



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

Москва, январь 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Понятие продукции

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Описание отрасли

1.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

1.5. Влияющие рынки

1.6. Смежные рынки

1.7. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

2.1. Сегментация по половозрастным характеристикам детей

2.2. Сегментация по типу одежды

2.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

2.4. Сезонность на Рынке

2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

3.1. Производство на рынке

3.2. Объем импорта

3.3. Объем и темпы роста рынка

3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Основные игроки в производстве на рынке

Компания «Мир детства»



Компания «Gloria Jeans»

Компания «Sela»

Компания «Benetton»

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Дистрибуция на рынке

5.3. Оптовый сегмент рынка

5.4. Розничный сегмент рынка

Сегментация розницы

5.5. Основные игроки розничного сегмента

Компания «Детский мир»

Компания «Rikki-Tikki»

Компания «Mothercare»

Компания «Кораблик»

Компания «Кенгуру»

5.6. Основные каналы продвижения на рынке

5.7. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

6.1. Описание потребителей на Рынке

B2B рынки

B2C рынок

6.2. Объем потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Тенденции рынка

7.2. Перспективы развития рынка

7.3. STEEPLE-анализ рынка



7.4. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Численность населения РФ по федеральным округам в 2004-2010г.г., чел.

Приложение 2. Численность постоянного населения по возрасту на 1 января в 2007-2010г.г., человек

Приложение 3. Половозрастная структура населения на 1 января 2009г., тыс. человек

Приложение 4. Распределение населения по федеральным округам на 1 января 2010г.



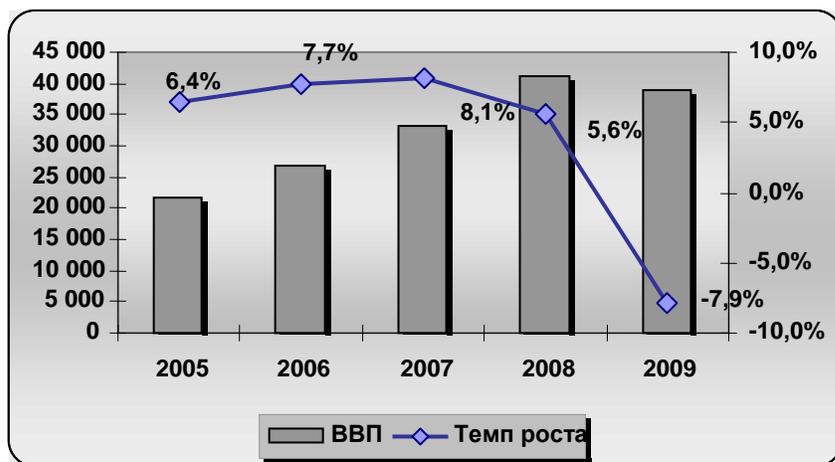
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Рынок детской одежды в России является на данный момент одним из самых перспективных и наиболее развитых рынков. Развитие данного Рынка сопровождается активным ростом и обострением конкурентной борьбы между производителями и ритейлерами. На сегодняшний день на российском рынке детской одежды наряду с зарубежными игроками все более прочные позиции занимают отечественные игроки.

Российский рынок детской одежды как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.



Источник: ФСГС, Минэкономразвития РФ, 2010 г.

- Уровень инфляции

В ноябре 2010г. **индекс потребительских цен** составил 0,5%, за период с начала года - 7,3% (в ноябре 2009г. - 0,3%, за период с начала года - 8,4%).¹ В ноябре в 4 субъектах Российской Федерации прирост потребительских цен составил 1,2% и более. Заметнее всего цены и тарифы выросли в Курской и Липецкой областях - на 1,6%, в результате увеличения тарифов

¹ Источник: «ФСГС РФ» - «Об индексе потребительских цен в ноябре 2010г.»



на услуги на 4,4% и 4,2% соответственно.

- Уровень доходов населения
...
- Численность экономически активного населения
....
- Розничная торговля
...
- Демографические показатели

К смежным рынкам относятся рынок детских товаров и рынок одежды.

