



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.  
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ.  
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, ноябрь 2013



## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **I. ВВЕДЕНИЕ**

### **II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ**

#### **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА**

- 1.1. Понятие детской косметики
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Состояние отрасли
- 1.4. Новости Рынка
- 1.5. Резюме по разделу

#### **2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ**

- 2.1. Сегментация Рынка по типу косметики
- 2.2. Сегментация Рынка по возрастным группам детей
- 2.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке
- 2.4. Резюме по разделу

#### **3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ**

- 3.1. Объем и темпы роста рынка
- 3.2. Емкость Рынка
- 3.3. Объем производства и импорта
- 3.4. Резюме по разделу

#### **4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ**



4.1. Уровень конкуренции

4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Компания Bubchen

Компания Johnson&Johnson

Концерн Калина

Компания Невская косметика

Компания Свобода

Компания Мир детства

Компания Наша мама

4.3. Резюме по разделу

**5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ**

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание оптового сегмента

5.3. Описание розничного сегмента

Компания Детский мир

ЗАО Спецобслуживание: «Здоровый малыш», «Дети»

Сеть «Кораблик»

Сеть «Бегемот»

Дочки & Сыночки

5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.5. Основные каналы продвижения на рынке

5.6. Резюме по разделу

**6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ**

6.1. Описание потребителей на Рынке

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. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

## **IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**

Приложение 1. Численность населения РФ по федеральным округам в 2006-2013г.г., чел.

Приложение 2. Численность постоянного населения по возрасту на 1 января 2013 г., человек

Приложение 3. Половозрастная структура населения на 1 января 2013г., тыс. человек



## ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка детской косметики: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса.

### Задачи исследования

- Потенциал роста и динамика
- Объём и емкость рынков
- Структура рынков, сегменты рынков, смежные рынки
- Тенденции рынков и/или отдельных сегментов
- Выявление основных игроков на рынке (производителей брендов)
- Тенденции спроса на рынках

### Предмет исследования

Российский рынок детской косметики (далее Рынок).

### Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

### Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг



### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

#### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

##### 1.1. Показатели социально-экономического развития

###### Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд.руб.  
Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил \*\*\*\*\*%. Индекс-дефлятор ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил \*\*\*\*\*%.

**Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.**

.....

Источник: .....

Индекс физического объема ВВП относительно II квартала 2012г. составил \*\*\*\*\*%,  
относительно I квартала 2013г. - \*\*\*\*\*%

##### 1.2. Состояние отрасли

###### Рынок детских товаров

.....

##### 1.3. Новости Рынка

- .....



## 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

### 2.1. Сегментация Рынка по типу косметики

.....

### 2.2. Сегментация Рынка по возрастным группам детей

Диаграмма. Структура рынка детской косметики в зависимости от возраста ребенка, %

.....

Источник: .....

К сегменту детской косметики относятся гигиенические, лечебные, профилактические и декоративные средства по уходу за кожей, волосами и ногтями ребёнка в возрасте от ... до ... лет. По данным «Ассоциации индустрии детских товаров» (АИДТ), около \*\*% рынка приходится на косметику для детей в возрасте от рождения до трех лет.

### 2.3. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

#### Ценовая сегментация Рынка

На рынке детской косметики представлена как дешевая, так и дорогая продукция. Как правило, продукцию отечественных производителей отличают более низкие цены, в то время как зарубежные марки косметики представлены в дорогом сегменте.

Рынок детской косметики можно условно разделить на четыре **ценовых сегмента**:

- **Низкий ценовой сегмент**

Данный сегмент сочетает в себе невысокую цену и приемлемое качество. Продукцию данного сегмента предпочитает население с невысоким уровнем дохода. Наиболее известными производителями дешевой детской косметики являются российские фабрики: .....



- **Среднеценовой сегмент**

Продукция большинства отечественных производителей можно отнести к среднеценовой категории. Косметические средства данного сегмента выделяются современным дизайном и представлены в широком ассортименте. В данном ценовом сегменте представлена продукция следующих компаний:

○ .....

- **Высокий ценовой сегмент**

В данном сегменте в основном представлена продукция зарубежных производителей (.....).

- **Премиальный сегмент**

К премиальному сегменту относят продукцию западных производителей косметических линий (.....)

