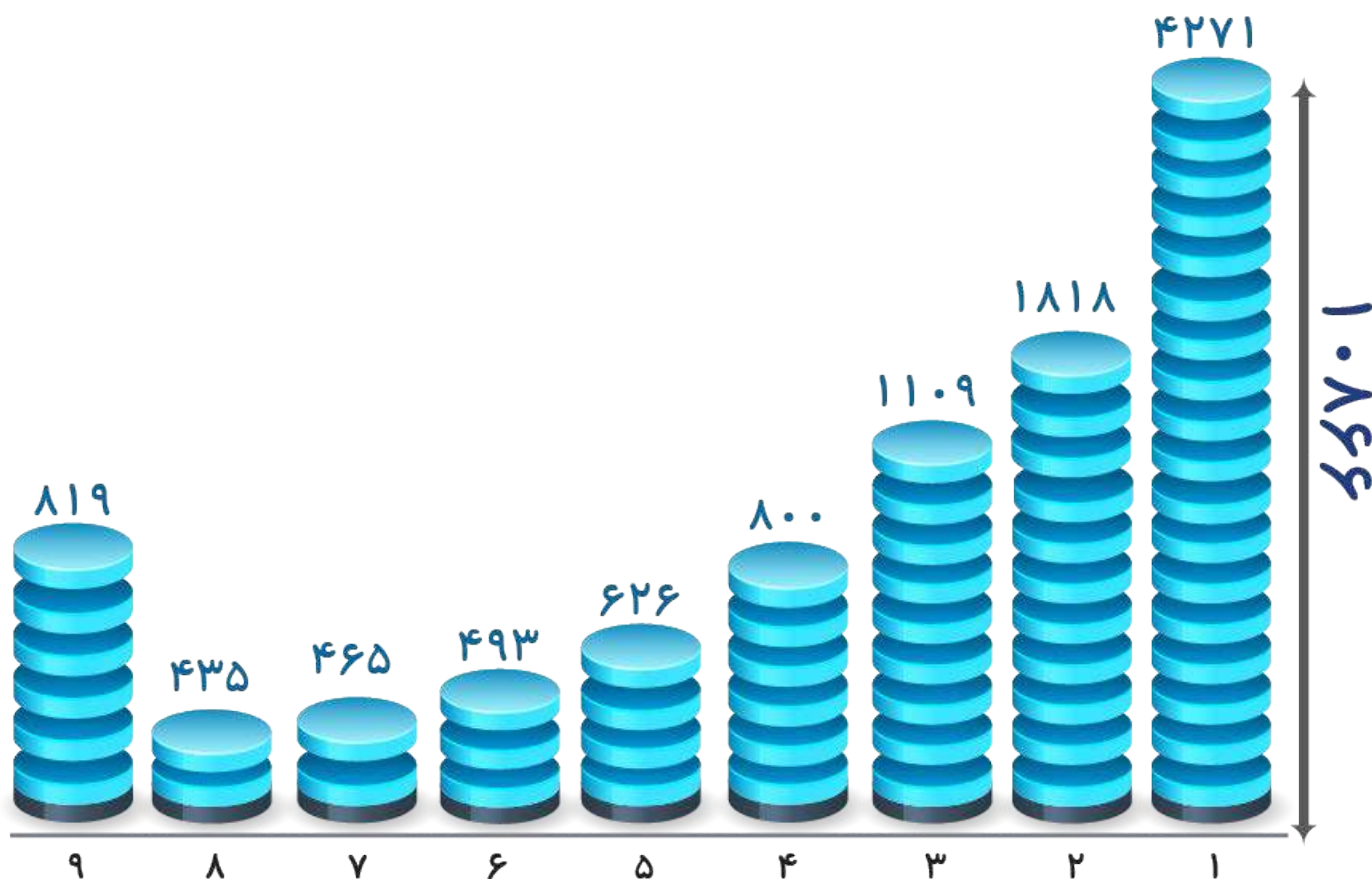
در سال ۱۴۰۳ تعداد ۱۰۸۶۶ برند در ۹ استان رصد شده اند که بیشترین تعداد برند برای استان تهران و ۷۶۵۲ عدد و کمترین آن برای استان لرستان و ۲۰۲۰ می باشد.





بیشترین و کمترین پوشش برندها

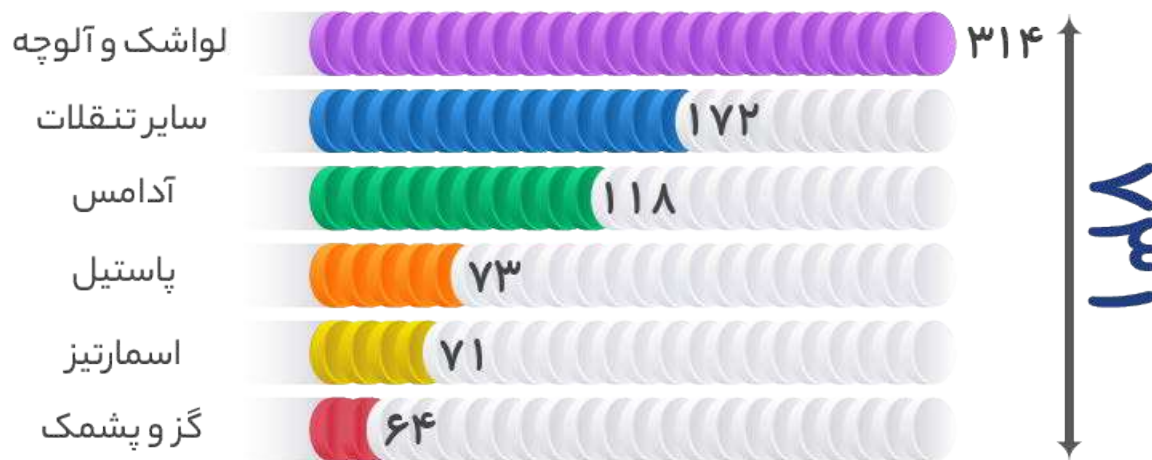
● از ۱۰۸۶۶ برند، ۴۲۷۱ برند تنها در یک استان و ۸۱۹ برند در تمامی استان‌ها فعالیت نموده‌اند.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه های کالایی

- در بین ۵۵ گروه کالایی، بیشترین تنوع در گروه تنقلات با ۷۳۱ برند (۴٪ از کل برندها)
- و کمترین تنوع در گروه شیر تازه با ۶۲ برند (۰/۳۵ درصد از کل برندها)
- نکته حائز اهمیت آن است که گروه لواشک و آلوچه، که در میان گروه تنقلات رتبه سوم را به خود اختصاص داده است، با برخورداری از ۳۱۴ برند، بیشترین تنوع را در این گروه داراست.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه چیپس واسنک

[illegible]



بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه چیپس واسنک

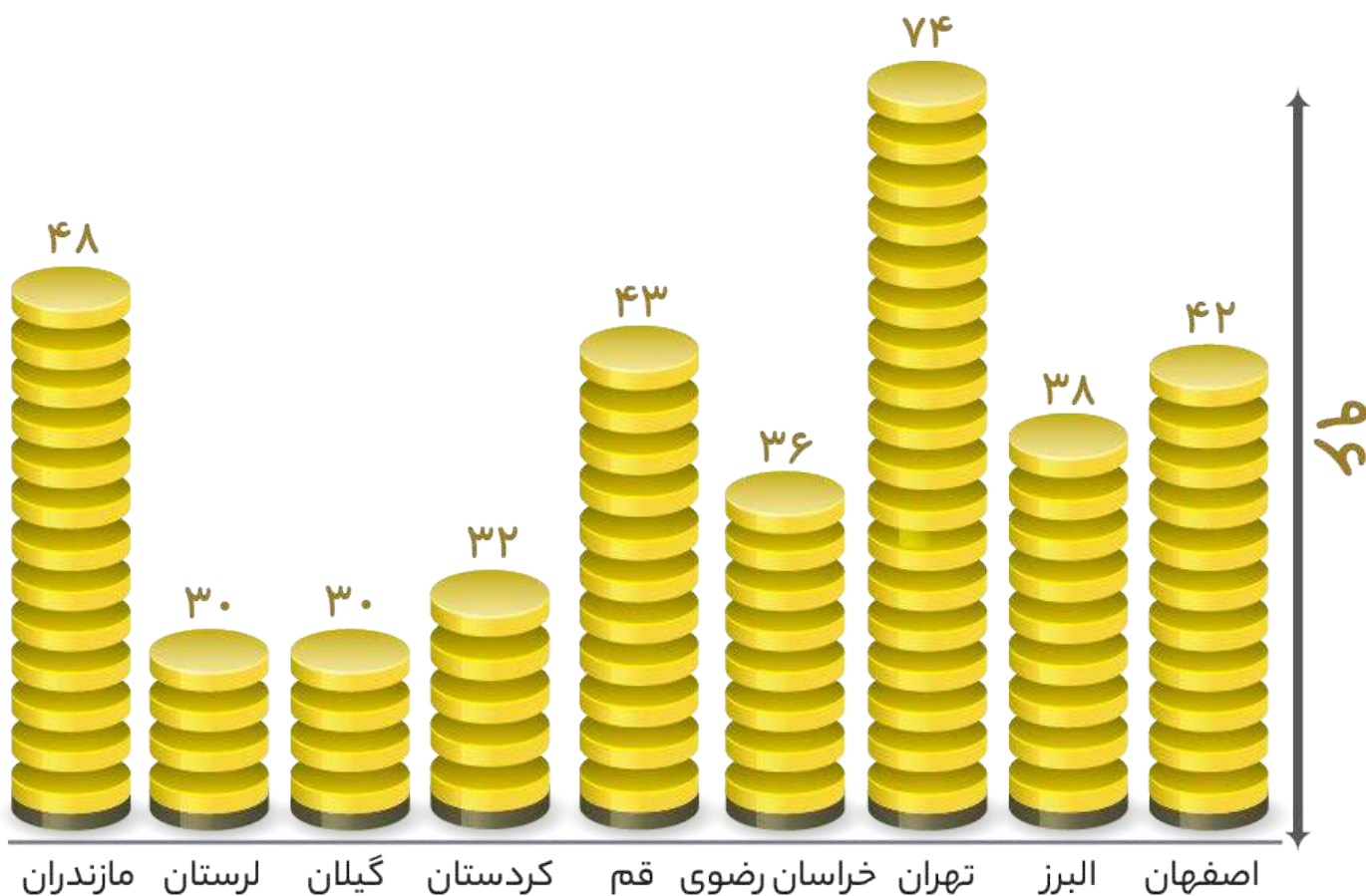
● بیشترین تنوع، با ۶۲ برند در گروه اسنک و کمترین در گروه چیپس ساده قرار دارد.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه چیپس واسنک

