



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКИХ ИГРУШЕК.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, июль 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Понятие продукции
- 1.2. Текущие показатели социально-экономического развития
- 1.3. Прогноз по показателям социально-экономического развития
- 1.4. Обзор ситуации на мировом рынке игрушек
- 1.5. Российский рынок лицензированных детских товаров
- 1.6. Резюме по разделу

2. АССОРТИМЕНТ И СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

- 2.1. Классификация игрушек по воспитательному назначению
- 2.2. Классификация игрушек по возрастному назначению
- 2.3. Классификация игрушек по материалу изготовления
- 2.4. Прочие классификации игрушек
- 2.5. Товарная структура Рынка
- 2.6. Сегментация Рынка по торговой марке
- 2.7. Сегментация Рынка по стоимости продукции
- 2.8. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

- 3.1. Производство и импорт на Рынке
- 3.2. Объем Рынка
- 3.3. Темпы роста Рынка
- 3.4. Емкость Рынка

4. АНАЛИЗ ИГРОКОВ РЫНКА

- 4.1. Уровень конкуренции
- 4.2. Сегментация игроков рынка
- 4.3. Описание профилей крупнейших участников Рынка



- 4.4. Резюме по разделу
- 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК
 - 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
 - 5.2. Резюме по разделу
- 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК
 - 6.1. Описание потребителей на Рынке
 - 6.2. Потребительские предпочтения на Рынке
 - 6.3. Резюме по разделу
- 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
 - 7.1. PEST-анализ Рынка
 - 7.2. Основные тенденции и перспективы Рынка
 - 7.3. Риски и барьеры при выходе на Рынок
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
- ПРИЛОЖЕНИЕ 1



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Обзор ситуации на мировом рынке игрушек

По данным NPD Group, в 2010 году продажи на мировом рынке выросли на%, составив \$.... млрд. Рынок, по-прежнему, остается высококонцентрированным – более% всех продаж приходится на пять стран: США (\$... млрд.), Япония, Китай, Великобритания и Франция. NPD Group отмечает высокие темпы роста в странах БРИК –%. На 2011 год компания прогнозирует позитивные тенденции, как в целом на мировом, так и на развивающихся рынках¹.

Российский рынок лицензированных детских товаров

По оценке Агентства «РИО», объемы российского рынка лицензированных детских товаров оцениваются в млрд долларов в розничных ценах (при этом общемировой оборот лицензионной индустрии в 2009 году составил \$..... млрд.). Оценки лицензионного агентства «Мармелад Медиа» примерно такие же — млрд долларов. По данным Международной лицензионно-промышленной ассоциации (LIMA), в Европе порядка ...% рынка детских товаров составляют лицензионные продукты, в США — более ...%, а в России — всего%, зато с каждым годом этот показатель увеличивается².

По оценке компании «Дисней», продажи лицензионных товаров в России составляют% продаж лицензионной продукции в мире. По тратам на лицензионные товары на душу населения лидирующие позиции занимают США и Канада, Япония и Великобритания. Среднестатистический россиянин тратит на лицензионную продукцию \$.... в год, или всего ...% от среднего дохода на душу населения. Однако ежегодный рост российского

¹ http://www.npd.com/press/releases/press_110620.html

² <http://licensingrussia.ru/?p=605>



лицензионного рынка будет составлять%, и к 2020 году россиянин будет тратить на лицензионную продукцию в среднем рублей в год³.

По данным КОМКОН, наиболее популярные бренды у детей:

.....

.....

2. АССОРТИМЕНТ И СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

Ассортимент игрушек чрезвычайно многообразен и оснований для классификации может быть очень много. К самым распространенным классификациям относятся педагогическая, по возрасту ребенка, по материалу изготовления.

-

Товарная структура Рынка

Главной особенностью товарной структуры рынка игрушек остается доминирующее положение категории «мягкая игрушка». По данным компании inFOLIO Research Group, на мягкие игрушки приходится ...% продаж; еще ...% занимает игрушечная техника, при этом обе товарные категории в течение последних пяти лет сократили свои доли рынка на ...%.