- Объем отечественного **рынка товаров для детей** в 2010г. увеличится на ...% и достигнет отметки в ... млрд. руб., а к 2015г. объем рынка должен составить более 700 млрд. руб.
- Сегмент детской одежды занимает около ...% отечественного **рынка одежды**
.....

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Рынок детской одежды можно сегментировать по нескольким характеристикам:

1. по возрасту
2. по полу
3. по типу одежды
4. по специфике потребления
5. по виду материалов
6. по цене

На рынке детской одежды общепринята следующая **ценовая сегментация**:²

² Источник: Газета «РБК daily» от 11.06.2010г.



- Нижний ценовой сегмент (масс-маркет) (до \$20)
- Средний и верхний масс-маркет (\$21-40)
- Премиум (свыше \$100)

Причем наиболее емким является низкий ценовой сегмент, на долю которого приходится около ...%

Здесь представлена одежда китайских и турецких производителей, которая реализуется на вещевых рынках и специализированных детских ярмарках. Среди отечественных производителей в этом ценовом сегменте лидируют компании Глория Джинс и SELA

.....

Большая часть территорий РФ лежит в умеренном поясе, особенностью которого является наличие четырех сезонов: двух основных - холодного (зима) и тёплого (лето) и двух промежуточных - весна и осень. Соответственно в гардеробе у ребенка должна быть одежда на все сезоны.

.....

Чтобы не зависеть от погодных условий многие ритейлеры развивают систему региональных складов, таким образом, получая возможность быстро среагировать на возможные изменения спроса, вызванные резкой сменой погоды

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

В связи со спецификой производства в структуре российского рынка детской одежды можно выделить **3 основные группы товара:**

1. Одежда производителей из стран Юго-Восточной Азии, значительная часть которой является «серым» импортом.
2. Продукция отечественных фабрик, которая относится, в основном, к низкому и среднеценовому сегменту. Эта продукция представлена на вещевых ярмарках, торговых центрах, сетевых магазинах.

Импортная элитная детская одежда, представленная в дорогих бутиках и в сетевых магазинах верхнего ценового сегмента



.....
Таблица. Производство отдельных видов детской одежды в 2008-2009г.г.

Наименование	2008г.	2009г.	2009г. в % к 2008г.
Платья детские, тыс.шт.			
Юбки детские, тыс.шт.			
Колготки детские, тыс.пар			
Верхний трикотаж для детей, тыс.шт.			
Блузки детские, тыс.шт.			
Брюки детские, тыс.шт.			
Трикотажные изделия для детей, тыс.шт.			
Костюмы детские, тыс.шт.			
Детские пальто из натурального меха, шт.			
Бельевой трикотаж для детей, тыс.шт.			
Пальто, полупальто детские, тыс.шт.			
Сорочки верхние детские, тыс.шт.			
Куртки детские, тыс.шт.			

Источник: «ФСГС РФ», 2009г.

В 2009г. наблюдался **рост производства** по следующим видам детской одежды:³

- ... (+55,2% по сравнению с 2008г.)
- ... (+11,1%)
- ... (+4,8%)

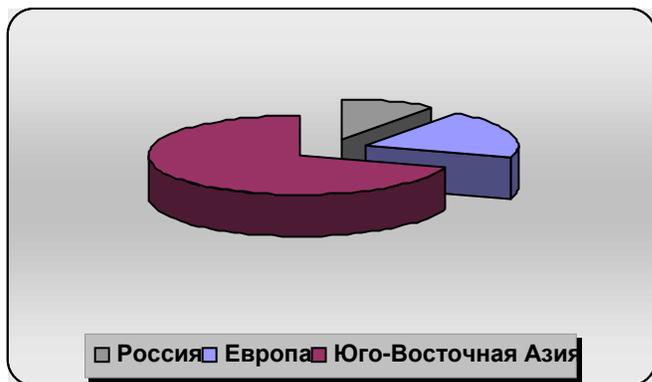
По данным FCG, в январе-июле 2010 г. по сравнению с соответствующим периодом 2009 г. текстильное производство увеличилось на ...%, производство одежды и выделка меха - на ...%, а в кожевенной отрасли производство возросло на ...%.

.....

³ <http://gks.ru>



Диаграмма. Соотношение доли отечественного производства и импорта на рынке детской одежды, %



Источник: «Ассоциация индустрии детских товаров», 2009г.