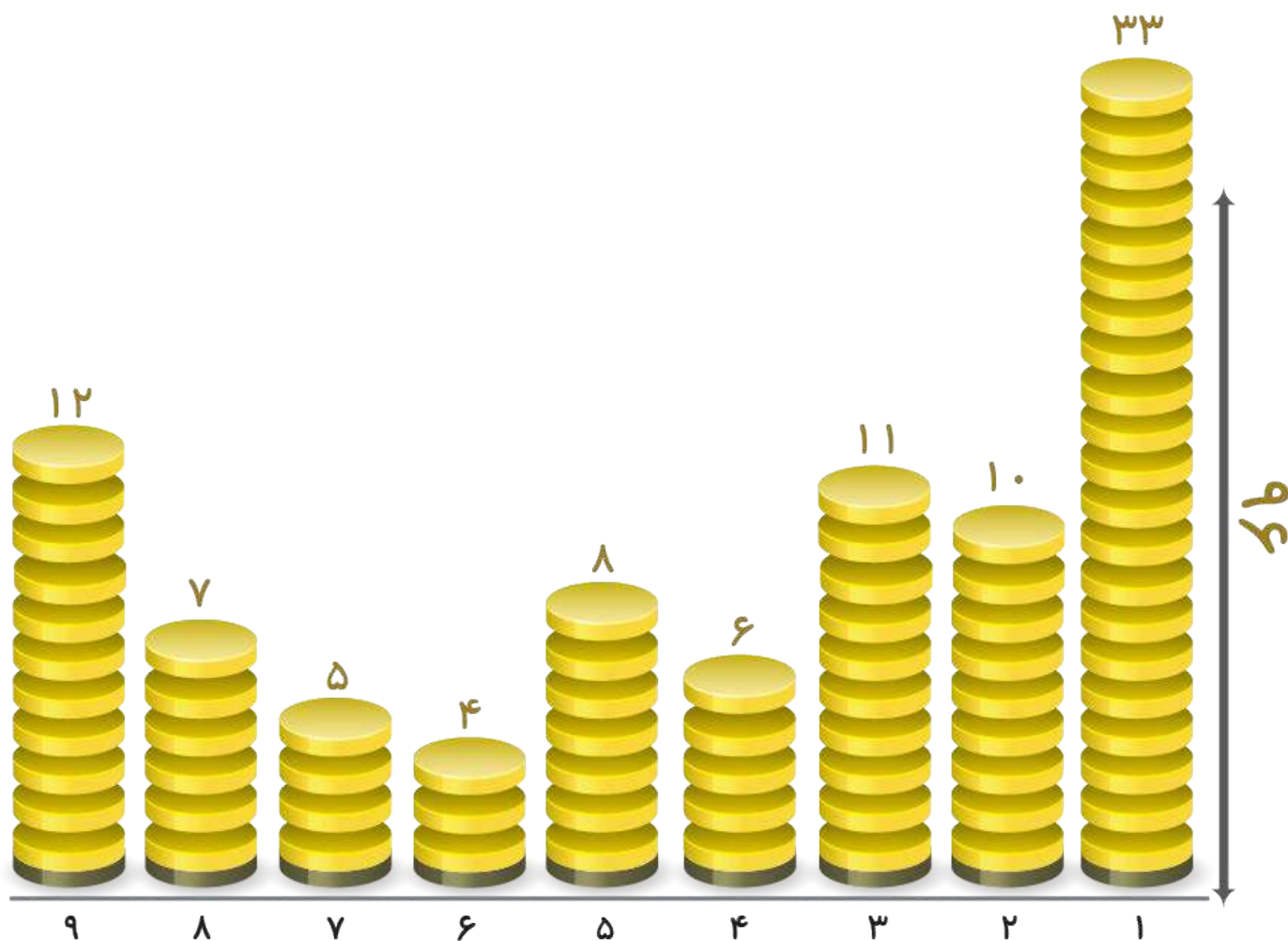
● در استان تهران ۷۴ برند در رقابت با یکدیگر هستند که نشان از اقیانوس قرمز بودن این بازار دارد.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه چیپس و اسنک

● از ۹۶ برند، ۳۳ برند در یک استان و تنها ۱۲ برند در تمامی استان‌ها فعالیت دارند.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه کنسرو

رنا دردانه رضا پولک تکستان چاشنی
گل پاریان دشت پونل پاچو انتخاب آدا
گل پاکروز پونل پونل اکتای آسمان
دونیران بیستون زنگ دولت آسمان
تخت زواری اوبا بهار ایلکا دولت
بهر روز خرم بهار ایلکا دولت
تک چاشت خرسندی اسپادانا دولت
روژین اوکادو برتر بهار ایلکا دولت
دلپذیر اوکادو برتر بهار ایلکا دولت
دیپو زانو دلد چمن
چین چین
چاشنی
اورگانا دل آسا
آرام
بیرن
خاتون آتنا
آرام
ترشوک
آق بانو تبرک
پارس تایماز
پارسی
دولسه
سالی
جانشین
بهرت آسا
پیچک
دولسه
سالی

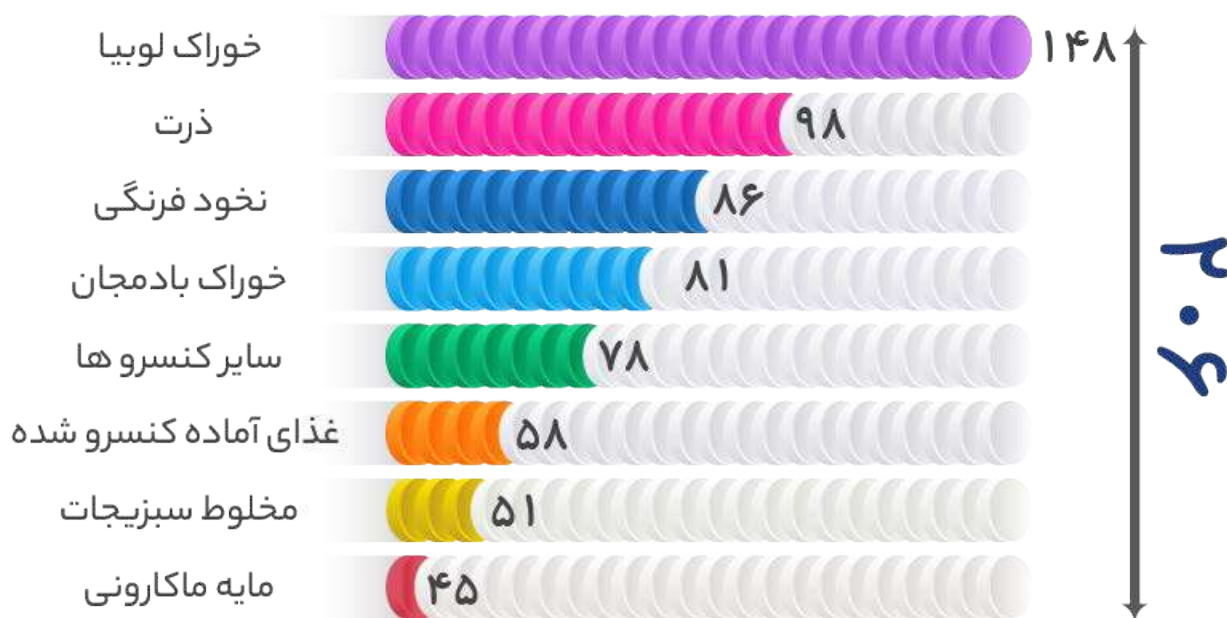




بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه کنسرو

● بیشترین تنوع با ۱۴۸ برند مختص به گروه خوراک لوبیا است.

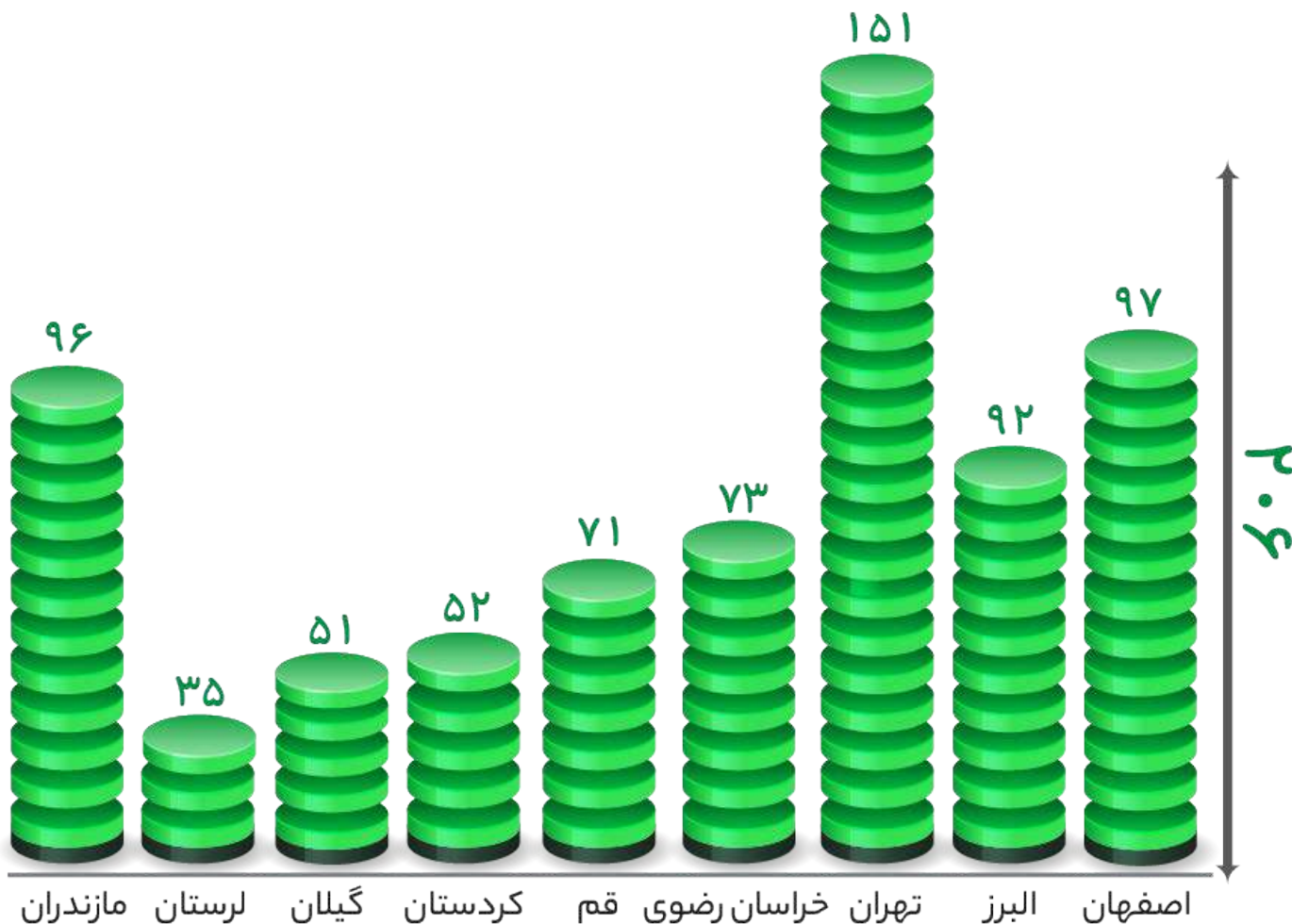
● کمترین تنوع با ۴۵ برند به گروه مایه ماکارونی تعلق دارد.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه کنسرو

