



Россия. Джин: бум на санкциях

Россия · Спиртные напитки

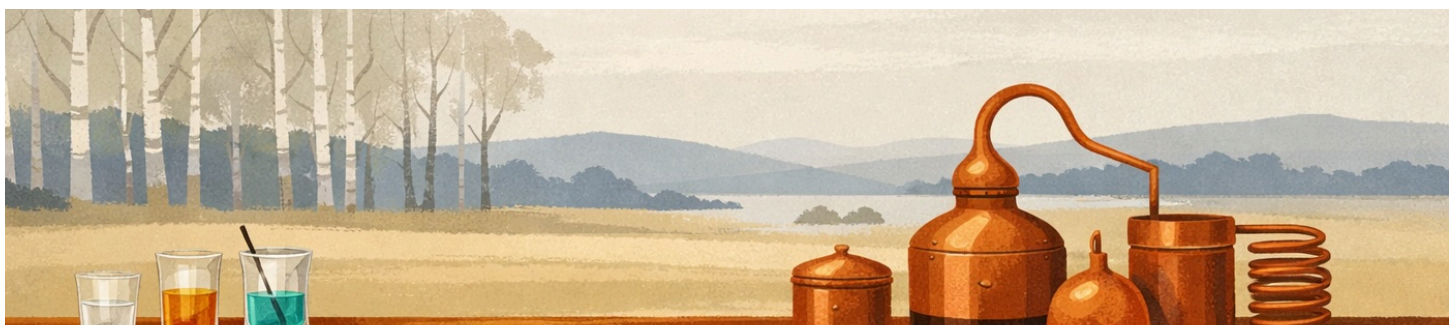
ОБЗОР СЕКТОРА

Первое издание | March 2026

Русское издание (также доступно на английском и китайском)



Brandmine



ОБЗОР СЕКТОРА

Россия. Джин: бум на санкциях

Шестой по величине джин-бренд мира отсутствует в любой международной базе данных. Его производят в Санкт-Петербурге — бывший советский инженер по ракетной технике. Продаётся более чем в пятидесяти странах, два года подряд растёт быстрее любого другого джина на планете. И за ним стоят ещё 426 брендов, которых не замечает ни один аналитик.

ОСНОВНЫЕ ФАКТЫ

Размер рынка	Отечественная категория стоимостью более 300 млн долларов, выросшая в двенадцать раз за семь лет — от нишевого продукта до мейнстрима
Уникальное преимущество	Лицензии для крафтовых дистиллерий не существует, поэтому лучшие российские бармены разрабатывают рецептуры, а столетние водочные заводы производят джин — самая невероятная модель крафтового производства в мире
Главная проблема	Санкции ЕС и США блокируют доступ к двум крупнейшим премиальным рынкам джина, вынуждая выстраивать экспорт через Китай, Индию и страны СНГ
Фактор времени	Мораторий на лицензирование замораживает новых игроков до апреля 2027 года — конкурентный ландшафт заморожен на двадцать один месяц

“Российский джин не вытеснил иностранные бренды, а создал новый рынок. Наш джин начали пить другие покупатели.”