Особой категорией игрушек являются компьютерные и видеоигры, которые, по мнению ряда экспертов, можно рассматривать как отдельный рынок. По данным inFOLIO Research Group на электронные игры приходится как минимум% всех продаж. Игрушками второго «эшелона» можно назвать развивающие игры и конструкторы, которые вместе занимают около% рынка, а также куклы с сопутствующими товарами, занимающие%. Наконец, ...% рынка удерживают производители игрушек для самых маленьких. Около одного процента составляет сегмент сборных моделей⁴.

³ <http://licensingrussia.ru/?p=2597>

⁴ <http://www.advertology.ru/article86107.htm>



Сегментация Рынка по торговой марке

На рынке игрушек велика доля небрендируемой продукции, произведенной в Китае. На китайский Nopame приходится порядка% рынка. На Рынке представлены и всемирно известные бренды с длинной историей: Барби, Lego, Трансформеры и т.п. Российские торговые марки игрушек, к сожалению, не отличаются высокой степенью узнаваемости. Важная особенность Рынка: лицензии. Зачастую не так важен бренд производителя, как привлекательность анимационных героев, героев и персонажей фильмов, книг и компьютерных игр.

Сегментация Рынка по стоимости продукции

Деление по ценовым сегментам также во многом зависит от страны-производителя игрушки. Китайский Nopame поставяет дешевую продукцию. Российские бренды, как правило, работают в «среднем» ценовом сегменте. Западные всемирно известные бренды – «средний» и «верхний» ценовой сегмент. Причем, например, продукция Hasbro на российском рынке порядка на 30% дороже, чем на европейском и американском. В компании это объясняют как таможенной пошлиной, так и спецификой сбытовой цепочки на Рынке.



3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

По данным «Ассоциации индустрии детских товаров», объем рынка товаров для детей в 2010 году оценивается в млрд. долларов. Интересно, что увеличение рождаемости на% увеличивает объем рынка в среднем на млн. рублей⁵.

Компания «Экспресс-Обзор» оценивает рынок детских товаров в млрд. руб. (без учета сегмента детской мебели), прирост по сравнению с 2009 –%. В 2011 году прогнозируется рост на%, а в последующие годы до 2014 – порядка% ежегодно⁶.

Производство и импорт на Рынке

По данным министерства промышленности и торговли РФ, в индустрии детских товаров действует предприятий⁷, из которых порядка% составляют малые и средние предприятия⁸. По данным Росстат по крупным и средним предприятиям, на 1 июня 2011 года в России действует производителей игр и игрушек⁹. По информации inFOLIO Research Group, в период кризиса отечественное производство игрушек снизилось на ...%. В 2010 году российские производители контролировали всего% рынка игрушек, европейские - ...%. Две трети всех продаж приходится на Китай¹⁰..

Объем Рынка

«Ассоциация индустрии детских товаров» оценивает объем сегмента игрушек в млрд. долл¹¹. По данным Росстата, оборот розничной продажи игрушек и игр в 2010 году составил млрд. руб., что на% выше, чем в 2009. В период с января по март 2011 года показатель составил млрд., что на% больше, чем аналогичный показатель прошлого

⁵ <http://rnta.ru/Presentation/Tsitsulina%2015.12.10.pdf>

⁶ <http://www.hse.ru/elmanagement/news/31632120.html>

⁷ <http://www.rdt-info.ru/201006031278/nado-li-razvivat-proizvodstvo-detskih-tovarov-v-rossii.html>

⁸ <http://www.minpromtorg.gov.ru/actions/business/0>

⁹ <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2715003>

¹⁰ <http://www.advertology.ru/article86107.htm>



года. Однако существует неравномерность в региональной динамике оборота розничной торговли. По данным Росстата, в 2010 году на Центральный федеральный округ пришлось более половины всех продаж игр и игрушек, причем только на Москву –%¹².

Темпы роста Рынка

По данным inFOLIO Research Group, кризис сказался на сегменте игрушек не так болезненно, как на других отраслях. Объем рынка в денежном выражении сократился на% (в основном за счет роста цен на зарубежную продукцию). Однако уже во втором полугодии 2009 года ситуация стала резко выправляться и рынок продемонстрировал%-ый рост по сравнению с первым (во многом за счет импорта). В 2010 году объемы продаж выросли на%. Компания прогнозирует, что в 2011 году¹³

Емкость Рынка

Потенциальную емкость Рынка «Ассоциация индустрии детских товаров» оценивает в млрд.рублей.