**Таблица. Стоимость детского шампуня, руб.**

| Марка шампуня                  | Цена,<br>руб. |
|--------------------------------|---------------|
| <b>Низкий ценовой сегмент</b>  |               |
|                                |               |
|                                |               |
|                                |               |
|                                |               |
| <b>Средний ценовой сегмент</b> |               |
|                                |               |
|                                |               |
|                                |               |
|                                |               |
| <b>Высокий ценовой сегмент</b> |               |
|                                |               |
|                                |               |
| <b>Премиальный сегмент</b>     |               |
|                                |               |
|                                |               |
|                                |               |

Источник: .....



Стоимость детского шампуня варьируется в следующем диапазоне:

- Низкий ценовой сегмент – до ... руб.
- Средний ценовой сегмент – от ... до ... руб.
- Высокий ценовой сегмент – от ... до ... руб.
- Премиальный сегмент – от ... руб.

### Ценообразование на Рынке

.....

## 3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

### 3.1. Объем и темпы роста рынка

В открытых источниках в основном представлены данные об объеме рынка товаров для новорожденных (ТДН), а также об объеме сегмента товаров детской гигиены, косметики и бытовой химии.

#### 1. Товары для новорожденных (от 0 до 3 лет)

**Диаграмма. Динамика рынка ТДН за 2009-2015г.г., млрд. руб.**

.....

**Источник:** .....

Согласно исследованию ГК «Детский мир», в 2012г. отечественный рынок товаров для новорожденных увеличился на \*% и составил ... млрд.руб. По прогнозам, в 2013г. продажи увеличатся на \*% до ... млрд. руб., а к 2015г. объем рынка достигнет отметки в ... млрд. рублей. Таким образом, в ближайшие 3 года темпы роста рынка составят около \*-\*%.

.....



### 3.2. Емкость Рынка

По данным «ФСГС РФ», в России на начало 2013г. проживало ... млн. детей в возрасте от ... до ... лет. Как мы отмечали ранее, на долю данной возрастной группы приходится около **80%** рынка детской косметики. Согласно исследованиям компании GFK, среднестатистическая российская семья тратит на детские товары (от 0 до 3-х лет) в месяц ... тыс. руб., из них на детскую косметику средства гигиены – ... руб. или ... тыс. руб. в год.

**Таблица. Исходные данные для расчета потенциальной емкости рынка**

| Параметры | Значения |
|-----------|----------|
|           |          |
|           |          |

Источник: .....

Соответственно, траты на косметику для детей в возрасте от 0 до 3-х лет могут достигать ... **млрд. руб.** или около ... млн. долл., что соответствует \*\*% рынка. В свою очередь, оставшиеся \*\*% рынка приходятся на сегмент детей в возрасте от 4 до 14 лет – ... **млрд.руб.** (... млн.долл.). Таким образом, по оценке специалистов «Маркет Аналитика», потенциальная емкость российского рынка детской косметики составляет около ... **млрд. руб.** или ... млн. долл.

Следуя оценке Росстата, на сегодняшний день в России проживает более ... млн. человек в возрасте до 17 лет, это около \*\*% населения. Прирост рождаемости на \*% прибавляет рынку в среднем ... млн. рублей.

### 3.3. Объем производства и импорта

В индустрии детских товаров задействовано ... промышленных предприятий, расположенных в ... субъектах Российской Федерации. По данным «ФСГС РФ» и «Минпромторг РФ», в 2012г. в России было произведено детских товаров на сумму ... млрд.



руб., из них **... млрд. руб.** (или **\*\*\*%**) приходятся на косметику и бытовую химию, средства гигиены и принадлежности.

**Диаграмма. Структура производства детских товаров в 2012г., % (в денежном выражении)**

.....

Источник: .....

Необходимо отметить, что отечественный рынок детской косметики и средств гигиены в основном формируется за счет импорта – **\*\*\*%** или **... млрд. руб.** (**\*\*\*%** - легальный импорт и **\*\*\*%** - контрафакт). В свою очередь, на долю отечественных производителей приходится лишь **\*\*\*%** рынка.

**Диаграмма. Доля импорта на рынке детской косметики и средств гигиены в 2012г., %**

.....

Источник: .....

Согласно «Стратегии развития индустрии детских товаров до 2020 года», доля отечественного производства к 2020г. должна увеличиться до **\*\*\*%**, соответственно доля импорта сократится до **\*\*\*%**.

**Диаграмма. Прогноз доли российского производства и импорта на рынке детской косметики и средств гигиены, %**

.....

Источник: .....



## 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

### 4.1. Уровень конкуренции

Последние актуальные данные, о доле крупнейших производителей на рынке детской косметики, были опубликованы несколько лет назад, так по данным Euromonitor, в список крупнейших производителей детской косметики входили:

- .....