Vadim Drobiz, Director, TsIFRRA

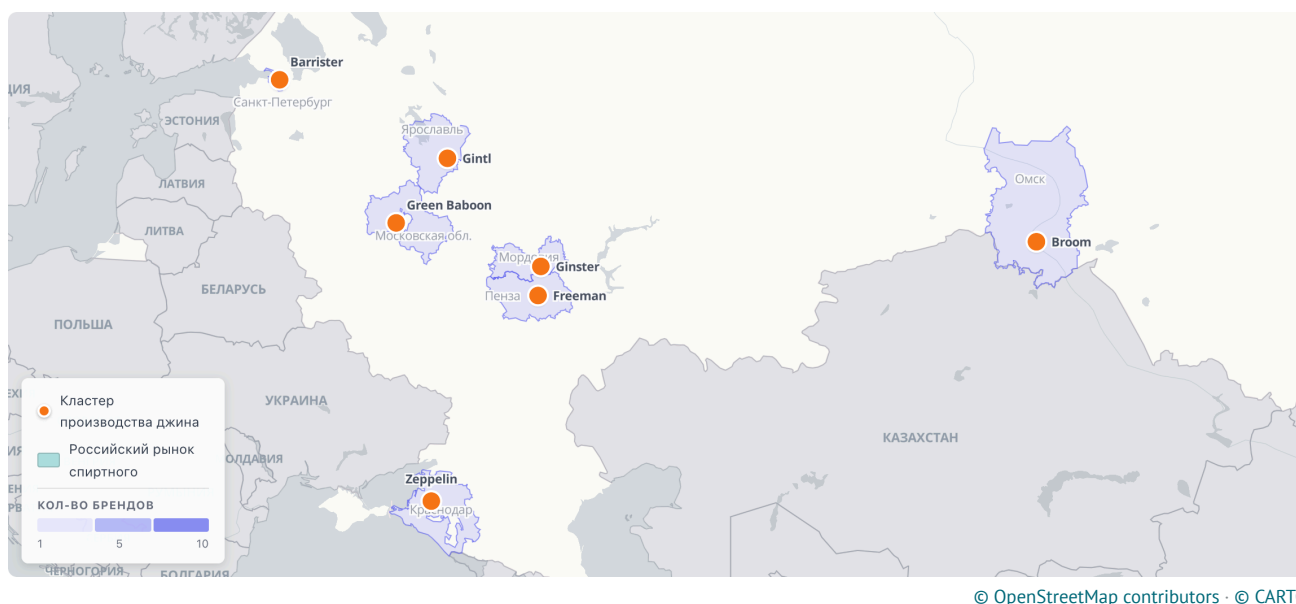
Kommersant, 2022

РЫНКИ: Россия

СЕКТОРЫ: Спиртные напитки

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ

Российские производители джина: шесть производственных кластеров



426 брендов, шесть кластеров – российский джиновый бум повторяет карту водочной инфраструктуры.

Санкт-Петербург – Центр притяжения. Преимущество первого хода и балтийский портовый доступ создали основу для бренда, контролирующего почти половину национального рынка. Крафтовый слой, созданный барменами-основателями, не воспроизведёт ни один индустриальный производитель.

Московская область – Коридор инноваций. Немецкая медная аламбика, премиальное позиционирование и близость к крупнейшему потребительскому рынку страны делают её естественной площадкой для наиболее амбициозных продуктов категории.

Ярославль – Хаб барменов-предпринимателей. Столетний завод как производственный партнёр для московских разработчиков рецептур – именно здесь был создан первый российский джин на вакуумной дистилляции, вошедший в список Forbes.

Мордовия и Пенза (Поволжье) – Обновление через масштаб. Мордовский завод, отметивший 125-летие, перешёл с водки на джин и взял национальную награду в первый же год. Пенза вошла в число крупнейших производителей джина по объёму.

Краснодарский край – Экологическое позиционирование черноморского побережья. Южные ботаники, один из немногих женских руководителей производства в секторе, и торгуемый производитель вин, диверсифицировавшийся в джин после 2022 года.

Омск – Сибирский якорь. Таёжные травы и дикие ягоды дают вкусовой словарь, недоступный в

европейской части России. Та же инфраструктура, что обслуживает самую продаваемую российскую водку, теперь экспортирует джин в 30+ стран.

* * *

ПОРТРЕТ СЕКТОРА

Шестой по величине джин-бренд мира отсутствует в любой международной базе данных спиртных напитков. Его производят в Санкт-Петербурге — бывший советский инженер, переключившийся с военной оптики на алкогольный бизнес в приватизационном хаосе девяностых; бренд продаётся более чем в пятидесяти странах, два года подряд растёт быстрее любого другого джина на Земле, занимает почти половину российского рынка — а международный Instagram-аккаунт насчитывает триста подписчиков. Россияне выпивали 1,6 млн литров джина в 2017 году; к 2024-му — свыше двадцати миллионов. Когда Diageo, Pernod Ricard и Bacardi ушли в 2022-м, они оставили не вакуум, а катализатор: 426 брендов на сегодняшний день, более чем на пятидесяти заводах, невидимых ни одному крупному отраслевому изданию, ни одной международной торговой базе данных. Революция произошла по-русски. Никто не перевёл.