. По прогнозам компании FCG,⁴ в 2010г. импорт одежды составит ... млрд. евро.

.....

По данным ГК «Детский мир», объем российского рынка детской одежды в 2009г. составил ... млрд. руб.,⁵ что на ...% больше, чем в 2008г.

.....

Согласно прогнозам в 2010г. темп роста рынка останется на прежнем уровне, таким образом, по итогам года, объем рынка детской одежды составит ... млрд. руб., а к 2015г. рынок достигнет отметки в ... млрд. руб.

.....

Между тем, компания Fashion Consulting Group (FCG) более высоко оценивает отечественный рынок детской одежды, учитывая теневой сектор.

⁴ www.fashionconsulting.ru

⁵ Источник: РИА «Новости» от 14.07.2010г.



Рынок детской одежды отличается высоким уровнем конкуренции, причем отечественные предприятия вынуждены конкурировать как между собой, так и с производителями юго-восточного региона, в основном это китайские производители.

Основными параметрами конкуренции между производителями детской одежды являются:

- Финансовые показатели
- Географический охват
- Ассортимент
- Качество продукции

Компании, представленные на рынке можно сегментировать по следующим основаниям:

1. Сегментация на основе специализации

- Компании, имеющие собственное производство (SELA, Gloria Jeans, Мир Детства, Benetton)
- Компании, имеющие только розничный ритейл (Детский мир, Mothercare, Кораблик, Rikki-Tikki)

2. Сегментация на основе представленных брендов

- монобрендовые магазины известных производителей (SELA, Gloria Jeans)
- мультибрендовые игроки, работающие в определенной нише с некоторой специализацией: товары для беременных, кормящих и малышей (Кенгуру, Mothercare).
- универсальные мультибрендовые магазины (Детский мир, Кораблик).

3. Сегментация по ассортименту продукции

- товары для новорожденных и детей дошкольного и младшего школьного возраста. (Кенгуру, Mothercare)
- Продукция для всех возрастных групп (Детский мир)



КОМПАНИЯ «МИР ДЕТСТВА»

Сайт: www.mirdetstva.ru

О компании

Компания «Мир детства» создана в 1994 году. На всей территории России и в странах СНГ представлена продукция компании «Мир детства» под одноименным брендом, а также под торговыми марками «Этти-Детти» (коллекционная одежда для детей до 10 лет) и «Курносики».

В 1997 году, достигнув серьезных успехов в развитии, «Мир детства» стала выпускать товары для новорожденных под собственной одноименной торговой маркой. С 1999 года Компания активно расширяет ассортимент бренда «Мир детства» до таких сегментов как детская косметика, бытовая химия для ухода за детскими вещами, предметы безопасности пространства, детская одежда, коляски, игрушки. Следующим шагом в развитии компании стал последовательный вывод на рынок новых торговых марок:

- 2003 г. - бренд «Этти-Детти» – коллекционная одежда для детей до 7 лет
- 2004 г. - «Курносики» – недорогая качественная продукция для детей до 2 лет
- 2005 г. - «Disney baby» – лицензионная серия товаров для новорожденных с любимыми героями диснеевских мультфильмов

География деятельности

Продукция представлена на всей территории России – от Калининграда до Владивостока, – а также в ряде стран СНГ.

«Мир детства» распространяет свою продукцию через дистрибьюторскую сеть (43%), на фармацевтические сети (34%), через специализированные детские магазины (12%), через универсальные магазины (11%). Компания ориентирована на развитие специализированных сетей.



Дистрибьюторская сеть компании включает более 2000 партнеров по всей территории России, а также стран СНГ. Продукцию компании «Мир детства» распространяет более 15000 розничных предприятий.

.....

Показатели деятельности

- Наибольшая доля продаж приходится на товары для новорожденных. Далее – косметика, игрушки, одежда, коляски, бытовая химия.
- В 2009г. выручка компании «Мир детства» составила ... млрд. руб. (с НДС).