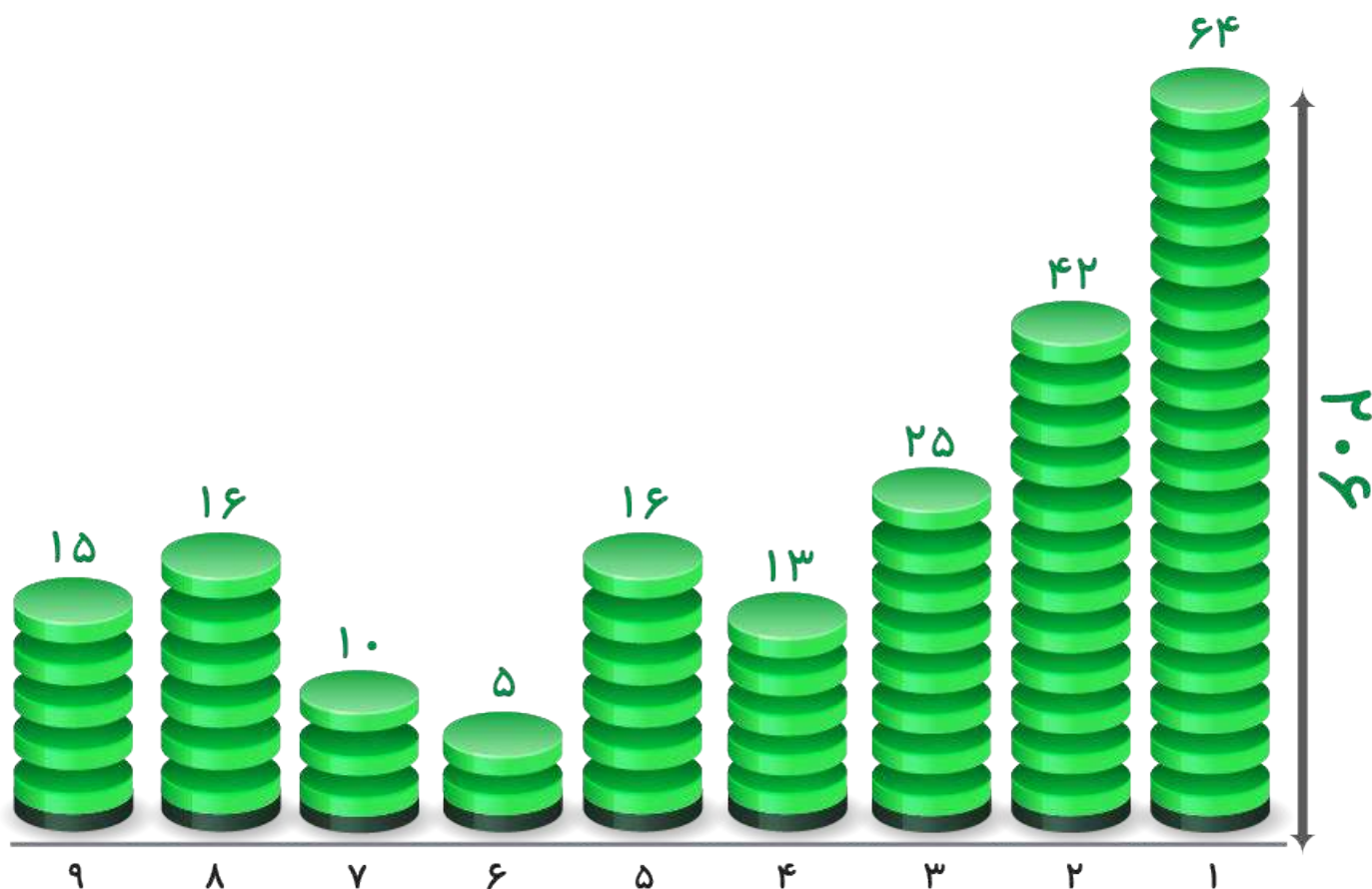
- در گروه کنسرو ۲۰۶ برند در ۹ استان فعال می باشد.
- در استان تهران ۱۵۱ برند در رقابت با یکدیگر هستند.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه کنسرو

● از ۲۰۶ برند، ۶۴ برند در یک استان و تنها ۱۵ برند در ۹ استان فعالیت دارند.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه روغن

گلدن بستر
اولا اکسیر
جهان نما
الور برادران عاصمی
پانلا جیاردینو
خوشبین پتو
بایراق
اندولیوا
آ.آ.ب. بهارام
خزر باسو
براستانی
بایویت
بریتنی
حنان
خلیلی آلتون
درقام جردن
امگانو اورازان
براکوه
بوریتو
خروسی
امیرین گاردن
یسنون
تکیه و چمن
تارا
تلاونگ
ترولیو
اکا
آریم
برازنده
بیسفود
پایدار اردکان
دانتھ
ارسام
آریا
تبرک
برتر
اعیان
در اوایل
پیترو کریچلی
آفتاج بانو
اسکارلت
گلدن اردکانی
اصالت
دکتر چویس
پرسیس آفتاب برکان
دامداران
برسام
باستان
ایتالیانو
داتیس آتلانتیک
ناران طلایی برادران جنتی
بویان خوشبخت
توسکا





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه روغن

● بیشترین تنوع با ۸۹ برند برای گروه روغن زیتون و کمترین تنوع با ۳۰ برند برای گروه روغن حیوانی است.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه روغن

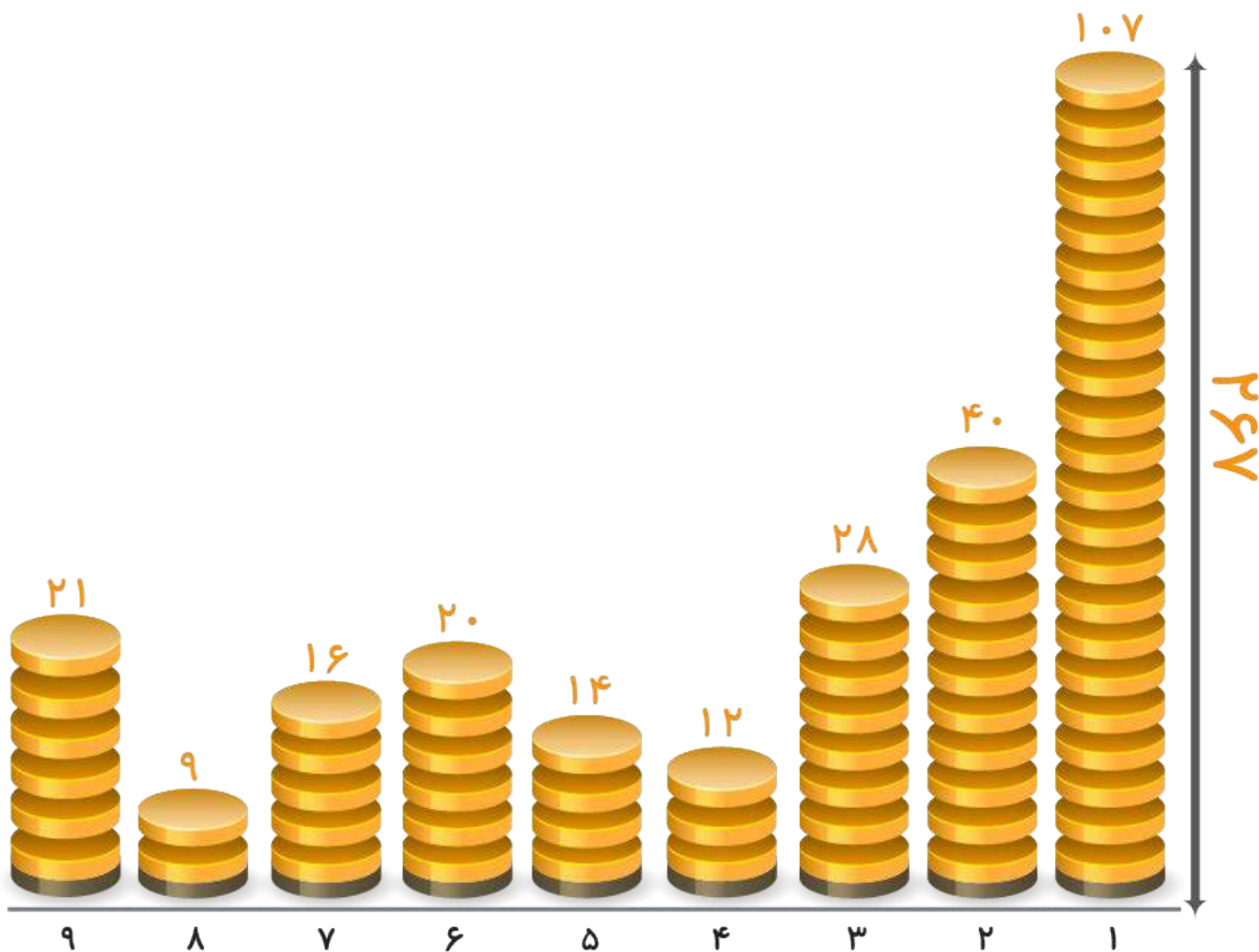
- در گروه روغن ۲۶۷ برند در ۹ استان فعال می باشد.
- در استان تهران ۱۷۷ برند در رقابت با یکدیگر هستند.





بیشترین و کمترین تنوع برند در گروه روغن

● از ۲۶۷ برند، ۱۰۷ برند در یک استان و تنها ۲۱ برند در ۹ استان فعالیت دارند.