В тени водки: как бармены вышли на сцену

Первый современный российский джин появился в 1998 году, когда новгородский завод произвёл осторожный отечественный продукт. Его приняли с равнодушием — последователей не нашлось. Почти два десятилетия джин оставался на обочине российской культуры потребления: иностранная диковинка в стране, где водка занимала более семидесяти процентов рынка. Немногочисленные отечественные бренды конкурировали не друг с другом, а с убеждением, что джин по самой своей природе британский.

Первый скол в этом убеждении пришёл не из дистиллерии — из бара. В 2015 году трое барменов из провинциальных городов, ни один из которых не планировал карьеры в индустрии гостеприимства, скинулись и открыли скрытый бар в подвале Санкт-Петербурга. Уже через год он попал в World's 50 Best Bars. К 2021-му поднялся на восьмое место в мире, а один из основателей был признан Drinks International одним из самых влиятельных людей мировой барной индустрии. Модель — маниакальное коктейльное мастерство в маленьком пространстве, построенное на экспертизе, а не на капитале, — доказала: в России есть знание мирового уровня. Не хватало отечественного продукта, достойного этого знания. Бармены подавали импортный джин, чтобы продемонстрировать российское творчество. Ирония не ускользала ни от кого.

Годом позже один из крупнейших российских производителей запустил джин на рынок в 3,5 миллиона литров. Ставка шла против течения. К 2018 году этот бренд обогнал Beefeater, Gordon's и Bombay Sapphire, став самым продаваемымджином в России: спрос существовал ещё до того, как предложение успело его удовлетворить.

Тогда же бывший мастер чайной церемонии — человек, некогда боявшийся коктейльных баров, — купил медный куб и начал то, что растянулось на четыре года вакуумных экспериментов. В Москве открылся первый джин-бар. Вышел первый российский крафтовый тоник. В Нижнем Новгороде бармен собирал коллекцию из более чем двухсот джинов — изучал категорию с одержимостью коллекционера, прежде

чем попробовать свой. Инфраструктура для джинового движения складывалась по кусочкам в подвалах и барах полудюжины городов. Основатели были на месте. Кризисы ещё не пришли.

Потом пандемия. Потом санкции. Потом мораторий. Каждый кризис ускорял то, что начал предыдущий. И каждый закалял тех основателей, которые его пережили.

Шесть городов, шесть характеров

Российское производство джина сложилось вокруг существующей водочной инфраструктуры — и география сектора рассказывает его историю.

Санкт-Петербург — центр притяжения. Производственное наследие, балтийский портовый доступ и преимущество первого хода создали условия для бренда, который сегодня контролирует почти половину национального рынка. Крафтовый слой, созданный барменами-основателями, не воспроизвести никакому индустриальному производителю: напитки от людей, вошедших в список лучших барменов мира.

Московская область — коридор инноваций. Близость к крупнейшему потребительскому рынку страны делает её естественной площадкой для тестирования премиального позиционирования. Здесь появился первый российский премиальный джин, произведённый на немецкой медной аламбике. Барная сцена, задающая тренды, — в полчаса езды от производственных мощностей, которые её обслуживают.

Поволжье рассказывает об обновлении. Мордовский завод, отметивший 125-летие, перешёл с водки на джин и взял национальную награду в течение первого же года. Пензенский водочный завод стал одним из крупнейших в стране производителей джина по объёму. Столетние мощности показали: существующая инфраструктура открыла категорию, построить которую с нуля было бы непомерно дорого.

Краснодарский край — это южные ботаники и черноморский климат. Стиль производства здесь ближе к европейскому крафтовому дистиллированию, чем где-либо ещё в стране. Один из редких женских руководителей производства в секторе работает именно отсюда, и публично торгуемый винный производитель диверсифицировался в джин после потрясений 2022 года.

Ярославль, в трёх часах к северу от Москвы, стал центром барменов-предпринимателей. Столетний завод выступает производственным партнёром для московских разработчиков рецептур, устанавливающих собственное оборудование в выделенных помещениях. Здесь был создан первый российский джин на вакуумной дистилляции — четырёхлетнее сотрудничество барменского вкуса и заводской лицензии.