Ассортимент

- Термобелье
- Куртки, ветровки
- Пальто, плащи
- Полукомбинезоны
- Джемперы, толстовки
- Жакеты, жилеты
- Водолазки
- Брюки, бриджи
- Блузки, рубашки
- Футболки, топы
- Шорты, юбки
- Колготки, носки
- Детские новогодние костюмы

Продукция компании «Мир детства» разделена на серии:

- Синяя серия – все для кормления (тарелки, чашки, слюнявчики)
- Зеленая серия – детская косметика



- Оранжевая серия – одежда
- Красная серия – игрушки

Планы развития

- Расширение ассортиментной линейки
- Экспансия в регионы
- Усиление рыночных позиций компании с точки зрения маркетинга и портфеля брендов

Преимущества

- Компания «Мир детства» тщательно контролирует качество своей продукции на всех этапах производства, добиваясь строгого соответствия установленным требованиям и ГОСТам.
- Многопрофильность компании, ориентированность на различные сегменты рынка детских товаров, что обеспечивает рост продаж.
- Гарантией безопасности продукции является сотрудничество с такими ведущими авторитетными учреждениями, как НИИ гигиены и охраны здоровья детей и подростков ГУ Научного центра здоровья детей РАМН; Федеральная служба в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека; орган по сертификации продукции и услуг «Учреждение «Центр СКС» др.

КОМПАНИЯ «SELA»

Сайт: <http://www.sela.ru>

О компании

Основанная в 1991 году компания Sela – один из признанных лидеров одежды в стиле casual. Первый фирменный магазин SELA был открыт в России в Санкт-Петербурге в 1997 году.

.....



**Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших производителей
российского рынка детской одежды**

Название компании	Год основания	География	Ассортимент	Основные финансовые показатели	Доля на Рынке	Планы по развитию	Преимущества
<i>Мир Детства</i>							
<i>Gloria Jeans & Gee Jay</i>							
<i>«Медицина»</i>							
<i>Sela</i>							
<i>Benetton</i>							

Источник: «Маркет Аналитика»

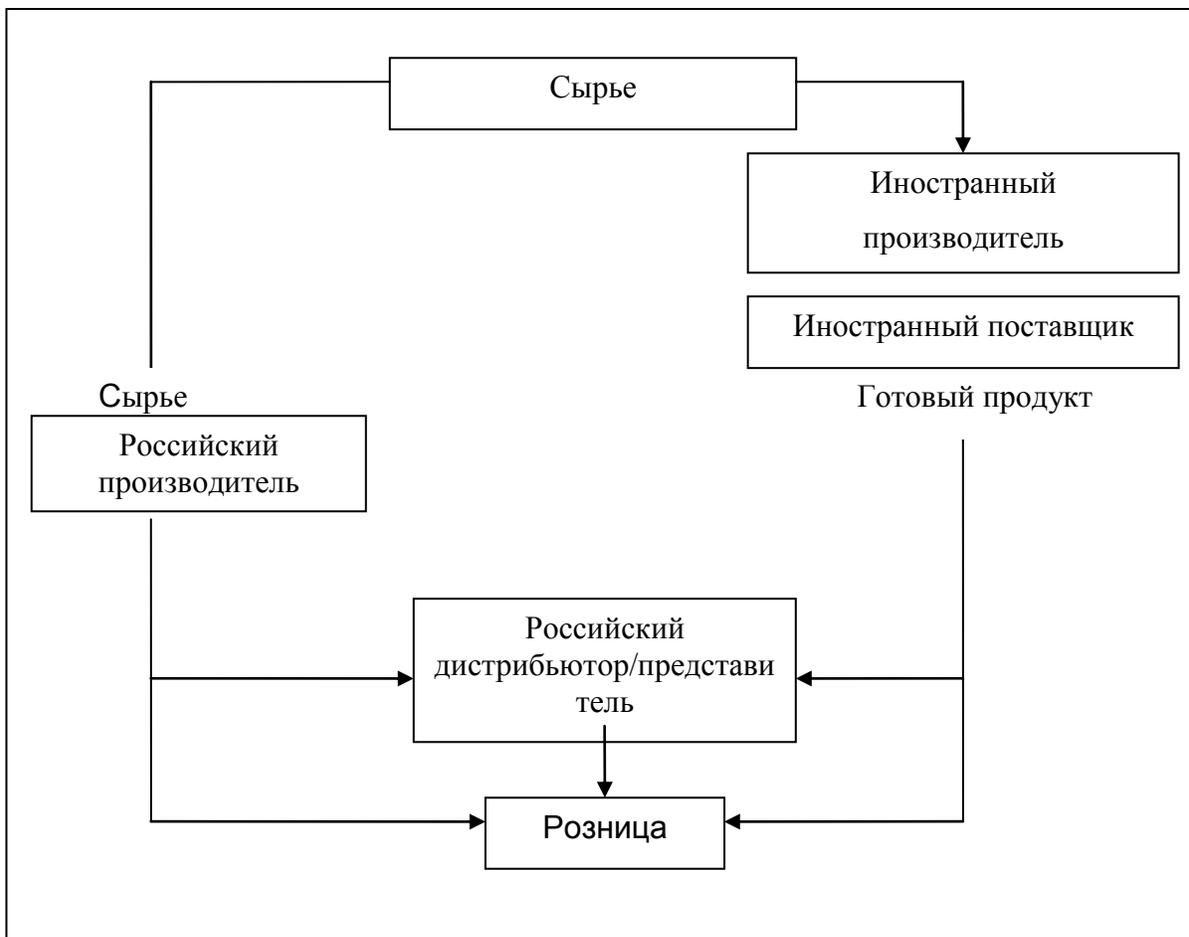
ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ

Среди основных сегментов участников можно выделить:

- Производителей сырья
- Производителей продукции
- Дистрибьюторов продукции
- Ритейлеров



Схема. Сбытовая структура рынка детских товаров



Источник: «Маркет Аналитика»

Розничный сегмент можно сегментировать по следующим основаниям:

1. Ценовая сегментация

- Сети эконом-класса
- Сети среднего ценового сегмента
- Сети премиум сегмента

2. Сегментация на основе представленных брендов

- Монобрендовые магазины известных производителей («Mothercare»)



- Игроки, работающие в определенной нише с некоторой специализацией: товары для беременных, кормящих и малышей («Кенгуру»).
- Универсальные мультибрендовые магазины («Детский мир», «Кораблик»).

3. Сегментация на основе специализации компании

- Товары для новорожденных товары для новорожденных и детей дошкольного и младшего школьного возраста. («Mothercare»)
- Продукция для всех возрастных групп («Детский мир»)

4. Сегментация по формату торговли

- Специализированные детские магазины
 - Гипермаркеты
 - Универсальные магазины
 - Вещевые рынки/Ярмарки
 - Интернет
-

КОМПАНИЯ «ДЕТСКИЙ МИР»

Сайт: www.det-mir.ru

О компании

«Детский мир» – один из крупнейших в мире розничных магазинов детских товаров. Открывшийся в Москве 5 июня 1957 года, «Детский мир» и по сей день считается самым крупным в Европе магазином детских товаров. Товарооборот универмага уже в первый год существования составил 93 миллиона рублей

С момента существования «Детский мир» выступал законодателем детской моды. «Детский мир» инициировал разработки и производства самых разнообразных товаров для детей, от обуви и школьной формы до наборов инструментов для уроков труда. Например, в 50-х



годах, по инициативе директора, в магазине появились детские колготки вместо привычных чулочков на резинках. «Детский мир» активно налаживал контакты с заграничными производителями. Именно в «Детском мире» в 70-80-х продавались чехословацкие туфельки, финские комбинезоны, шубки, свитера.

Летом 2000 года появилась идея объединить разрозненные торговые точки и начать строительство национальной сети под названием «Детский мир» с флагманским магазином на Лубянке. С этого времени «Детский мир» расширяет свое присутствие не только в Москве, но и в регионах России. По собственному определению компании, формат «Детского мира» относится к формату One-Stop-Shop: компания предлагает весь ассортимент детской продукции в одном месте. Закрытие магазина на Лубянке не оказало негативного воздействия на продажи — благодаря активному маркетингу и наличию точек во всех округах столицы компания смогла сохранить клиентов.