- بیش از ۱۰۰ هزار بارکد فعال در سال ۱۴۰۳ (۵۶ هزار بارکد فعال در هر ماه)
- اضافه شدن ۹۸۰ بارکد در هر هفته به صورت میانگین



معرفی سه کالای برتر در هر گروه

بر اساس سهم بازار ریالی





سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه روغن و ماکارونی

روغن

- ۱ روغن نیمه جامد ۵ کیلویی لادن
- ۲ روغن مایع آفتابگردان ۱۶۲۰ گرمی لادن
- ۳ روغن سرخ کردنی ۱۶۲۰ گرمی اویلا



ماکارونی

- ۱ اسپاگتی ۱/۲ ۷۰۰ گرم زرماکارون
- ۲ اسپاگتی ۱/۲ ۷۰۰ گرمی مانا
- ۳ اسپاگتی ۱/۴ ۷۰۰ گرمی مانا





سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه سس و پنیر

سس

- ۱ سس هزار جزیره ۴۵۰ گرمی دلیذیر
- ۲ سس مایونز ۶۳۰ گرم مهرام
- ۳ سس کچاپ ۴۵۴ گرمی دلیذیر



پنیر

- ۱ پنیر لبنه آنا ۳۵۰ گرمی کاله
- ۲ پنیر خامه ای ویلی ۲۰۰ گرمی کاله
- ۳ پنیر خامه ای ویلی ۳۵۰ گرمی کاله





سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه چای و دخانیات

چای

- ۱ چای معطر ۵۰۰ گرم دوغزال
- ۲ چای ساده ۵۰۰ گرم دوغزال
- ۳ چای ارل گری معطر ۵۰۰ گرم گلستان



دخانیات

- ۱ سیگار کینگ نقره ای وینستون
- ۲ سیگار کینگ آبی وینستون
- ۳ سیگار سوپر اسلیم نقره ای وینستون





سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه رب و تون ماهی

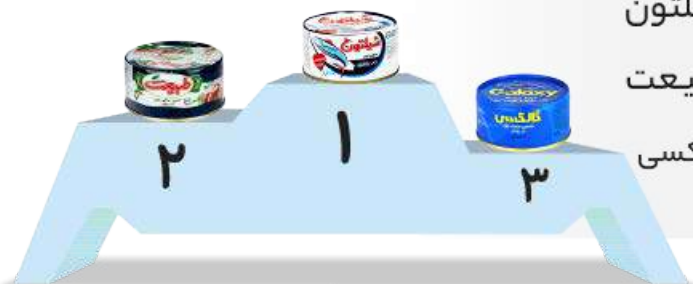
رب

- ۱ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرم روژین
- ۲ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی طبیعت
- ۳ رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی چین چین



تون ماهی

- ۱ کنسرو ماهی تن در روغن ۱۸۰ گرمی شیلتون
- ۲ کنسرو ماهی تن در روغن ۱۸۰ گرمی طبیعت
- ۳ کنسرو ماهی تن در روغن گیاهی ۱۸۰ گرمی گالکسی





سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه غذای آماده و بستنی

غذای آماده

- ۱ الویه مرغ ۵۰۰ گرمی نامی نو
- ۲ ساندویچ مرغ گریل ۲۵۰ گرم کاپو
- ۳ الویه مرغ ۲۰۰ گرمی نامی نو



بستنی

- ۱ بستنی میرکس کلاسیک ۶۰ گرمی میهن
- ۲ بستنی پریماکلاسیک ۸۵ گرمی میهن
- ۳ بستنی ویفرنازعفرانی ۷۵ گرمی میهن

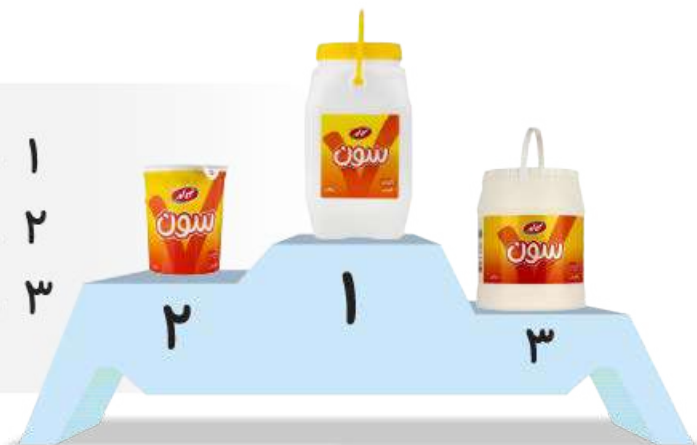




سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه ماست و دوغ

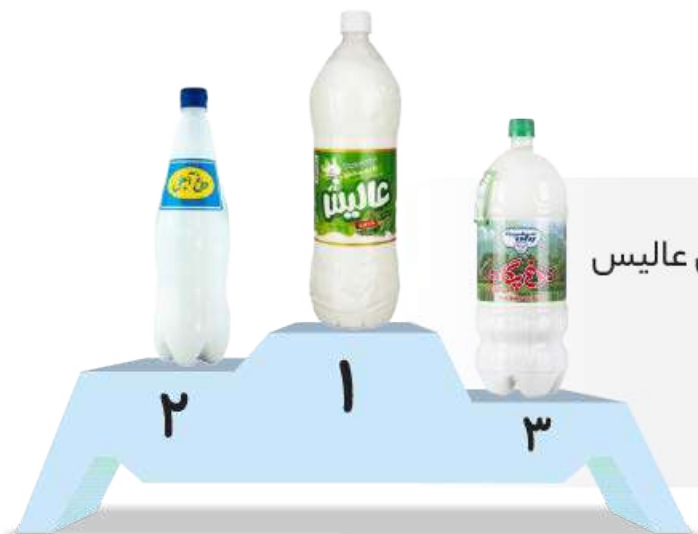
ماست

- ۱ ماست سون همزده پرچرب ۲۲۰۰ گرمی کاله
- ۲ ماست سون همزده پرچرب ۹۰۰ گرمی کاله
- ۳ ماست سون همزده پرچرب ۱۸۰۰ گرمی کاله



دوغ

- ۱ دوغ بدون گاز نعنایی ۱۵۰۰ میلی لیتری عالیس
- ۲ دوغ گازدار ۱۰۰۰ میلی لیتری آبعلی
- ۳ دوغ بدون گاز ۲۰۰۰ میلی لیتری پگاه





دستمال

- ۱ دستمال کاغذی اقتصادی دولایه ۲۵۰ برگ تنو
- ۲ دستمال کاغذی اقتصادی دولایه ۲۵۰ برگ پاپیا
- ۳ دستمال کاغذی توالت ۴ لایه ۲ رولی پاپیا



بهداشت مادر و کودک

- ۱ پوشک بچه سایز ۵ ۲۸ عددی مولفیکس
- ۲ پوشک بچه سایز ۴ ۳۴ عددی مولفیکس
- ۳ پوشک بچه سایز ۵ ۲۸ عددی مای بیبی





شوینده ظروف

- ۱ مایع ظرفشویی لیمو ۳۷۵۰ گرمی پریل
- ۲ مایع ظرفشویی لیمو ۱۰۰۰ گرمی پریل
- ۳ مایع ظرفشویی ۱۰۰۰ گرمی گلی



نظافت منزل

- ۱ مایع پاک کننده اسیدی ۱۰۰۰ میلی لیتری من
- ۲ سفید کننده سبز ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس
- ۳ سفید کننده سفید ۷۵۰ میلی لیتری دامستوس





سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه کره و خامه

کره

- ۱ کره حیوانی ۵۰ گرمی شکلی
- ۲ کره حیوانی ۱۰۰ گرمی پاک
- ۳ کره حیوانی ۵۰ گرمی پاک



خامه

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

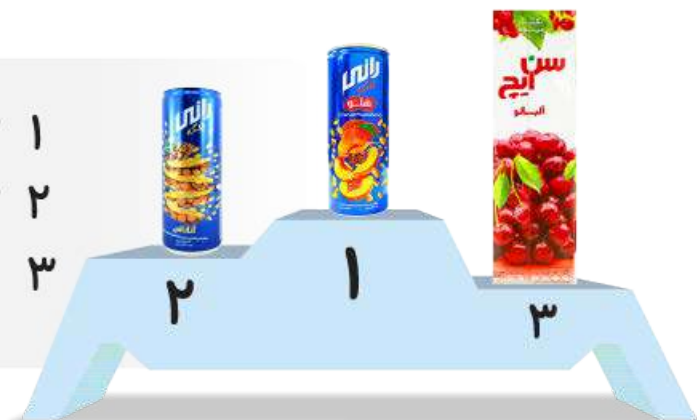




سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه آبمیوه و شربت و اسنک

آبمیوه و شربت

- ۱ آب هلو ۲۴۰ میلی لیتری رانی
- ۲ آب آناناس ۲۴۰ میلی لیتری رانی
- ۳ نکتار آلبالو ۱۰۰۰ میلی لیتری سن ایچ



چیپس و اسنک

- ۱ اسنک کرانچی پنیری ۹۵ گرمی چی توز
- ۲ پفک چرخي 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 موهای معمولی ۱۰۰۰ گرمی شبلم
- ۳ شامپو گیاهی سدر ۱۰۰۰ گرمی صحت



بهداشت بدن

- ۱ صابون حمام سبز ۶ عددی ۱۳۰ گرمی گلنار
- ۲ صابون بارایچه گل های سفید ۹۰ گرمی لوکس
- ۳ صابون بارایچه گل رز ۹۰ گرمی لوکس

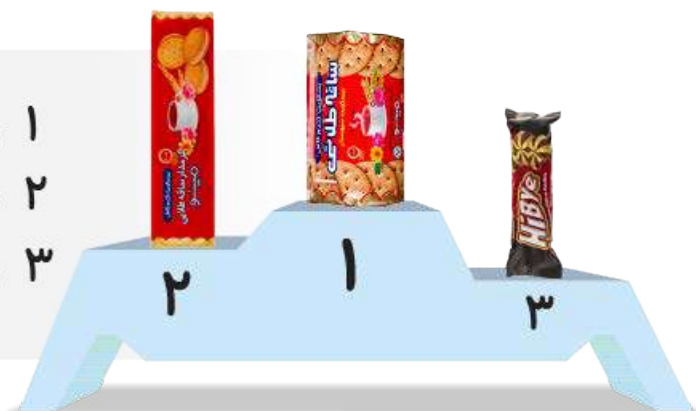




سه محصول برتر سوپرمارکتی در گروه بیسکویت و کیک

بیسکویت

- ۱ بیسکویت سبوس دار ساقه طلایی ۲۰۰ گرمی مینو
- ۲ بیسکویت کرمدار ساقه طلایی ۱۹۲ گرمی مینو
- ۳ بیسکویت مغزدار های بای ۱۰۰ گرمی شیرین عسل



کیک

- ۱ کیک تائینی دو قلو فندق ۶۰ گرمی شیرین عسل
- ۲ کروسان شکلاتی ۵۰ گرمی پچ پچ
- ۳ کروسان شکلاتی ۵۰ گرمی شیبابا