Омск, в западной Сибири, удерживает восточный фланг сектора. Один из трёх крупнейших производителей крепкого алкоголя в стране создаёт здесь джин с ярко выраженной сибирской ботанической идентичностью — таёжные травы и дикие ягоды дают вкусовой словарь, недоступный нигде в европейской части России. Та же инфраструктура, что обслуживает самую продаваемую российскую водку, теперь производит джин на экспорт в более чем тридцать стран.

Что пропускают базы данных

Три барьера — и российский джин-сектор остаётся невидимым для международного капитала.

Первый — языковой. Более восьмидесяти пяти процентов материалов, документирующих этот сектор, существуют только на русском: в деловой прессе «Коммерсанта», рыночной аналитике РБК Вино, фаундерских историях Sobaka.ru, данных NielsenIQ, публикуемых через российскую отраслевую прессу. Ни одно англоязычное издание о крепких напитках не освещало структурный перелом. Drinks International исследует лучшие бары мира, но не картографирует бренды, которые эти бармены создают. The Spirits Business дважды называл один российский бренд Brand Champion — и не опубликовал ни слова о 425 брендах за его спиной.

Второй – регуляторная непрозрачность. В России нет лицензии для крафтовой дистиллерии. Порог входа – не скромный разрешительный сбор, а 19,5 миллиона рублей совокупного уставного капитала и лицензионных взносов, что составляет порядка 215 000 долларов до производства первой бутылки. Это регуляторное устройство загоняет крафтовых основателей в модель контрактного производства, аналогов которой нет ни на одном крупном рынке крепких напитков. Понять, какой завод производит какой бренд, какой бармен разработал какую рецептуру и кто контролирует какую интеллектуальную собственность, – значит пройти через лабиринт отношений, не поддающийся ни одной базе данных.

Третий – геополитический. Санкции ЕС вводят полный запрет на импорт российских крепких напитков. Американские президентские указы запрещают ввоз российского алкоголя. Два крупнейших в мире премиальных джин-рынка закрыты наглухо. Это не значит, что бренды несущественны, – это значит, что они выстраивают присутствие в Китае, Индии, на Ближнем Востоке и в Центральной Азии, оставаясь невидимыми для западных аналитиков. Информационный разрыв – структурный, не временный.

Итог: отечественная категория стоимостью более 300 миллионов долларов, чьи основатели, кризисные нарративы, траектории роста и конкурентная динамика ни разу не были задокументированы ни на одном языке, кроме русского. Ни одна международная консалтинговая компания не опубликовала карту рынка. Ни один инвестиционный банк не выпускал обзор сектора. Золото не блестит – если вы не читаете по-русски, не ходите на «Продэкспо» и не следите за барменским сообществом.

Те, кто остался, когда полки опустели

В марте 2022 года полки изменились за одну ночь. Diageo отозвал Tanqueray и Gordon's. Pernod Ricard убрал Beefeater. Bacardi приостановил Bombay Sapphire. Импорт джина рухнул на тридцать девять процентов за девять месяцев. То, что последовало, было не суетой заполнения пустот. Это было извержение.

Вениамин Грабар шесть лет готовился к моменту, которого никто не предсказывал. Бывший советский инженер-ракетчик, переключившийся на алкогольный бизнес в приватизационный хаос девяностых, он запустил свой джин в 2016-м, когда весь российский рынок потреблял лишь 3,5 миллиона литров в год. Ставка была ранней и шла против течения. Когда западные бренды ушли, его марка уже была отечественным лидером. Он не медлил – производство выросло на пятьдесят семь процентов за один год. К 2023-му бренд перешёл отметку в миллион кейсов и вошёл в Millionaires' Club Drinks International как самый быстрорастущий джин в мире. К 2024-му – шестое место в глобальном рейтинге, экспорт в более чем пятьдесят стран, включая Китай, где поставки утроились. Инженер-ракетчик стал строителем категории.