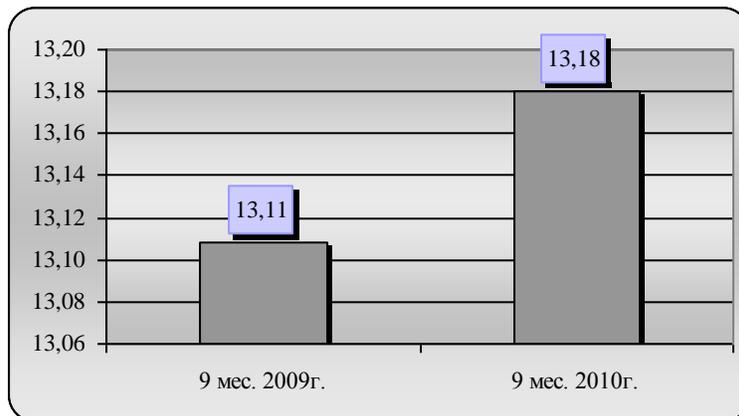
Головная компания Группы – ОАО «Детский мир – Центр», более 99% акций которого принадлежит ОАО АФК «Система».

Показатели деятельности

«Детский мир» входит в рейтинг деловой прессы «Топ-50» российских розничных компаний и признан лидером среди ритейлеров по торговому обороту и ассортименту товаров для детей



Диаграмма. Выручка компании «Детский мир» за 9 мес. 2009-2010г.г., млрд. руб.



Источник: ГК «Детский мир», 2010г.

География деятельности

На сегодняшний день сеть «Детский мир» состоит из 126 магазинов в 65 городах России, точки представлены во всех городах-миллионниках. Только 40 магазинов находятся в Москве и Московской области, 11 – в Санкт-Петербурге.

В 2009 году группа «Детский мир» закрыла два магазина на Украине и отложила на неопределенный срок планы развития сети в этой стране.⁶

Ассортимент

В «Детском мире» представлен ассортимент товаров из 50000 наименований для детей всех возрастов от 0 до 16 лет, а также для беременных. Среди товаров можно найти одежду, обувь, игрушки, товары активного отдыха, видеоигры, товары для малышей, детское питание, товары для школы, развивающие игры, косметика, книги, DVD, CD, карнавальные снаряжения.

Преимущества

- Авторитет с советских времен

⁶ <http://www.retail.ru/news/38485/>



- Узнаваемый бренд, внушающий доверие потребителям
- Многочисленная сеть магазинов по всей России
- Высокие объемы продаж
- Устойчивое положение лидера на рынке

Планы развития

- Развитие социально-ответственного бизнеса
- Развитие собственной логистической сети
- Достижение максимальной эффективности товарооборота
- Увеличение доли на рынке

КОМПАНИЯ «РИККИ-ТИККИ»

Сайт www.rikki-tikki.ru

О компании

Сеть магазинов Rikki-Tikki была создана в 2001 году. Компания работает в трех направлениях: региональная дистрибуция (оптовые продажи), собственная сеть розничных магазинов, франчайзинг.

Одежда представлена тремя основными торговыми марками: Krickets (Канада), Coccodrillo (Польша), Rikki-Tikki (Россия).

Ассортимент

- одежда для новорожденных
- детские куртки
- детские платья
- детская европейская верхняя одежда,
- зимняя детская одежда для девочек и мальчиков,
- детская праздничная одежда,



- пуховики подростковые,
- комбинезоны для новорожденных,
- куртки для детей и многие другие товары.

География деятельности

По данным сайта компании, в настоящее время действует более 32 магазинов Москве, а также по всей России от Калининграда до Южно-Сахалинска.

.....

Таблица. Сравнительная характеристика игроков рынка детской одежды

Название компании	Год основания	География	Ассортимент	Основные финансовые показатели	Доля на Рынке	Планы по развитию	Преимущества
<i>Детский Мир</i>							
<i>Rikki-Tikki</i>							
<i>Кораблик</i>							
<i>Mothercare</i>							
<i>Кенгуру</i>							