.....
.....

¹¹ <http://rnta.ru/Presentation/Tsitsulina%2015.12.10.pdf>

¹² <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBInet.cgi?pl=2704055>

¹³ <http://www.advertology.ru/article86107.htm>



4. АНАЛИЗ ИГРОКОВ РЫНКА

Уровень конкуренции

На сегодняшний день, можно говорить о том, что Рынок постепенно переходит от процесса формирования индустрии к процессу соревнования. Тем не менее, пока конкуренция происходит скорее между группами производителей: российские компании испытывают конкуренцию, как со стороны дешевых игрушек, китайского производства, так и со стороны известных западных брендов. Гиганты индустрии Habsro и Lego, на основе анализа собственных продаж в России, заявляют о увеличении инвестиций в развитие на российском рынке.

Сегментация игроков рынка

I. По типу компании:

1. Производственная компания: Нордпласт, Стеллар, Звезда и пр.
2. Производственно-сбытовая компания: ГК Гранд Тойз.

II. По специализации:

1. Производство товаров для детей: «Мир Детства», Красная звезда.
2. Производство игрушек: Кругозор ЗАО (Московский завод игрушек), Огонек, ЗАО (завод игрушек), Весна ОАО (г. Киров)

Таблица. Сегментация по специализацию и размеру, примеры компаний

Сегмент Размер	Пластмассовые игрушки	Мягкие игрушки	Сборные модели и настольные игры	Деревянные игрушки	Развивающие игрушки
Крупные					



Средние					
---------	--	--	--	--	--

Источник: Маркет Аналитика

Описание профилей крупнейших участников Рынка

«Нордпласт»

<http://www.nordplast.ru/>

О компании

Компания НОРДПЛАСТ (Санкт-Петербург) начала свою деятельность с 1993 года, в качестве торгово-закупочной фирмы «Тролль», которая осуществляла оптовые поставки в Россию детских игрушек из Гонконга, Южного Китая, Германии, Испании и Италии. В 1998 году для уменьшения затрат за счет снижения транспортных и таможенных расходов, было открыто собственное производство детских игрушек из пластмассы на базе оборудования Elite (Гонконг). В декабре 2005 года компания НОРДПЛАСТ переехала в собственное здание, площадью 16 тыс.кв.м., что позволило компании наращивать свои производственные мощности.

Компания НОРДПЛАСТ обладает современным парком оборудования для производства высококачественной продукции. В состав парка входят термопластавтоматы и дополнительное оборудование ведущих производителей Европы и юго-восточной Азии, такие марки как: «Mannesmann Demag», «Sandretto», «NegriBossi», «DEGA», «Elite», «Topfine».



Ассортимент выпускаемой продукции

НОРДПЛАСТ производит более 450 наименований детских игрушек (транспорт, песочные наборы, спортивные и зимние игрушки и т.п.), под торговыми марками «Нордпласт» и «Евролайн». Игрушки рассчитаны на детей в возрасте от 1 до 9 лет.

Стратегия развития

.....

География деятельности

Широкая дилерская сеть по России и СНГ. Кроме того, компания осуществляет поставки марок, приобретенных в 2005-07гг. на европейские рынки. При этом Константин Белоусов отмечает две основные сложности в работе с дальним зарубежьем: «там существует непонимание того, что в России вообще может что-то производиться»; и территориальный барьер: таможня, транспорт. Компания преимущественно работает в странах Восточной Европы.

«Звезда»

<http://www.zvezda.org.ru>

О компании

По оценкам экспертов «Звезда» контролирует порядка 70-75% российского рынка по сборным моделям; и входит в пятерку крупнейших игроков сегмента настольных игр (по собственной оценке компании).¹⁴

¹⁴<http://www.rdt-info.ru/201105122485/konstantin-krivenko-zvezda-kachestvo-vot-glavnaya-tendentsiya-na-rynke-detskih-tovarov.html>



Компания существует с 1990г. Первый набор игрушек был выпущен в 1991 году, причем в соответствии с международными стандартами. После этого компания обратилась к нескольким ведущим мировым производителям с предложениями о партнерстве. В результате началось сотрудничество с итальянской фирмой ITALERI. В 1993г. АО «Звезда» выиграла инвестиционный конкурс и приобрела Лобненскую фабрику пластмассовой игрушки, ставшей главной производственной базой предприятия.