Трое барменов из провинции приняли своё решение в подвале во время пандемии. Игорь Зернов из Воронежа, Артём Перук из Пскова, Николай Киселев из Тверской области – они построили свой бар в восьмой лучший бар мира. Когда COVID его закрыл, доход обрушился. Переход произошёл в самую зарегулированную потребительскую категорию в России. Они выбрали название, отсылающее к историческим российским целовальникам – присягавшим кресту хозяевам кабаков, первым отечественным барменам. Запустили с органической водкой – что они сами впоследствии признали глупостью: самый насыщенный сегмент российского рынка. Зато их джин, настоящий на крапиве, ягеле и саган-дайле, обладал доверием, которое ни один корпоративный конкурент не мог произвести: за ним стояли лучшие бармены мира.

Путь Владимира Колганова к джину начался в чайной церемонии. Мастер китайского чая, некогда боявшийся коктейльных баров, он преодолел этот страх, поднялся по московской барной иерархии и стал российским амбассадором Monkey 47. Визит на дистиллерию Чёрного леса породил вопрос: почему не сделать джин в России? Он купил куб. Первый эксперимент, по его собственному признанию, получился ошеломительно хорошим. Четыре года итераций – и на столетнем ярославском заводе была установлена вакуумная дистилляция: техника, сохраняющая ароматику ботаников и никогда ранее не

применявшаяся к российскому джину. Когда пришли санкции, его бренд вышел с двенадцатью ботаниками, включая саган-дайлу — лекарственную траву из бурятских шаманских традиций Алтайских нагорий. Forbes включил его в список пятидесяти лучших джинов мира из 550 оцениваемых.

Иван Мамутов — аргумент против в рамках самой революции. Мастер-дистиллятор нижегородского коктейльного бара, собравший коллекцию из более чем двухсот джинов, получил вызов от ветерана индустрии: почему ты только коллекционируешь, а не делаешь свой? Его ответ — джин на калине и жасмине из собственного региона — настаивает на том, что крафт означает местное, а не просто отечественное. Его публичная позиция бескомпромиссна: «Бум дешёвого посредственного джина наносит репутационный ущерб этому интересному и классному напитку». В секторе, живущем скоростью и масштабом, Мамутов — голос, требующий, чтобы качество пережило революцию.

За этими четырьмя — более восьмидесяти брендов, появившихся после 2022 года. Столетний мордовский завод перестроился и взял звезду «Продэкспо» в течение первого же года. Одна из немногих в стране женщин — мастер-дистиллятор — руководит производством в Краснодаре и дважды побеждала на конкурсе Eurasia Spirits Drinks в номинации «Лучший джин». Бармен из Ижевска выиграл всероссийский конкурс одного из крупнейших производителей: его рецептура, названная в честь Chanel №5, соединяет корпоративную инфраструктуру с ремесленным творчеством. Татарстанский производитель с государственным участием вышел в категорию, чтобы закрыть западный вакуум. Самый известный российский производитель игристых вин диверсифицировался в джин, меняющий цвет. Широта движения — от советских заводов, перестроившихся за ночь, до барменов, устанавливающих вакуумные кубы на столетних предприятиях, — так же поразительна, как и кризис, его ускоривший.

За пределами бутылки

Джиновый бум в России — не просто коммерческое явление. Это смена поколений в том, как городские россияне относятся к крепкому алкоголю.

Десятилетиями водка определяла российскую питейную культуру — не просто напиток, а ритуал вокруг него: тост, закуска, рюмка вкруговую. Рост джина сигнализирует о более глубоком сдвиге: поколение выбирает сложность вместо нейтральности, ботаники вместо чистоты, индивидуальное выражение вместо коллективной традиции. Коктейльный бар вытеснил рюмочную как образ идеального питейного заведения для городских миллениалов. Джин — его основная валюта.

Акцент на специфически российских ботаниках превращает это в проект идентичности, а не просто коммерческий. Саган-дайла из бурятских шаманских традиций. Карельский дудник. Нижегородская калина. Алтайская клюква. Это не маркетинговые украшения — это слияние глобальной джин-техники с российским терруаром, тот же импульс идентичности, что движет грузинским натуральным вином и японским виски. Даже доминирующий бренд запустил проект «Вкус России», создающий региональные выражения, привязанные к конкретным географиям, — джин превращается из импортной категории в инструмент исследования ботанического разнообразия страны.