آجیل و خشکبار

- ۱ بادام زمینی نمکی ۳۰ گرم مزمز
- ۲ بادام زمینی سرکه ای ۳۵ گرمی مزمز
- ۳ مغز تخمه آفتابگردان نمکی ۳۰ گرم مزمز



محصولات انجمادی

- ۱ پنیر پیتزا مخلوط خالای ۵۰۰ گرمی مطهر
- ۲ پنیر پیتزا رنده شده پروسس ۵۰۰ گرمی مطهر
- ۳ پنیر ورقه ای گودا پروسس ۱۸۰ گرمی کاله





شوینده لباس

- ۱ مایع لباسشویی یونیورسال ۲۷۰۰ گرمی پرسیل
- ۲ پودر لباسشویی ۵۰۰ گرمی سافتلن طلائی
- ۳ مایع لباسشویی لاوند ۲۷۰۰ گرمی پرسیل



بهداشت دهان و دندان

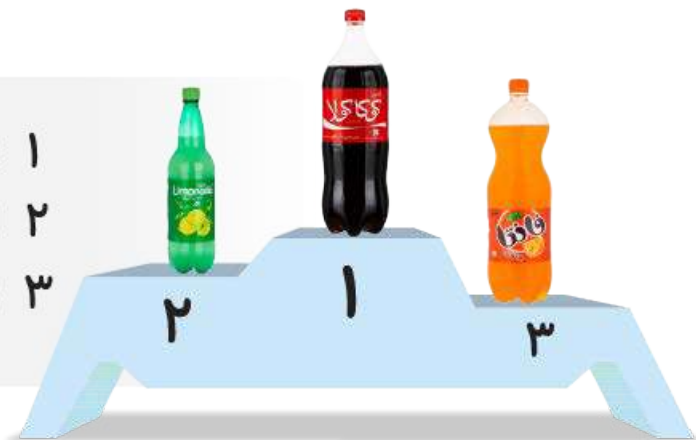
- ۱ خمیر دندان ۷ کاره و سفیدکننده ۱۰۰ میلی لیتری مریدنت
- ۲ خمیر دندان ضد پوسیدگی ۱۰۰ میلی لیتری سیگنال
- ۳ خمیر دندان لمینت ۸۰ گرمی پونه





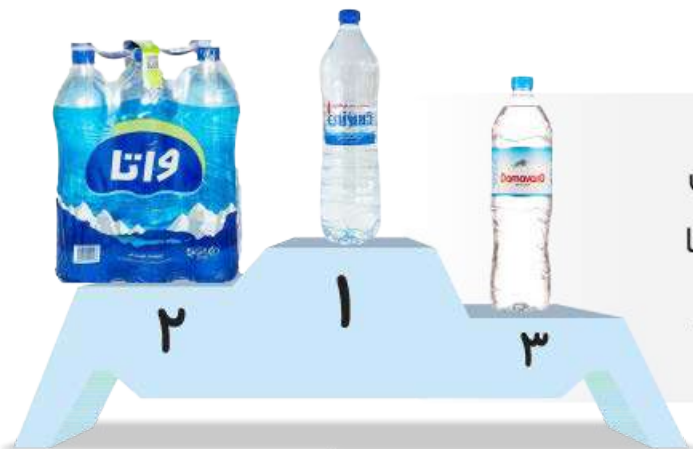
نوشیدنی گازدار

- ۱ نوشابه کولا ۱۵۰۰ میلی لیتری کوکاکولا
- ۲ لیموناد ۱۰۰۰ میلی لیتری زمزم
- ۳ نوشابه پرتقالی ۱۵۰۰ میلی لیتری فانتا



آب معدنی

- ۱ آب آشامیدنی ۱۵۰۰ میلی لیتری دسانی
- ۲ آب معدنی ۶ تایی ۱۵۰۰ میلی لیتری واتا
- ۳ آب آشامیدنی ۱۵۰۰ میلی لیتری دماوند







- در سال ۱۴۰۳ بیشترین تغییرات قیمت مربوط به گروه "نوشیدنی" ۵۱/۲ درصد است.
- بیشترین تورم در گروه کالاهای اساسی با حدود ۹۱٪ به حبوبات و سویا اختصاص یافته و یکی از کمترین تورم مربوط به تون ماهی و ۶/۵ درصد بوده است.
- به منظور محاسبه تورم گروه های کالایی، میزان تغییرات قیمت به ازای واحد جز محصول (گرم/عدد/لیتر) در اسفند ماه ۱۴۰۳ در مقایسه با اسفند ۱۴۰۲ مورد محاسبه قرار گرفته است.



شاخص تورم کل بازار (محصولات سوپرمارکتی)



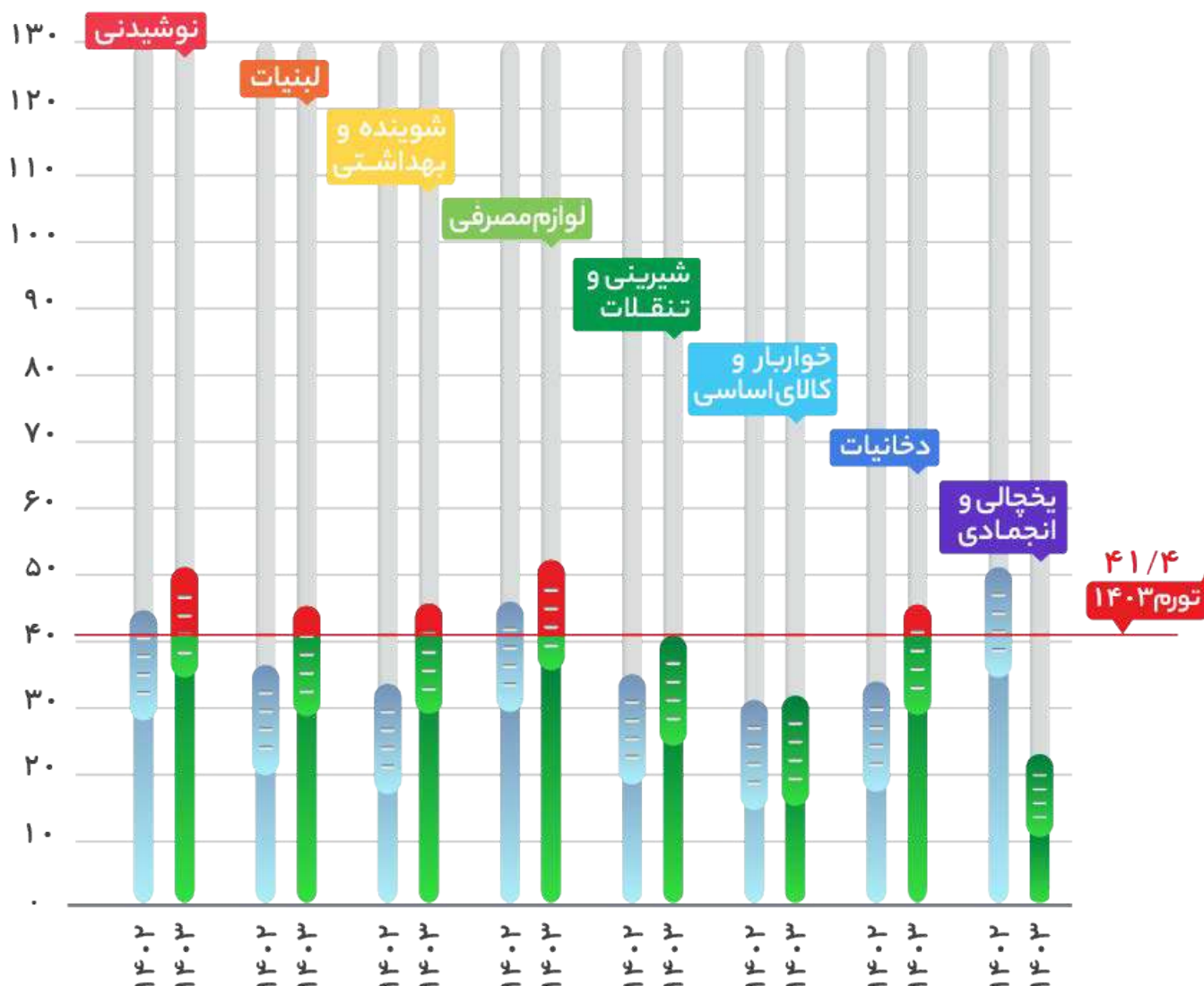


تورم سه سال گذشته در یک نگاه



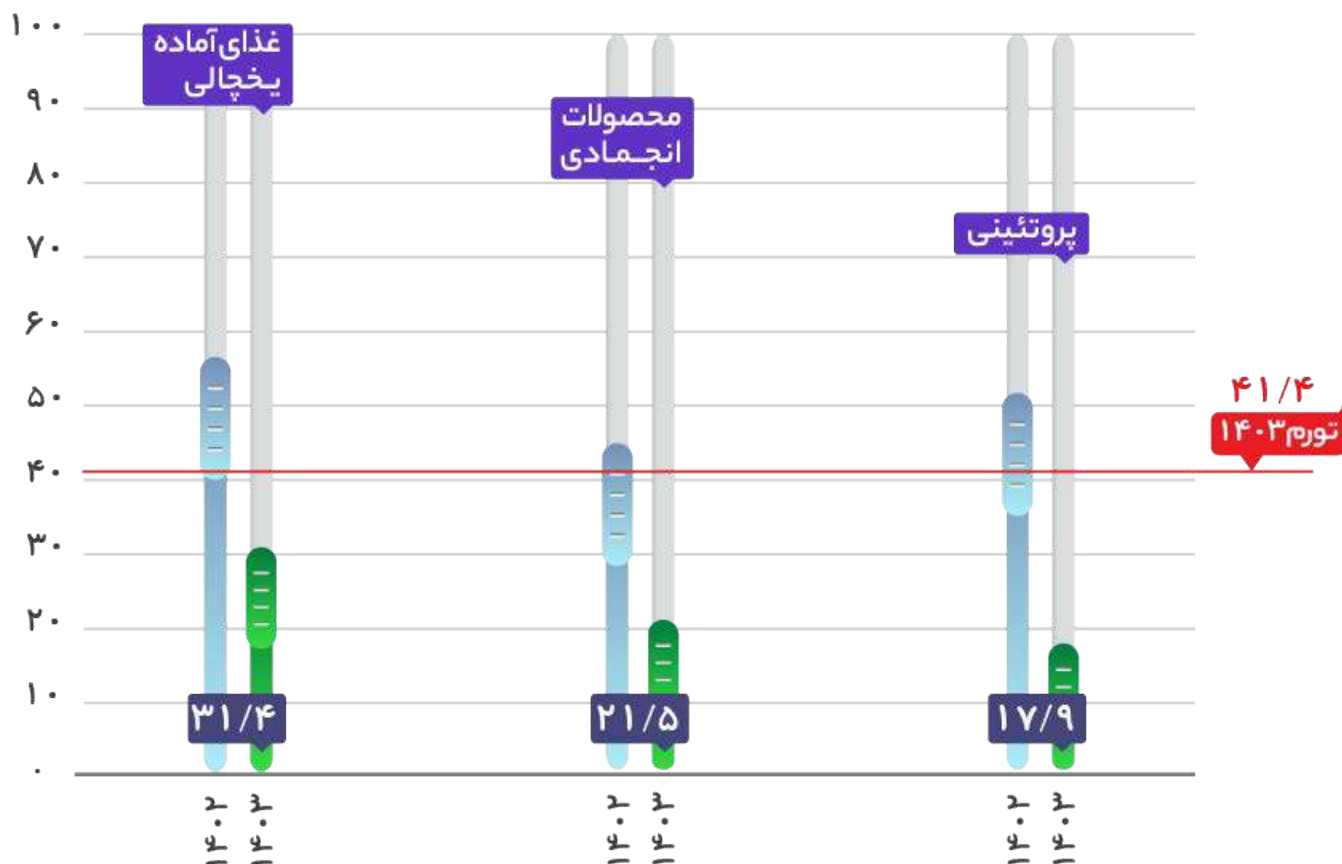


تورم در گروه های اصلی سوپرمارکتی (درصد)