С 2000 года началось создание и производство настольных игр. В 2008 году «Звезда» создала игру «Герои Мира», которая была издана на английском, немецком и французских языках и успешно вывела «Звезду» на международный рынок настольных игр.

Ассортимент выпускаемой продукции

Под торговой маркой «Звезда» ежегодно выпускается более 500 наименований продукции.

- Основное направление: сборные модели. Тематика: военная техника (историческая / современная), авиация, корабли, военно-исторические миниатюры, военно-тактические игры, игровая система «Звездный десант».
- Перспективное направление: настольные игры. На сегодняшний день «Звезда» выпускает более 80 настольных игр. Основную долю в продажах занимают лицензионные продукты, по лицензиям: ООО «Вимм-Билль-Данн», Продюсерский центр «Игра-ТВ», ЗАО «Централ Партнершип», Walt Disney Company Licensing, Twentieth Century Fox Licensing&Merchandising, MTV Networks, Tilsit Editions, DREAMWORKS ANIMATION.

География деятельности

Сборные модели и настольные игры от «Звезды» продаются во всех регионах России и ближнего зарубежья. Сборные модели ООО «Звезда» представлены официальными



дистрибьюторами более чем в 50 странах дальнего зарубежья: Австрия, Франция, Германия, Чехия, Италия, Япония, Корея, Польша, Испания, Швеция, Швейцария, США и др.

Финансовые показатели

.....

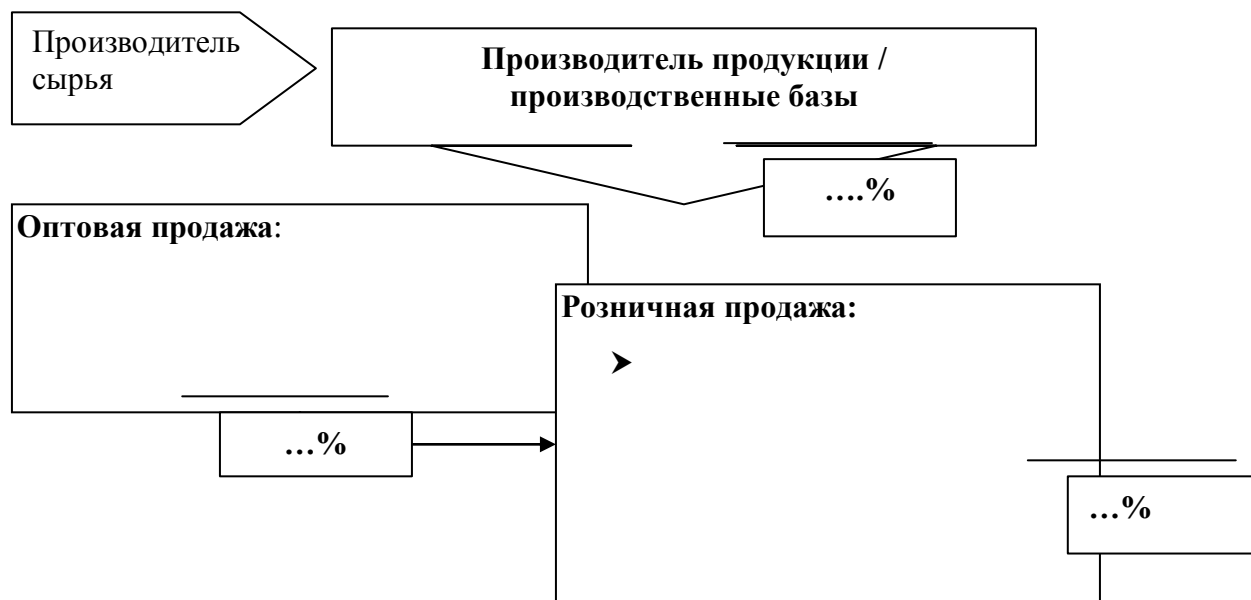
Стратегия развития

.....