Структурная модель за этим — культурно уникальна. Шестеро из восьми изученных для этого материала основателей — действующие или бывшие бармены. Ни на одном другом крупном рынке крепких напитков барменский класс не доминирует в создании брендов в такой степени. Российское регуляторное ограничение — отсутствие лицензии для крафтовых дистиллерий, 19,5 миллиона рублей совокупных затрат на вход — направило творчество в неожиданный канал: бармены разрабатывают рецептуры, столетние водочные заводы их производят. Самая невероятная модель крафтового производства в мире. Бармен приносит вкус, знание ботаников и доверие, заработанное за стойкой лучшим бара. Завод приносит лицензию, мощности и регуляторное соответствие. Ограничение стало преимуществом.

Двадцать один месяц, и отсчёт идёт

31 июля 2025 года Федеральный закон №274-ФЗ заморозил выдачу всех новых лицензий на производство этилового спирта до апреля 2027-го. Мораторий отрезает новых игроков, желающих производить собственную базу. Заявки, поданные в период заморозки, возвращаются без рассмотрения. В сочетании с уже существовавшим барьером в 19,5 миллиона рублей регуляторный ров вокруг действующих производителей стал как никогда глубоким.

Сроки создают окно длиной в двадцать один месяц – с тремя следствиями.

Первое – конкурентный ландшафт заморожен. Основатели, вошедшие до заморозки, – и особенно те, кто вошёл в волну 2022 года, – занимают позиции, которые новые игроки не смогут оспорить до отмены моратория. Каждый месяц его действия усиливает преимущество первого хода.

Второе – экспортные каналы созревают прямо сейчас. Поставки в Китай утроились в 2023 году. Презентации на ProWine Mumbai открыли южноазиатское направление. Страны СНГ – Казахстан, Беларусь, Армения, Азербайджан – обеспечивают ближнее расширение. Ближневосточные и юго-восточноазиатские каналы выстраиваются параллельно. Бренды, формирующие международные отношения в период моратория, к моменту появления любого нового конкурента уже накопят два года логистических связей, розничных партнёрств и регуляторных согласований. На рынках крепких напитков в развивающихся странах ров – это не жидкость, а сеть партнёрств.

Третье – вопрос преимущества приближается. Основатель, доминирующий в секторе, запустил свою компанию три десятилетия назад. Сообщалось о подготовке к IPO. Поколение, построившее российскую джин-индустрию, подходит к решениям о масштабировании, ликвидности и смене владения, которые изменят структуру сектора в рамках десятилетия.

Мораторий создаёт парадокс. Сектор никогда не был более читаемым: основатели известны, конкурентные позиции ясны, кризисные истории зафиксированы. Мораторий не вечен. Когда он будет снят, вторая волна игроков размоет позиционирование нынешних участников. Время понять, кто построил этот сектор, как они пережили то, что пережили, и как выглядят их конкурентные позиции – это месяцы, а не годы.

Что построили бармены

Четыреста двадцать шесть брендов. Более пятидесяти заводов. Рынок, которого в нынешнем масштабе не существовало пять лет назад.

Рынок вырос в двенадцать раз за семь лет. Его ведут основатели, закалённые кризисами и защищённые регуляторными барьерами, которые конкурентам не обойти. Аналитика для оценки этих брендов есть – рассеянная по русскоязычной деловой прессе, отраслевым изданиям и конкурсным материалам. Она не собрана.

Бренды с доказанным отечественным масштабом активно ищут международные каналы именно на тех рынках, где западные премиальные марки исторически присутствовали меньше всего, – в Китае, Индии, Персидском заливе, Центральной Азии. Экспортная инфраструктура строится прямо сейчас, и преимущества первого выхода накапливаются.

Наконец, трубопровод от бармена к бренду создал самую убедительную модель крафтового производства в мире – рождённую не по выбору, а от регуляторного ограничения. Основатели, пережившие закрытие баров в COVID, прошедшие через санкционные потрясения и построившие бренды через столетние водочные заводы, закалены в огне так, как корпоративный брендинг не воспроизведёт.

Аналитика живёт в деловых страницах «Коммерсанта», материалах «Продэкспо» и форумах барменского сообщества — по-русски, за санкционным занавесом, невидимая для каждой международной базы данных. Золото не блестит.

КЛЮЧЕВОЙ ВЫВОД

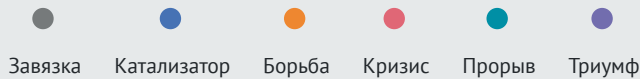
Основатели, заполнившие нишу, консолидируются до отмены моратория. Карту составить — осталось немного времени.

* * *

ХРОНОЛОГИЯ СЕКТОРА

426 брендов и тихий бум

Ключевые события, сформировавшие российский джин-сектор — от единственного осторожного опыта до 426 брендов, скрытых у всех на виду.



- ЗАВЯЗКА** 1998
Первый современный российский джин
Новгородский завод «Алкон» производит первый современный российский джин — осторожный опыт на рынке, где джин означает «британский». Эксперимент не находит последователей. Почти два десятилетия российский джин остаётся курьёзом.
- ЗАВЯЗКА** 2015
Открытие El Copitas
Трое барменов из провинциальных городов — Воронеж, Пскова, Твери — открывают скрытый коктейльный бар в Санкт-Петербурге. Уже через год он попадает в World's 50 Best Bars. К 2021 году поднимется до восьмого места в мире, доказав: в России есть мастерство мирового уровня.
- КАТАЛИЗАТОР** 2016
Запуск Barrister
Группа «Ладога» выводит на рынок Barrister — рынок потребляет всего 3,5 миллиона литров. Ставка против течения: джин занимает ничтожную долю в стране, где пьют водку. Бренд позиционируется с лондонскими London Dry реквизитами, зарегистрирован на британское юрлицо.
- ЗАВЯЗКА** 2016
Первая джин-бар в Москве
Бывший мастер чайной церемонии открывает Dictatura Aestetica — первый московский джин-бар. В том же году появляется Rocket Tonic — первый российский крафтовый тоник. Инфраструктура для культуры джина собирается сама собой в подвалах и барах двух городов.
- ПРОРЫВ** 2018
Barrister обходит весь импортный джин
Barrister становится самым продаваемым джином в России, обогнав Beefeater, Gordon's и Bombay Sapphire. Отечественный бренд опережает мировых лидеров в их собственной категории — международная индустрия этого не замечает.

БОРЬБА 2019**Джин остаётся нишей вопреки первопроходцам**

Несмотря на доминирование Barrister и растущую московскую барную сцену, потребление джина не превышает восьми миллионов литров. Крафтовые основатели упираются в регуляторную стену: нет лицензии для крафтовых дистиллерий, запретительные требования к капиталу, никакой институциональной поддержки.

КРИЗИС 2020**Пандемия запускает волну новых брендов**

Закрытие баров толкает талантливых барменов в разработку продуктов. Команда El Copitas создаёт Tselovalnik. Московский бармен ускоряет свой четырёхлетний джин-эксперимент. Пандемия не уничтожает барменский класс — она выдавливает его вверх по производственной цепочке.

КРИЗИС 2022**Западные бренды уходят из России**

Diageo отзывает Tanqueray и Gordon's. Pernod Ricard убирает Beefeater. Bacardi приостанавливает Bombay Sapphire. Импорт джина рухнул на тридцать девять процентов за девять месяцев. За год появляется более восьмидесяти новых отечественных брендов.

ТРИУМФ 2023**Barrister пересекает миллион кейсов**

Рост на пятьдесят семь процентов за один год. Barrister входит в Millionaires' Club по версии Drinks International как самый быстрорастущий джин в мире. Ставка инженера-ракетчика дала глобальный бренд.