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

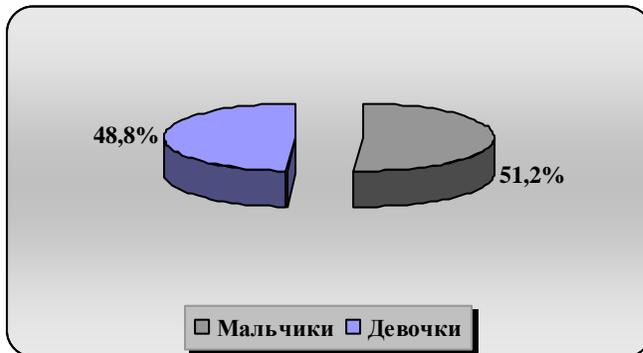
Потребителями детских товаров являются дети, а покупателями – взрослые. По данным «ФСГС РФ», на 1 января 2010г., в России насчитывалось около 26 млн. детей в возрасте до 17 лет включительно. Всего же в РФ проживает, по состоянию на 1 января 2010г. – 141,9 млн. человек, из которых 103,73 млн. проживает в городе, а 38,22 млн. в сельской местности.

Потребителей детской одежды можно сегментировать по следующим характеристикам:

- по полу ребенка



Диаграмма. Сегментация потребителей детской одежды по полу в 2009г., %



Источник: Маркет Аналитика, по данным ФСГС, 2010г.

- по возрасту ребенка
- по количеству детей
- по месту проживания детей

Наибольшее количество детей, в возрасте до 18 лет, проживает в Центральном и Приволжском федеральных округах.

- По психографическим характеристикам

Можно выделить **4 основных сегмента потребителей**, в зависимости от того, как и кем принимается решение о покупке - родителями, родителями совместно с детьми, преимущественно самими подростками, или подростками самостоятельно.

- По уровню доходов.

.....

Зависимость спроса на детские товары от цен и уровня доходов семьи не столь высока, поскольку детская одежда, игрушки и прочие товары требуют постоянного обновления.

По данным Espeg Group,⁷ в 2010 г. траты на детскую одежду в семье с одним ребенком составят ... тыс. руб. в год.

.....

Как правило, при выборе одежды, потребители ориентируются на следующие **критерии**:

⁷ Источник: Журнал ESPER TIMES №28 от 30.11.2010г.



- Фасон одежды
- Цветовая гамма одежды
- Известность торговой марки
- Страна производитель
- Цена
- Качество ткани, изделия в целом

Покупателей группы эконом сегмента при выборе одежды интересует прежде всего цена.

.....

В зависимости **от возраста** ребенка можно выделить следующие **принципы выбора** одежды.⁸

- **До 3 лет**

.....

- **От 4 до 7 лет**

.....

- **От 8 до 12 лет**

.....

- **От 13 до 15 лет**

По данным ГК «Детский мир»⁹ большинство покупок совершается через:

- Неорганизованную розницу (рынки, ярмарки) – ...%
- Мультиформатные магазины – ...%
- Гипермаркеты – ...%

Сегмент Интернет-продаж активно развивается, его доля в общем объеме продаж составляет ...%

⁸ <http://kids-wears.ru>

⁹ Источник: «РИА НОВОСТИ» от 14.07.2010г.



STEEPLE-АНАЛИЗ РЫНКА

Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
	•
T	Технологические факторы
	•
E	Экономические факторы
	•
E	Факторы окружающей среды
	•
P	Политические факторы
	•
L	Правовые факторы
	•
E	Этические факторы
	•

Источник: «Маркет Аналитика»

Таки образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию Рынка можно отметить следующие:

.....

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются игроки рынка можно отметить:

.....

РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009гг., в текущих ценах, млрд. руб.
Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010г., % к предыдущему месяцу
Диаграмма 4. Уровень занятости в октябре 2010г., %
Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам (% от численности экономически активного населения)
Диаграмма 5. Оборот розничной торговли в 2006-2009г.г., трлн. руб.
Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли за период 2009-2010 гг., млрд. руб.
Диаграмма 7. Структура оборота розничной торговли в ноябре 2010г., %
Диаграмма 8. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в ноябре 2010г., %
Диаграмма 9. Численность населения РФ по федеральным округам, по состоянию на 1 января 2010г.
Диаграмма 10. Структура населения РФ с разделением на детей и взрослых в 2010г., %
Диаграмма 11. Общие коэффициенты рождаемости (число родившихся на 1000 человек), тысяч, 2004-2009 гг.
Диаграмма 12. Общий коэффициент рождаемости в РФ по ФО, 2009г., %
Диаграмма 13. Структура легкой промышленности по видам экономической деятельности, %
Диаграмма 14. Структура товарного выпуска продукции легкой промышленности, %
Диаграмма 15. Структура производства продукции легкой промышленности по федеральным округам. %
Диаграмма 16. Структура потребления продукции легкой промышленности, %
Диаграмма 17. Структура сырьевых ресурсов в производстве текстильной продукции, %
Диаграмма 18. Объем производства тканей в РФ в 2006-2010г.г., млн. кв.м
Диаграмма 19. Лидеры рынка текстиля, %, 2009 год
Диаграмма 20. Доли импорта в объеме сырьевых ресурсов текстильной и легкой промышленности, %
Диаграмма 21. Структура рынка товаров для детей в 2009г., % (в денежном выражении)
Диаграмма 22. Динамика рынка товаров для детей, млрд. руб.
Диаграмма 23. Основные каналы сбыта товаров для детей в 2009г., %
Диаграмма 24. Структура рынка одежды в 2009г., %
Диаграмма 25. Объем рынка одежды в 2008-2009г.г., млрд. евро
Диаграмма 26. Ценовая сегментация рынка детской одежды, %
Диаграмма 27. Соотношение доли отечественного производства и импорта на рынке детской одежды, %
Диаграмма 28. Динамика импорта одежды в 2007-2010г.г., млрд. евро
Диаграмма 29. Страны-импортеры текстиля и трикотажной одежды в 2009г., % (в денежном выражении)
Диаграмма 30. Объем рынка детской одежды в 2009-2010г.г. и прогноз на 2015г., млрд. руб.
Диаграмма 31. Динамика рынка в 2008-2010г.г., млрд. евро



- Диаграмма 32. Выручка компании «Детский мир» за 9 мес. 2009-2010г.г., млрд. руб.
- Диаграмма 33. Структура населения России по территориальному признаку, %
- Диаграмма 34. Сегментация потребителей детской одежды по полу в 2009г., %
- Диаграмма 35. Сегментация потребителей детской одежды по возрасту, %
- Диаграмма 36. Структура частных домохозяйств, состоящих из двух человек и более, %
- Диаграмма 37. Сегментация потребителей детской обуви по месту проживания на 1 января 2010г., %
- Диаграмма 38. Структура ежемесячных расходов на детские товары, %
- Диаграмма 39. Средне расходы на детскую одежду для одного ребенка, тыс. руб. в год
- Диаграмма 40. Основные каналы продаж детских товаров в 2009г., %

- Таблица 1. Число детей в РФ в возрасте от 0 до 14 лет в 2002-2010г.г., чел.
- Таблица 2. Производство основных видов продукции легкой промышленности в 2010г.
- Таблица 3. Производство отдельных видов детской одежды в 2008-2009г.г.
- Таблица 4. Ассортимент детской одежды компании «Gloria Jeans»
- Таблица 5. Объем выручки и валовой прибыли компании Gloria Jeans
- Таблица 6. Ассортимент детской одежды компании SELA
- Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших производителей детской одежды
- Таблица 8. Ценовая сегментация специализированных сетей детской одежды
- Таблица 9. Крупнейшие франчайзоры на рынке детской одежды в России
- Таблица 10. Сравнительная характеристика игроков рынка детской одежды
- Таблица 11. Отношение потребителей к различным видам рекламных каналов, %
- Таблица 12. Частные семейные домохозяйства по числу детей
- Таблица 13. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %
- Таблица 14. Риски и барьеры при выходе на рынок детской одежды

- Схема 1. Сбытовая структура рынка детских товаров
- Схема 2. Психографические сегменты потребителей детской одежды

- Приложение 1. Численность населения РФ по федеральным округам в 2004-2010г.г., чел.
- Приложение 2. Численность постоянного населения по возрасту на 1 января в 2007-2010г.г., человек
- Приложение 3. Половозрастная структура населения на 1 января 2009г., тыс. человек
- Приложение 4. Распределение населения по федеральным округам на 1 января 2010г.