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Цепочка движения товара. Игрушки российского производства



Источник: «Секрет Фирмы», МаркетАналитика

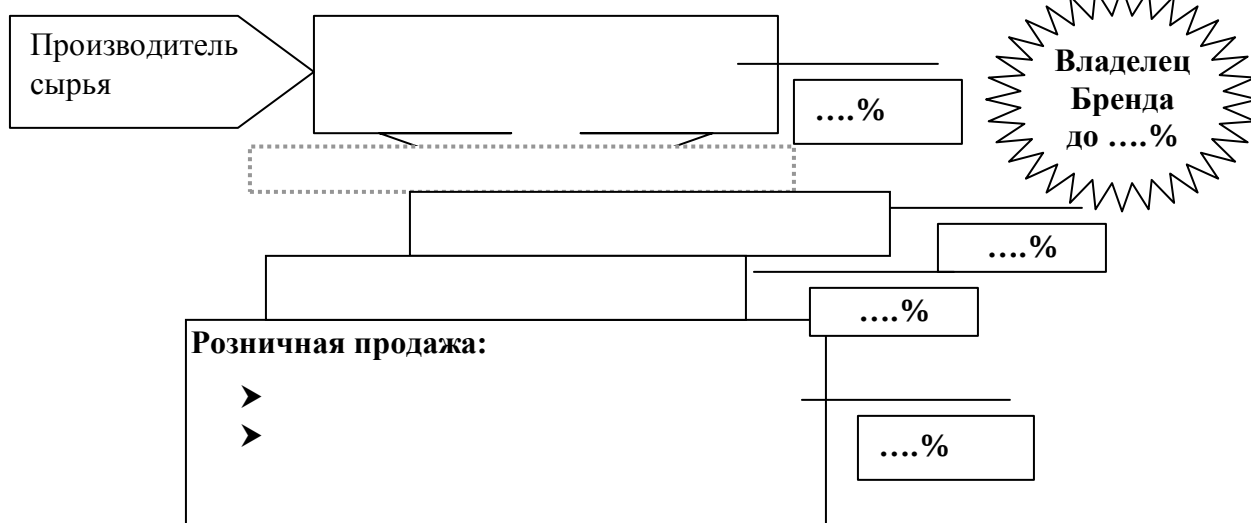


Схема. Цепочка движения товара. Игрушки Nopame китайского производства



Источник: «Секрет Фирмы», МаркетАналитика

Схема. Цепочка движения товара. Игрушки западных производителей



Источник: «Секрет Фирмы», МаркетАналитика

В таблице представлены основные существующие формы оптовой и розничной продажи на Рынке с указанием примеров компаний.

Таблица. Формы оптовой и розничной продажи на российском рынке детских игрушек



В-т	Формы оптовой и розничной продажи	Примеры компаний
Формы оптовой продажи		
1,3	Дистрибьютор / Официальный дистрибьютор	
1,2	Мелкооптовая компания / ИП	
Формы розничной продажи		
1,3	Специализированные сети по продаже детских товаров	
1,2,3	Супер/Гипермаркеты	
1,3	Киоски / Павильоны	
	Специализированные детские рынки	
1,2	Интернет-продажи (опт / розница; специализированные / мультикатегориальные)	

Источник: «Маркет Аналитика»

Таблица . Основные способы организации доставки продукции оптовыми компаниями на Рынке

Наименование компании	Способ организации доставки / Преимущества компании
ООО Компания «С-тойз»	
ООО «Юнитойс-М»	



«ТНГ игрушки»	
ООО «Союз-Игрушки»	
«Сакс»	

Источник: «Маркет Аналитика»

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК

Потребительские предпочтения на Рынке

Основными покупателями игрушек являются родители, имеющие детей до 6 лет, в несколько меньшей степени - родители младших школьников 7-9 лет. Подростков игрушки интересуют меньше всего.

.....