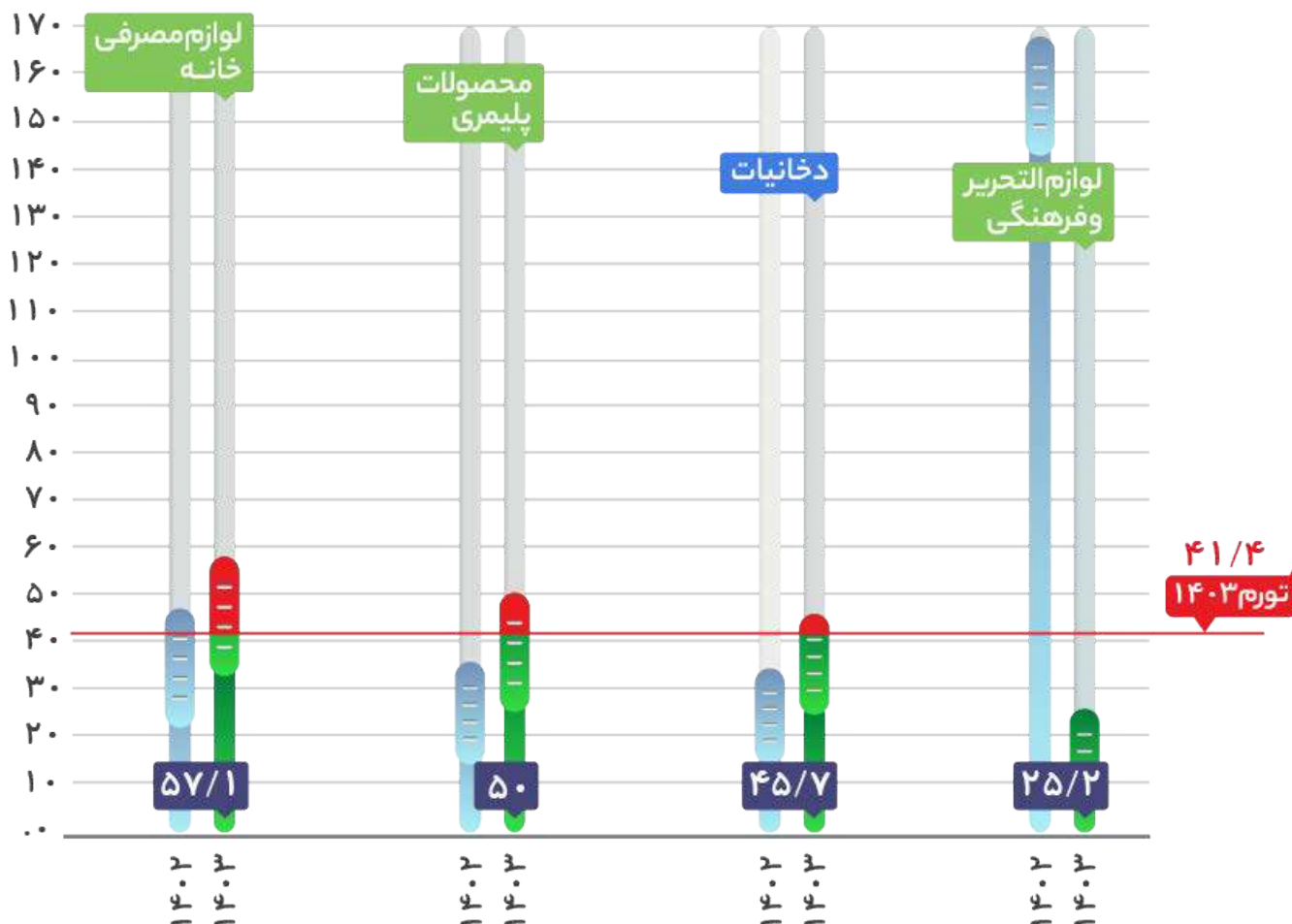


تغییرات قیمت یخچالی انجمادی (درصد)





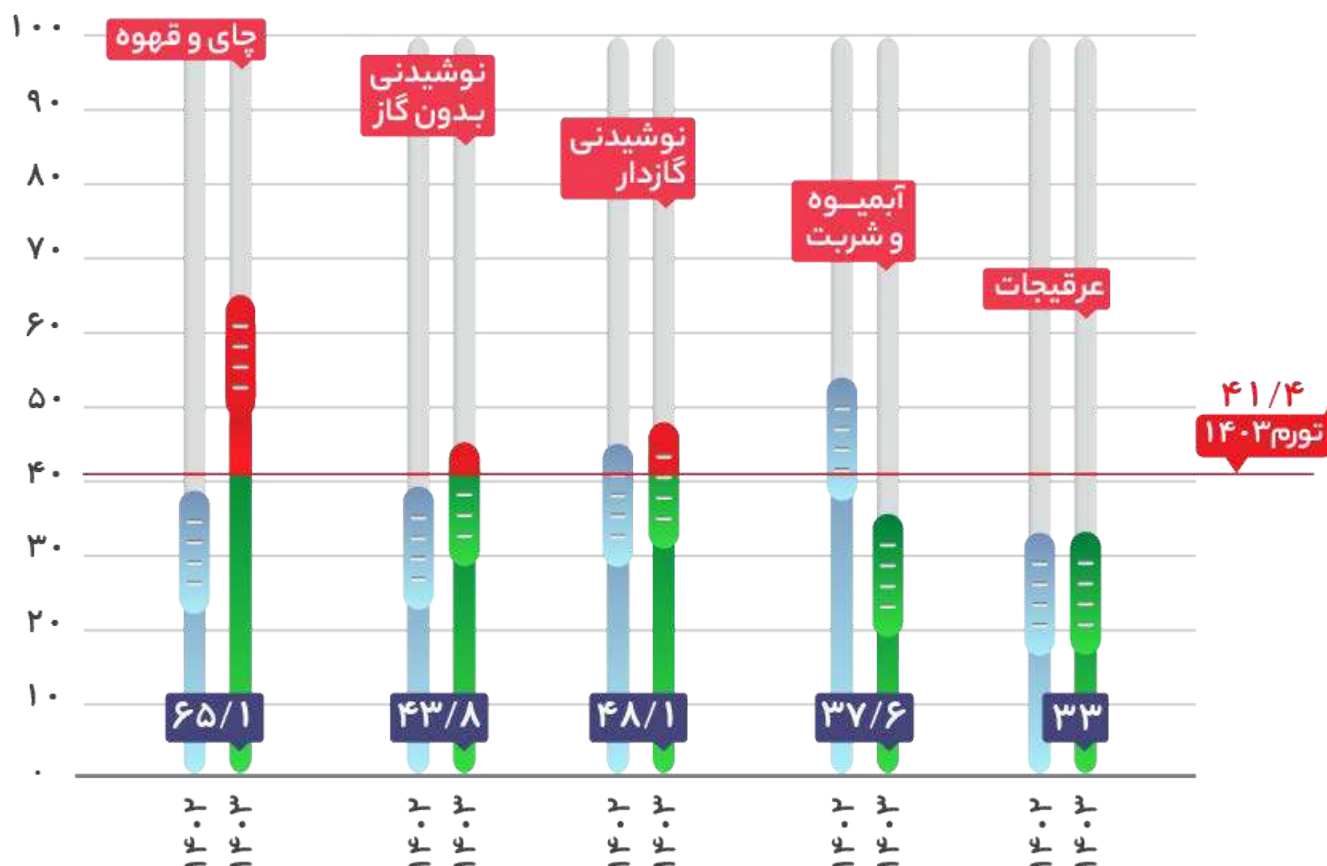
تغییرات قیمت لوازم مصرفی و دخانیات (درصد)



لازم به ذکر است که قیمت محصولات گروه دخانیات از بهمن ماه ۱۴۰۳ به اسفند ماه ۱۴۰۳، حدوداً ۱۲ درصد افزایش داشته است.