**Диаграмма. Крупнейшие производители детской косметики, % (в денежном выражении)**

.....

Источник: .....

Таким образом, совокупная доля ... крупнейших производителей рынка составляет около \*\*%.

По данным «Невская косметика», в 2012г. на долю компании приходилось около \*\*% рынка средств по уходу за детской кожей, а среди основных конкурентов выделяются: .... В числе прочих производителей можно отметить: ....

### 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

#### Компания Bubchen

[www.buebchen.ru](http://www.buebchen.ru)

#### О компании



Компания Bubchen была основана в 1940г. аптекарем Эвальдом Гермесом. За более чем полувековую историю небольшое семейное предприятие превратилось в одного из самых узнаваемых в мире производителей косметических средств для мам и детей.

Косметика Bubchen производится в Германии на заводе Bubchen Werk Ewald Hermes Pharmazeutische Fabrik GmbH, принадлежащем компании Nestle. Завод Bubchen не имеет филиалов в других странах.

### География деятельности

Продукция компании распространяется по всему миру. В России детскую косметику под маркой Bubchen можно встретить в крупнейших сетевых магазинах, аптеках и в Интернет-магазинах.

### Ассортимент

Под маркой Bubchen выпускается огромный ассортимент детской косметики: средства для купания и умывания новорожденных и детей, разнообразные крема, присыпки, защитная косметика, влажные салфетки и многое другое.

### Показатели деятельности

На российском рынке детской косметики компания занимает порядка \*\*%.

### Преимущества

- .....

### Планы развития

- .....

### Компания Johnson&Johnson

[www.jnjru.ru](http://www.jnjru.ru)



## **О компании**

ООО «Джонсон & Джонсон» входит в группу компаний Johnson & Johnson – крупнейшего в мире производителя товаров для здоровья человека, лекарственных средств и медицинского оборудования. На территории России и стран СНГ продукция компаний Johnson & Johnson представлена с 1992 г. тремя направлениями:

### **1. Потребительская продукция**

Это одно из старейших и основных направлений деятельности Johnson & Johnson. Широчайшая известность и качество этой продукции являются плодом многолетней научно–исследовательской работы, разработки и использования передовых технологий компаний этого сектора.

### **2. Продукция для больниц**

Компании, работающие в этом направлении, специализируются на научных исследованиях, разработке и производстве продукции для больниц, используемой в медицинских учреждениях для диагностики, лечения и ухода за пациентами.

### **3. Фармацевтическая продукция**

Это направление представлено Janssen, фармацевтическим подразделением ООО «Джонсон & Джонсон, имеющим высокую репутацию среди врачей во всем мире. Компания осуществляет исследования и разработку новых, эффективных и сбалансированных по затратам лекарств, которые помогают больным улучшить качество жизни.

## **География деятельности**

Представительства компании расположены в следующих городах РФ:

- Москва
- Санкт-Петербург
- Екатеринбург



- Новосибирск
- Самара

Деловые партнеры присутствуют в странах СНГ

### Ассортимент

Компания Johnson & Johnson выпускает широкий ассортимент косметических и медицинских препаратов:

- Средства по уходу за детской кожей (JOHNSON'S baby)
  - Гигиенические средства
  - Средства по уходу за телом
  - Средства по уходу за полостью рта
  - и др.
- .....

### Показатели деятельности

- Объем реализации продукции Johnson & Johnson в 2012г. увеличился на \*\*% и составил ... млрд.руб.

**Диаграмма. Объем реализации продукции Johnson & Johnson в 2012г., млрд. руб.**

.....

Источник: .....

На российском рынке детской косметики компания занимает порядка \*\*%.

### Преимущества

- .....



Маркет  
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80  
E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)  
[www.marketanalitika.ru](http://www.marketanalitika.ru)

## Планы развития

.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших производителей рынка детской косметики

| Название компании | Дата основания | География | Направления деятельности | Ассортимент | Бренды | Показатели | Преимущества |
|-------------------|----------------|-----------|--------------------------|-------------|--------|------------|--------------|
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |
|                   |                |           |                          |             |        |            |              |

Источник: .....

## 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

### 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Цепочка движения товара на рынке детской косметики представлена на схеме.

#### Схема. Цепочка движения товара на Рынке

.....

Источник: .....

### 5.2. Описание оптового сегмента

Дистрибуторы детской косметической продукции условно подразделяются на четыре группы:

#### 1. Дистрибуторы детских товаров и косметики

.....

#### 2. Фармацевтические компании

.....

#### 3. Продавцы бытовой химии и средств гигиены

.....