ПРОРЫВ 2023**Крафтовый джин получает международное признание**

Российский джин на вакуумной дистилляции с сибирскими ботаниками берёт медали Master на Global Gin Masters и попадает в список пятидесяти лучших джинов мира по версии Forbes. Журнал «Сноб» номинирует его в категорию «Сделано в России». Крафтовый слой зарабатывает доверие за пределами отечественного рынка.

ТРИУМФ 2024**Российский джин достигает 20+ миллионов литров**

Рынок вырос в 5,5 раза за пять лет. Отечественные бренды держат более девяносто процентов доли. Четыреста двадцать шесть брендов работают на более чем пятидесяти заводах. Один бренд производит джина больше, чем весь рынок потреблял пять лет назад.

ПРОРЫВ 2024**Экспорт в пятьдесят с лишним стран**

Поставки в Китай утраиваются. Начинается выход на индийский рынок — через презентации на ProWine Mumbai. Выстраиваются каналы в страны СНГ, Ближний Восток и Азию. Бренды находят рынки там, где западные премиальные марки исторически присутствовали меньше всего.

КРИЗИС 2025**Мораторий на лицензирование закреплён законом**

Федеральный закон №274-ФЗ замораживает выдачу новых лицензий на производство этилового спирта до апреля 2027 года. Новые игроки, желающие производить собственную базу, отрезаны от рынка. Регуляторный барьер вокруг действующих производителей стал ещё выше.

ТРИУМФ 2025**Отечественные бренды занимают 90,5% рынка**

Российские бренды контролируют экономичный и средний сегменты практически полностью. Доля премиального отечественного сегмента прибавила тринадцать процентных пунктов за год. Импортозамещение не просто завершено — оно создало рынок, кратно превышающий тот, что когда-либо обслуживал импорт.



Об этом исследовании

Этот отчёт основан на 20 верифицированных источниках на 2 языках – первичных документах, интервью с основателями и отраслевой прессе. Каждая цифра и каждое утверждение подтверждены независимыми источниками.

Полная методология на brandmine.ai.

О BRANDMINE

Выдающиеся бренды, основанные предпринимателями. Проверенная устойчивость. Готовы сегодня.

Brandmine предоставляет структурированную аналитику по брендам основателей на развивающихся рынках – исследования на языке оригинала, структурированные для принятия инвестиционных решений, в формате специализированных отчётов.

Контакт: hello@brandmine.ai Аналитические отчёты Brandmine: brandmine.ai/intelligence/

ТАКЖЕ ДОСТУПНО ОТ BRANDMINE

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ БРЕНДА

Полная дуга трансформации, географическая аналитика и бизнес-обзор одного бренда. 15 страниц верифицированной аналитики.

ПРОФИЛЬ УСТОЙЧИВОСТИ ОСНОВАТЕЛЯ

Личная дуга основателя от истоков до прорыва. Верифицировано через исследования на родном языке и первичные источники.

КАРТА РЫНКА

Профили всех верифицированных брендов в секторе – географическое распределение, хронология рынка и обзоры основателей. 25–40 страниц.

СЕКТОРАЛЬНЫЙ АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЁТ

Аналитика по всему сектору. Все бренды – на уровне обзора, плюс полные дуги трансформации шести брендов, каждый из которых представляет отдельный архетип кризиса. 90–120 страниц.

Набор в PT Serif и PT Sans. Вёрстка в Typst. Цвета оптимизированы для профессиональной печати.

Карты созданы с MapLibre GL · Подложка CARTO Positron · © участники OpenStreetMap

Издан одновременно на английском, русском и китайском языках.

Исследование на английском и русском языках.

Первое издание · March 2026

Выдающиеся бренды,
основанные
предпринимателями.
Проверенная устойчивость.
Готовы сегодня.

**Выдающиеся бренды, основанные
предпринимателями.
Проверено 250+ в развивающихся
рынках.**

Профили устойчивости бренда · Профили устойчивости
основателя
Карты рынка · Секторальные аналитические отчёты

Структурированные исследования потребительских брендов
развивающихся рынков, основанных предпринимателями.
Издания на английском, русском и китайском языках.

brandmine.ai/intelligence/

✉ hello@brandmine.ai

🌐 www.brandmine.ai

© 2026 Brandmine. Все права защищены.

v1.4.2