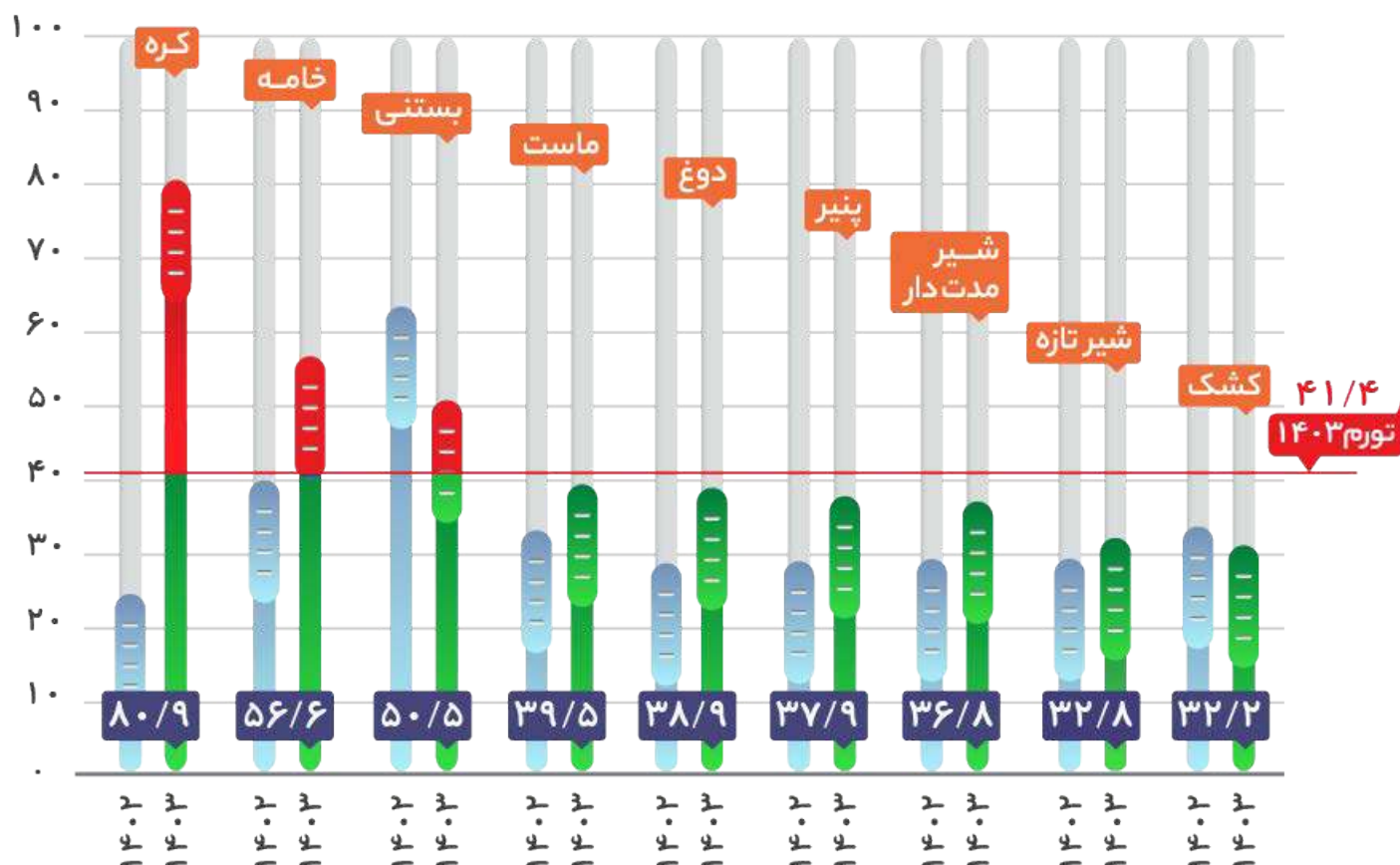


تغییرات قیمت نوشیدنی (درصد)



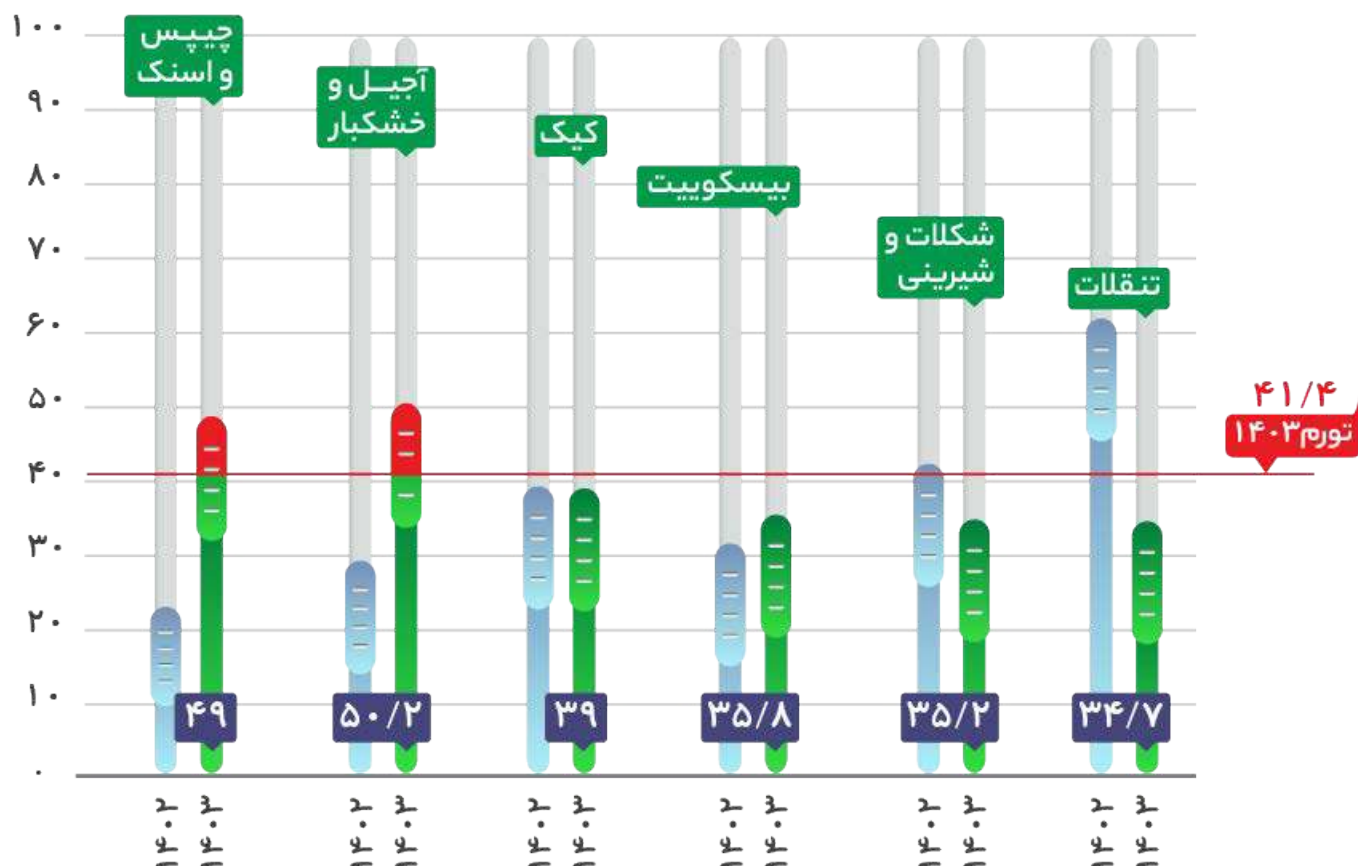


تغییرات قیمت لبنیات (درصد)





تغییرات قیمت شیرینی و تنقلات (درصد)





تغییرات قیمت شوینده و بهداشتی (درصد)

۱۴۰۲	۱۴۰۳	
۳۸/۴	۹۳/۲	اصلاح بدن و صورت
۲۲/۳	۵۶/۶	محصولات درمانی و داروخانه‌ای
۱۹/۷	۵۳/۳	بهداشت مادر و کودک
۳۱/۸	۴۹/۳	آرایش و مراقبت از پوست
۳۱/۷	۴۶/۷	نظافت منزل
۳۱/۳	۴۶/۳	شوینده ظروف
۴۰/۲	۴۵	شوینده لباس
۳۵/۳	۴۳/۹	بهداشت بدن
۳۷/۴	۴۰/۱	بهداشت دهان و دندان
۳۸/۳	۳۸/۹	مراقبت از مو
۴۵/۹	۳۲/۴	دستمال



تغییرات قیمت خوار و بار اساسی (درصد)

۱۴۰۲	۱۴۰۳	
۴۰	۹۰/۵	حبوبات و سویا
۴۵/۲	۵۸/۸	کمپوت
۲۷/۹	۵۱/۴	برنج
۹۶/۷	۴۴/۵	چاشنی و ادویه
۲۴/۵	۴۴/۲	نان و غلات
۵۵	۴۱/۵	کنسرو
۳۶/۲	۴۱	سرکه و آبلیمو
۴۳/۹	۴۰/۳	ترشیجات
۲۴/۸	۳۶	رب
۲۹/۲	۳۴/۸	سس
۴۳/۴	۳۴/۷	صبحانه
۳۹/۲	۳۴/۱	قند، شکر و خرما
۴۴/۸	۲۸/۹	دسر
۱۸/۳	۲۲/۳	ماکارونی و رشته
-۱۰/۶	۲۱	روغن
۱۱۴/۸	۶/۵	تون ماهی
۱۱۴/۷	۴/۵	سوپ و آش و اقلام آماده پخت

درباره‌ما

هایم‌مارت



هایمارت شرکتی دانش بنیان و پیشرو در صنعت توزیع و پخش هوشمند محصولات سوپرمارکتی است که با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، تحولی عظیم در حوزه تامین رقم زده است.

هایمارت با سیستمی مبتنی بر زیرساخت سفارش‌گیری آنلاین برای سوپرمارکت‌ها و داده‌های دقیق صندوق‌های فروشگاه‌ها، سیستم‌های تامین هوشمند، فروش شخصی‌سازی شده، و ایجاد بستر پرداخت اعتباری به بیش از ۲۲ هزار فروشگاه در ۱۳ استان کشور خدمات ارائه می‌دهد.

هدف افزایش کارایی، کاهش هزینه‌های تامین، فروش و توزیع، افزایش سرعت گردش کالا و بهبود رضایت مشتریان بر بستر زنجیره تامین هوشمند است.





۱



تامین هوشمند کالا

۲



تبلیغات هوشمند B۲B و
نقطه فروش

۳



رصد آنلاین اطلاعات بازار سوپرمارکتی

۴



مدرن سازی فروشگاه

۵



پرداخت اعتباری برای سوپرمارکت ها
و مصرف کنندگان

۶



آموزش و توانمند سازی
سوپرمارکت داران



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

داشبورد ویژگی 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).

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).

www.marketvi.com

۰۲۱-۴۷۶۳۸۸۸۸



دکتر هادی ابراهیمی

فعال اقتصادی، مدیر مسؤول و سردبیر رسانه‌های

تخصصی «تاجر»، «شیرین و شکلات»، «کارآفرینان اقتصاد»

توزیع مویرگی یکی از مؤثرترین استراتژی‌ها برای دسترسی به بازار گسترده و متنوع مصرف‌کنندگان ایرانی در حوزه صنعت کالاهای سوپرمارکتی ایران است و رقابت در این بازار خرده‌فروشی، به مدیریت هوشمند با استفاده از داده‌های قابل اتکا و به روز، بستگی دارد.

مهندس جواد کیا

مدیرعامل شرکت هوش مصنوعی اگزالب

قدرت داشبوردهای اطلاعاتی و تحلیلی و حجم دیتای مارکت‌ویو بسیار زیاد است و برای کسانی که از مدیریت سنتی به مدیریت مدرن گذر کرده‌اند، کارآمد و کارساز خواهد بود.

حمید بروغنی

مدیرعامل شرکت بازاریابان تجارت جهانی و سردبیر ریال نیوز:

مارکت ویو تحلیل دقیقی از بازار عرضه و مصرف کالا با تکیه بر آخرین روش‌های تحلیل داده و شناخت شاخص‌های کلیدی تحقیقات بازار، را ارائه می‌کند.

دکتر محمد ناطق

بنیانگذار جشنواره برند محبوب

مدیریت داده‌محور، راه را برای شفافیت، کارآمدی و رشد پایدار در دنیای رقابتی امروز باز می‌کند. "جمع‌آوری دقیق داده‌ها و تحلیل اطلاعات فروش در حوزه خرده‌فروشی، حرکتی نوآورانه و ارزشمند از مارکت‌ویو است که به شناخت بهتر الگوهای مصرف کمک می‌کند.

به بازار سلام کنید



ONpoint
Marketing Services



- **دقت بالای هدف‌گیری مخاطبان**
تبلیغات شما درست به دست کسانی می‌رسد که بیشترین ارتباط را با برند شما دارند.
- **افزایش تعامل و تأثیرگذاری**
رسانه‌های ما تجربه‌ای تعاملی برای مشتریان و فروشندگان ایجاد می‌کنند.
- **پوشش گسترده در نقاط فروش**
دسترسی به طیف وسیعی از فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌ها در شهرها و مناطق مختلف.
- **قیمت بسیار مناسب**
هزینه دیده شدن (Cost Per View) تخصصی در رسانه‌ها و روش‌های ما نسبت به سایر ابزارها و روش‌ها، بسیار جذاب است.

با ما همراه شوید تا برند شما در مرکز توجه قرار گیرد و فروش شما اوج بگیرد.
امروز تماس بگیرید و اولین قدم را برای موفقیت بردارید!





راهکارهای هوشمندانه و فناوریانه تبلیغات

- آیا به دنبال راهکاری جذاب و اثربخش برای دیده شدن به جا و بموقع در بازار هستید؟!
- آیا به فکر ارتباط مستقیم با خرده فروشان و مصرف کنندگان هستید؟!

ما اینجا هستیم تا با راهکارهای تبلیغاتی و تعاملی کم نظیر، برند شما را به اهدافتان نزدیک تر کنیم.



هوشمندانه دیده و شنیده شوید:

● مانیتورهای هوشمند در صندوق های فروشگاهی: **Intelligent Ads**

تبلیغات شما در لحظه ای که مصرف کننده در حال پرداخت است، بر روی مانیتورهای دیجیتال ما در سوپرمارکت ها بصورت هوشمند به نمایش در می آید. پیام شما در مکانی قرار می گیرد که بیشترین توجه مشتری جلب می شود و در زمانی ارایه می شود که بهترین بازخورد را داشته باشد.

● اپلیکیشن تامین کالای فروشگاه ها: **Supply App**

اپلیکیشن هایمارت که توسط فروشندگان و سوپرمارکت داران مورد استفاده قرار می گیرد، فرصتی طلایی است برای تبلیغات B2B. برند شما در دسترس افرادی قرار می گیرد که تصمیم گیرنده خرید هستند و به طور مستقیم کالاهای سوپرمارکتی را تامین می کنند.

● کانال ها و شبکه های اجتماعی ذی نفعان: **Social Media**

مخاطبان شما هیچ وقت گوشی را از خودشان جدا نمی کنند و روزانه ساعات متعددی را در شبکه های اجتماعی می گذرانند. هزاران خریدار خرده فروش در کانال ها و شبکه های اجتماعی اختصاصی ما منتظر شنیدن صدای شما هستند...

● گیم: **GAME**

امروزه بسیاری از مردم در سنین مختلف از نسل X تا نسل Z و آلفا با سرگمی ها و تفریحات دیجیتال بویژه بازی های رایانه ای وقت می گذرانند. ما برای تفریح آنها و تبلیغ شما برنامه داریم.



● گیمیفیکیشن: Gamification

زندگی هم نوعی بازی است. اما بازی وارسازی از بهترین راه‌های تعامل با مخاطبان است. تعاملی که می‌تواند دوسویه باشد و پیر و جوان را پای کار بیاورد.

● نظرسنجی و تحقیقات بازار

اراهکارهای ما یک سویه نیست، از طریق پلتفرم و کانال‌های ارتباطی ما، شما هم می‌توانید از نظرات مخاطبانتان با خبر شوید.

● تولید مدیا و محتوا

ما با کمک هوش مصنوعی و روش‌های فناورانه و هنرمندانه انواع محتواهای تبلیغاتی خلاقانه اعم از تیزر، ترانه، طرح و... را با بهترین تناسب قیمت و کیفیت تولید می‌کنیم و همچنین می‌توانیم رسانه‌های اختصاصی چون بازی‌های دیجیتال Game را برای مخاطبان شما خلق نمائیم.

● گیفیت و سمپلینگ هدفمند: Targeted Sampling

سمپلینگ را درهم انجام ندهید، بهترین مکان‌ها و زمان‌ها را سوا کنید.



Home banner



Pos ads Methods



● نظرات خبرگان و نخبگان علم و صنعت و بازار درباره گزارش سال بازار خرده‌فروشی ایران

دکتر محمود اولیایی

(رئیس هیئت مدیره فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران)



تحول دیجیتال یکی از مهمترین ابر روندهای تاثیرگذار بر کسب و کارهاست و صنعت کالاهای سوپرمارکتی قطعاً به طور جدی تحت تأثیر آن است. در بازار پیچیده و بزرگ کالاهای سوپرمارکتی، برندها بدون مدیریت هوشمند داده‌محور، سهم بازار خود را از دست خواهند داد. به همین دلیل چنین ابزارهایی به مانند آنچه در گزارش سال ارائه شده به مثابه یک دستیار قدرتمند، و هوشمند و همیشه در دسترس، لازمه کسب و کارهای این بازار است.

دکتر پیام باقری

(نایب رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران)



بالغ بر ۸۵ درصد بازار خرده‌فروشی در اختیار سوپرمارکت‌های محلی است. نقش آفرینی در حوزه کالاهای سوپرمارکتی به عنوان نوعی از کسب و کارهای خرد که مستقیم با اقتصاد خانوار مرتبط بوده و از یک نظام گسترده توزیع برخوردار است، بدون توجه به تحولات دیجیتال ناممکن خواهد بود.

استاد علیرضا یونچی

(کارآفرین و مشاور کسب و کار، داور برنامه تلویزیونی میدون)



این گزارش کار بسیار قشنگ و ارزشمندی است. امیدوارم روزی برسد که علاوه بر گزارش سالانه، شاهد گزارش‌های فصلی، ماهیانه و... باشیم و به دفعات و کرات در طی سال گزارش‌های مختلف و متنوع شما (هایمارت) را شاهد باشیم.

دکتر حسن فروزان فرد

(عضو هیئت مدیره سندیکای کنسرو ایران، رئیس هیئت مدیره صنایع غذایی کامبیز)



گزارش بازار خرده‌فروشی سوپرمارکتی ایران را دیدم و ممنونم برای به اشتراک گذاری آن، امیدوارم این کار ارزشمند هر سال بهتر و شایسته‌تر تهیه و منتشر شود.

دکتر مجتبی مالکی

(دبیرکل فدراسیون مدیریت و مشاوران کسب و کار ایران،
مؤلف ده‌ها کتاب حوزه مدیریت و بازاریابی)



بازاریابی در هزاره سوم بازاریابی داده محور است و دسترسی به اطلاعات درست و بهنگام از طریق تحلیل داده‌های واقعی رفتار مصرف کننده می‌تواند مزیت رقابتی هر بنگاه اقتصادی باشد. در این راستا گزارش سال بازار سوپرمارکتی ایران می‌تواند به عنوان بستری برای شناسایی روند بازار، تحلیل درست اندازه بازار، تخمین پتانسیل عرضه و تقاضای بازار و شناسایی رفتار رقبا در بازار باشد.

دکتر محمد ناطق

(بنیانگذار جشنواره برند محبوب)



این ابتکار بی‌نظیر، با بهره‌گیری از اطلاعات دقیق فروشگاه‌های خرده‌فروشی، تصویری شفاف و ارزشمند از پویایی بازار ارائه می‌دهد که می‌تواند تصمیم‌گیری هوشمندانه را برای تولیدکنندگان و فروشندگان تسهیل کند. و با اتکاب به تحلیل‌های مبتنی بر داده‌های واقعی بازار، معیاری دقیق و مطمئن برای شناسایی محصولات شاخص و روندهای نوظهور در صنعت خرده‌فروشی فراهم می‌کند.

دکتر حمیدرضا هنرمند

(مدیر محصول شرکت پگاه)



گزارش جذاب هایمارت نگرش جدیدی در شاخص‌های اثربخش حوزه بازار برایم ایجاد نمود و تلاش می‌کنم در برنامه‌های آتی توجه بیشتری بر روی این شاخص‌ها داشته باشم. با توجه به لزوم حرکت هوشمندانه در بازار رقابتی و انقباضی سالهای پیش رو، اطلاعات هایمارت جهت تعیین استراتژی‌های کوتاه، میان و بلند مدت و حتی تصمیمات اقتضایی، باهدف حفظ، توسعه و افزایش سهم بازار بسیار کاربردی است.

مهندس جواد کیا

(مدیرعامل مجموعه هوش مصنوعی اگزالپ)



اولین بار که این گزارش را دیدم از آمار تعداد زیاد برندها و تنوع این بازار متعجب شدم. مشخص بود که گزارش با تکیه بر منابع قوی و روزآمد تهیه شده و از دقت بالایی برخوردار است. البته این گزارش یک خلاصه کلی از اتفاقات بازار طی یک سال گذشته است، اما قدرت داشبوردهای اطلاعاتی و تحلیلی و حجم اطلاعاتی که از پنل مارکت‌ویو قابل دسترسی است بسیار بیشتر است و برای کسانی که از مدیریت سنتی به مدیریت مدرن گذر کرده‌اند بسیار کارآمد و کارساز خواهد بود.



IRFMCG.ir

2th Iran FMCG



فدراسیون مدیریت
و مشاورات کسب و کار ایران



هایمارت



انستیتو ملی آمار و اطلاعات ایران

دومین همایش جامع Festival

تحلیل بازار خرده فروشی و

جایزه سال صنعت FMCG ایران



تحلیل و بررسی ۳۶۰ درجه بازار کالاهای سوپرمارکتی
گزارش بخش های مویرگی، زنجیره ای و آنلاین
رونمایی از گزارش سال بازار خرده فروشی ایران
پنل تجربیات برتر بزرگان صنعت
جایزه بزرگ بازار ایران
نمایشگاه جانبی

ONpoint
Marketing Services



MAHESH
VIEGW

Snapp!



TAPSELL

روبیکا





www.himart.ir



[himart.ir](https://www.instagram.com/himart.ir)



۰۲۱-۴۷۶۳۸۰۰۰