#### 4. Дистрибуторы косметики и парфюмерии

.....

### 5.3. Описание розничного сегмента

Согласно данным ГК «Детский мир», основным каналом сбыта **детских товаров** в России за 2012г. были специализированные магазины, на долю которых приходилось \*\*% продаж (из них \*\*% - детские универмаги). Всего же на долю организованной розницы приходится



около \*\*% продаж. Также необходимо отметить неравномерность развития ритейла детских товаров, так если в Москве доля неорганизованной розницы составляет около \*%, то в восточной части страны этот показатель оценивается в \*\*-%%.

**Диаграмма. Каналы продаж детских товаров в 2012г., % (в денежном выражении)**

.....

Источник: .....

Что касается **товаров для новорожденных**, в том числе и детской косметики, то по оценке компании «GFK Русь», в городской местности РФ данная продукция реализуется по средствам следующих каналов сбыта:

- Детские магазины – \*\*%
- Хоз. магазины, павильоны, киоски – \*\*%
- Гипермаркеты – \*\*%
- Супермаркеты – \*\*%
- Аптеки – \*%
- и др.

При этом необходимо отметить, что в Москве доля детских магазинов составляет около \*\*%. В свою очередь в городах миллионниках основным каналом сбыта товаров для новорожденных являются хозяйственные магазины, павильоны и киоски – \*\*%.

.....



#### 5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

.....

#### 5.5. Основные каналы продвижения на рынке

.....

### 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

#### 6.1. Описание потребителей на Рынке

Потребителями детских товаров являются дети, а покупателями – взрослые. По данным «ФСГС РФ», на 1 января 2013г. в России проживало ... млн. детей в возрасте от ... до ... лет. Основными потребителями детской косметики являются дети в возрасте от ... до ... лет. (... млн. чел.). Дети в возрасте от ... до ... лет также потребляют косметические средства, однако спрос смещается в сторону декоративной косметики.

#### Диаграмма. Структура потребителей по возрастному признаку в янв. 2013г., %

.....

Источник: .....

Всего же в РФ проживает (по состоянию на 1 января 2013г.) – ... млн. человек, из которых ... млн. проживает в городе, ... млн. в сельской местности.

.....

#### 6.2. Объем потребления на Рынке

#### Диаграмма. Структура расходов на товары для детей (0-3 лет) за год, %

.....

Источник: .....



По данным компании GFK, потребительские расходы на товары для детей в возрасте от ... до ... лет составляют около ... тыс. руб./мес. (... тыс. руб./год), из них на долю детской косметики и средств гигиены приходится около \*% или ... руб./мес. (... тыс.руб./год).

### 6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

**Диаграмма. Частота посещения магазинов детских товаров в Москве в 2012г., %**

.....  
Источник: .....

Так, доля тех, кто еженедельно посещает магазины детских товаров значительно выше в семьях с детьми до 2 лет (\*\*%) и от 2 до 3 лет (\*\*%). По мере взросления ребенка частота походов в магазины сокращается и для семей с детьми в возрасте 12-14 лет она составляет – ... раз в 2 мес.

## 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

### 7.1. Основные тенденции Рынка

- .....

### 7.2. STEEPLE-анализ рынка

|          |                                                                                                               |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S</b> | <b>Социальные факторы</b>                                                                                     |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• (-)</li><li>• (+)</li><li>• (+)</li><li>• (+)</li><li>• (+)</li></ul> |
| <b>T</b> | <b>Технологические факторы</b>                                                                                |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• (+)</li><li>• (-)</li><li>• (+)</li></ul>                             |
| <b>E</b> | <b>Экономические факторы</b>                                                                                  |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• (+)</li><li>• (-)</li></ul>                                           |



|                                  |                          |
|----------------------------------|--------------------------|
| • (+)                            |                          |
| E                                | Факторы окружающей среды |
| • (-)                            |                          |
| P                                | Политические факторы     |
| • (+)<br>• (-)<br>• (-)<br>• (+) |                          |
| L                                | Правовые факторы         |
| • (+)<br>• (+ / -)               |                          |
| E                                | Этические факторы        |
| • (-)<br>• (+)<br>• (+)          |                          |

Источник: .....

Таким образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

- .....

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются производители можно отметить:

- .....

### 7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

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

.....



Маркет  
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80  
E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)  
[www.marketanalitika.ru](http://www.marketanalitika.ru)

**Рисками** для компаний, существующих на рынке, могут стать:

- .....

*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](mailto:info@marketanalitika.ru)*

*[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)*