Таблица 6. TOP 10 игрушек 2010 года

Топ 10 девочки	
1	Куклы типа Winx, Moxie, Рапунцель, Barbie
2	
3	
4	
5	



6	
7	
8	
9	
10	
Топ 10 мальчики	
1	Игровые наборы типа Bakugan, CHAP MEI
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Источник: Ассоциация индустрии детских товаров, 2010

Покупатели детских товаров руководствуются, прежде всего, критерием качества, а не ценой, как это происходит в сегменте товаров для взрослых. Критерий безопасности остается одним из важнейших при выборе мамами товаров для детей.

Таблица. Факторы выбора детских игрушек, %

% отметивших 9-10 по 10-бальной шкале	Наиболее важно
Безопасность ребенка	
Нравится ребенку	
Развивающие функции	
Экологически чистые материалы	
Соответствует возрасту ребенка	



Хороший дизайн	
Доступная цена	
Долговечность	
Страна-производитель вызывает доверие	
Марка, производитель вызывает доверие	
Легко найти в продаже	
Известная марка, производитель	
Рекомендуют друзья, родственники	
Привлекательная реклама	

Источник: Ассоциация индустрии детских товаров, 2010

По данным компании «Детский мир», критерии выбора места покупки следующие:

-
-

Таблица. Наиболее часто покупаемая лицензионная продукция – TOP 5 брендов (для девочек 6-11 лет)

	Москва	Регионы
Winx		
Barbie		
Hello Kitty		
Disney Princess		
Bratz		

Источник: РИО Лицензия



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции и перспективы Рынка

- Увеличение инвестиций в российское производство: строительство предприятий по производству детских товаров в Томске, Тольятти, Санкт-Петербурге, в Московской области, в Ростове-на-Дону
-
- ...
- ...
- ...

Риски и барьеры при выходе на Рынок

Основные барьеры и причины, сдерживающие эффективное развитие отрасли игровой продукции:

- Недостаточность мер охраны интеллектуальной собственности и борьбы с пиратством
-
-
-



ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2010 гг. в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Индексы промышленного производства за период 2005-2010 гг., (в % к предыдущему году)

Диаграмма 3. Индексы потребительской уверенности за период 2007-2011 гг. (%)

Диаграмма 4. Индексы потребительских цен в 2010-2011 гг. (в % к предыдущему месяцу)

Диаграмма 5. Индексы потребительских цен на игрушки в 2010-2011 гг. (в % к предыдущему месяцу)

Диаграмма 6. Динамика численности безработных и уровня безработицы в 2004-2010 гг.

Диаграмма 7. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2009-2010 гг., % к соответствующим периодам 2008-2009 гг.

Диаграмма 8. Динамика оборота оптовой торговли за 2009-10 гг. (в % к среднемесячному значению 2008 года)

Диаграмма 9. Динамика оборота розничной торговли за 2009-11 гг. (в % к среднемесячному значению 2008 года)

Диаграмма 10. Структура рынка детских игрушек, доля продаж по видам, %

Диаграмма 11. Динамика рынка детских товаров в 2007-2010 гг. и прогноз до 2014 г.

Диаграмма 12. Структура рынка по странам-поставщикам, %

Диаграмма 13. Географическая структура продаж, в стоимостном выражении, %

Диаграмма 15. Форматы розничной торговли детскими игрушками, %

Таблица 1. Основные показатели прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на 2010-2014 годы

Таблица 2. Сегментация по специализацию и размеру, примеры компаний

Таблица 3. Формы оптовой и розничной продажи на российском рынке детских игрушек

Таблица 4. Основные способы организации доставки продукции оптовыми компаниями на Рынке

Таблица 5. Финансовые результаты в 2007-11 гг ГК «Детский мир», млн. руб.

Таблица 6. TOP 10 игрушек 2010 года

Таблица 7. Факторы выбора детских игрушек, %



Таблица 8. Наиболее часто покупаемая лицензионная продукция – TOP 5 брендов (для девочек 6-11 лет)

Таблица 9. PEST-анализ российского рынка кофе

Схема 1. Цепочка движения товара. Игрушки российского производства

Схема 2. Цепочка движения товара. Игрушки Noname китайского производства

Схема 3. Цепочка движения товара. Игрушки западных производителей

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU