

Производство медицинской продукции за октябрь 2020 года

По данным Росстата, индекс физического объема за октябрь 2020 г. по крупным, средним и малым организациям по отношению к соответствующему периоду предыдущего года по кодам ОКВЭД2 составил:

- 21.1 «Производство фармацевтических субстанций» – 136,8%.
- 21.2 «Производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» – 89,1%.

- 32.5 «Производство медицинских инструментов и оборудования» – 112,5%.
- 26.6 «Производство облучающего и электротерапевтического оборудования, применяемого в медицинских целях» – 75,3%.



ТАБЛИЦА. Рейтинг федеральных округов по выпуску медицинской продукции за октябрь 2020 г.

Рейтинг	Наименование федеральных округов	Объем производства, млн руб.	Индекс роста к предыдущему месяцу, %	Доля в общем объеме, %
Лекарственные препараты, млн руб.				
1	Центральный	20 404,387	79,24	53,27
2	Приволжский	5 689,598	105,63	14,85
3	Северо-Западный	3 954,108	126,09	10,32
4	Уральский	3 629,833	87,38	9,48
5	Сибирский	3 457,761	96,48	9,03
6	Северо-Кавказский	577,456	96,03	1,51
7	Южный	319,804	82,94	0,83
8	Дальневосточный	271,034	93,71	0,71
	Всего по России	38 303,981	88,49	100,00
Инструменты и оборудование медицинские, млн руб.				
1	Центральный	1 641,654	104,08	28,22
2	Приволжский	1 551,596	95,70	26,68
3	Уральский	1 288,820	160,21	22,16
4	Северо-Западный	896,772	109,19	15,42
5	Сибирский	207,134	116,19	3,56
6	Южный	134,713	99,69	2,32
7	Дальневосточный	64,155	143,51	1,10
8	Северо-Кавказский	31,502	173,91	0,54
	Всего по России	5 816,346	111,84	100,00
Оборудование и приборы для облучения, реабилитации, электрическое диагностическое и терапевтическое, применяемые в медицинских целях, млн руб.				
1	Центральный	1 703,944	73,10	63,21
2	Приволжский	366,202	93,61	13,59
3	Уральский	206,076	99,51	7,64
4	Северо-Западный	156,765	69,40	5,82
5	Южный	134,223	93,11	4,98
6	Северо-Кавказский	71,408	40,91	2,65
7	Сибирский	56,959	56,86	2,11
	Всего по России	2 695,577	75,42	100,00

Фармацевтическая реклама ЛП и БАД в российских СМИ в ноябре 2020 года

По итогам ноября 2020 г. в сегменте фармацевтической рекламы в категории «Лекарственные препараты и биологически активные добавки» (ЛП и БАД) на топ-20 рекламодателей суммарно по всем типам СМИ пришлось более 95 тыс. выходов рекламы, а на топ-20 марок ЛП и БАД – более 40 тыс. выходов.

Рейтинг рекламодателей возглавила компания GSK Consumer Healthcare, на втором месте – отечественная «Отисифарм», замыкает тройку – Stada CIS.

В ноябре по сравнению с октябрем рейтинг рекламодателей существенно не изменился. В него вошли

«Оболенское», «Петровакс» и Sun Pharmaceutical Industries.

Покинули рейтинг: «Полисан», «Фирн М» и «Гриндекс».

В ноябре рейтинг марок претерпел серьезные изменения, однако тройка лидеров осталась неизменной: первое место занимает Стрепсилс,

второе и третье – Нурофен и АЦЦ соответственно.

Вошли в рейтинг: Но-Шпа, Тенотен, Найз, Аципол, Гексорал, Аквалор, Мирамистин, Афалаза.

Покинули рейтинг: Амиксин, Ренгалин, Эргоферон, Називин, Комливит, Тизин, Магне В6, Бромгексин Берлин-Хеми.

ТОП-20 КРУПНЕЙШИХ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ И РЕКЛАМИРУЕМЫХ МАРОК ЛП И БАД В РОССИЙСКИХ СМИ* В НОЯБРЕ 2020 ГОДА

№	Рекламодатель	Количество выходов
1	GSK Consumer Healthcare	8 346
2	Отисифарм	8 265
3	Stada CIS	7 329
4	Sanofi aventis	7 278
5	Bayer AG	6 943
6	Reckitt Benckiser	6 789
7	Berlin-Chemie Menarini Group	6 640
8	Sandoz Farma	6 290
9	Материя Медика	6 069
10	Johnson & Johnson	5 053
11	Dr. Reddy's Laboratories	4 310
12	Abbott Laboratories S.A.	3 355
13	Teva	3 209
14	Валента (Холдинг)	2 629
15	Ниармедик	2 378
16	Оболенское	2 258
17	Эвалар	2 223
18	Polpharma	1 994
19	Петровакс	1 907
20	Sun Pharmaceutical Industries	1 760
Итого топ-20		95 025

№	Марка	Количество выходов
1	Стрепсилс	3 420
2	Нурофен	3 369
3	АЦЦ	2 865
4	Кагоцел	2 378
5	ТераФлю	2 261
6	Эвалар	2 213
7	Отривин	2 085
8	Ингавирин	2 000
9	Но-Шпа	1 875
10	Тенотен	1 747
11	Эспумизан	1 736
12	Циклоферон	1 656
13	Найз	1 633
14	Аципол	1 618
15	Гексорал	1 600
16	Аквалор	1 589
17	Мирамистин	1 570
18	Пенталгин	1 546
19	Афалаза	1 524
20	Терафлекс	1 497
Итого топ-20		40 182

Источник: TNS Gallup Adfact

* СМИ: ТВ, радио, пресса, наружная реклама. Тип рекламы: ТВ (ролик, спонсорский ролик и анонс; спонсорский ролик), радио (ролик), пресса (коммерческая реклама). Категория: «Лекарственные препараты и пищевые добавки». Статистика: Quantity (количество выходов). При мониторинге не регистрируются: ТВ: коммерческие сюжеты, репортажи, редакционные материалы, реклама в будущих строках (за исключением спонсорства); логотипы и титры на заставках рекламных блоков; реклама SMS-услуг в информационной «панели-плашке» (характерно для музыкального контента); реклама типа Product placement в кинопрограммах. Радио: PR-репортажи; расширенное спонсорство; рекламные сюжеты без упоминания «на правах рекламы». Пресса: вложения в изда-

ния, не имеющие признаков принадлежности к данному изданию; заказные статьи без пометки «реклама»; рекламные съемки; материалы редакционной поддержки; спонсорство рубрик; самореклама изданий (информация о подписке и анонсы следующих номеров); адреса и телефоны магазинов, упоминаемых в данном выпуске издания (в конце журнала). Наружная реклама: реклама с циклом размещения меньше месяца в том случае, если период ее размещения не совпадает с периодом мониторинга; транспаранты-перетяжки; вывески; афиши городской рекламы; автобусные остановки, не имеющие внутренней подсветки; рекламные ролики, транслирующиеся на компьютерных экранах.