



Маркет
Аналитика

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

Москва, февраль 2013



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 легкой промышленности
- 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 и экспорта
- 3.3. Объем и темпы роста рынка



3.4 . Емкость Рынка

3.5. 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

Франчайзинг в рознице

5.5. Основные игроки розничного сегмента

Компания «Детский мир»

Компания «Rikki-Tikki»

Компания «Mothercare»

Компания «Кораблик»

Компания «Кенгуру»

5.6. Резюме по разделу



6. Основные каналы продвижения на рынке

6.1. Резюме по разделу

7. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

7.1. Описание потребителей на Рынке

B2B рынки

B2C рынок

7.2. Объем потребления на Рынке

7.3. Потребительские предпочтения на Рынке

7.4. Резюме по разделу

8. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

8.1. Тенденции рынка

8.2. Перспективы развития рынка

STEEPLE-анализ рынка

8.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Численность населения РФ по федеральным округам в 2004-2012г.г., тыс. чел.

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

Приложение 3. Половозрастная структура населения в 2010г., человек

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



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

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

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок детской одежды (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 изучаемой продукции



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

1.1. Показатели социально-экономического развития

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

Объем ВВП России за I квартал 2012г. в текущих ценах составил ... млрд. рублей. Индекс его физического объема относительно I квартала 2011г. составил *****%, относительно IV квартала 2011г. - *****%. Индекс-дефлятор ВВП за I квартал 2012г. по отношению к ценам I квартала 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2005- июнь 2012 гг. в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

.....

1.2. Описание отрасли легкой промышленности

Производство

По данным «Минэкономразвития РФ», в январе-ноябре 2012 г. индекс текстильного и швейного производства составил *****%, производства кожи, изделий из кожи и производства обуви – *****%, в том числе в ноябре 2012 г. к октябрю 2012 г. – *****% и *****% соответственно.

Таблица. Производство основных видов продукции легкой промышленности в 2011г.

Наименование продукции	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь-ноябрь 2012 г. в % к январю-ноябрю 2011 г.



Ткани хлопчатобумажные, млн. кв. м													
Шерстяные ткани, млн. кв. м													
Трикотажные изделия, млн. шт													
Обувь, млн. пар													

Источник:

.....

1.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

.....

1.4. Влияющие рынки

.....

1.5. Смежные рынки

.....

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

Диаграмма. Ценовая сегментация рынка детской одежды 2012, %

.....

Источник:

Наиболее емким сегментом рынка является **низкий ценовой сегмент**, на долю которого приходится около **% рынка. 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. В качестве основного критерия выбора детской одежды нижнего ценового сегмента выступает цена.

.....

2.4. Сезонность на Рынке

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

3.1. Производство на рынке

По данным «ФСГС РФ» в 2009г. наблюдался **рост производства** по следующим видам детской одежды:

- Платья (*****% по сравнению с 2008г.)
- Юбки (*****%)
- Колготки (****%)

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:

.....

3.2. Объем импорта и экспорта

По данным ФТС РФ импорт детской одежды и принадлежностей к ней практически не изменился в 2012 г., его рост составил *% по сравнению с 2011 годом.

Диаграмма. Динамика импорта детской одежды и принадлежностей к ней в 2011-2012 г.г., млн. долл.

.....

Источник:

В 2012 году объем импорта детской одежды и принадлежностей к ней составил ... млн. долл.

3.3. Объем и темпы роста рынка

Компания Esper Group оценивает отечественный рынок детской одежды в ... млрд. евро. По ее данным рынок вырос на ****% в 2011 году по сравнению с 2010 годом .

Диаграмма. Динамика рынка детской одежды в 2008-2012 г.г., млрд. евро

.....

Источник:



По прогнозу Esper Group, в 2013 году объем рынка детской одежды в России составит ... млрд. евро.

3.4 . Емкость Рынка

Согласно данным «ФСГС РФ» на 1 января 2010г. в России проживало около ... млн. детей в возрасте до 18 лет. В среднем семья с одним ребенком тратит на покупку детской одежды более ... тыс. руб. в год. Соответственно, емкость рынка детской одежды составляет ... млрд. рублей.

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

Диаграмма. Структура рынка детской одежды по игрокам в 2011 году
.....

Источник:

Основные игроки российского рынка детской одежды — «Мир детства» (доля —**%), «Глория Джинс» (**%), «Адидас» (**%), Inditex-Zara, Bershka, Massimo Dutti и др. (**%).

4.2. Сегментация игроков рынка

.....

4.3. Основные игроки в производстве на рынке

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
- В 2011 году в подмосковном городе Королеве запущен собственный производственный модуль «МД Пром» - для выпуска детских бутылочек и сосок.
- В 2012 году компания «Мир детства» начала продажу товаров для детей известных американских торговых марок Munchkin, Pura и испанской детской посуды компании Stor.

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.

В 2012 году был открыт свой собственный интернет-магазин www.md-shop.ru.



Дистрибьюторская сеть компании включает более 6500 оптовых покупателей по всей территории России, а также стран СНГ. Продукцию компании «Мир детства» распространяет более 15000 розничных предприятий.

Среди клиентов – крупные региональные дистрибьюторы, розничные фармацевтические, универсальные и специализированные сети, такие как «СИА Интернэшнл», ЦВ «Протек», «АСК», «Аптечная сеть 03», «Эркафарм», «Ригла», «Ашан», «Метро», «Спар ритэйл», «Седьмой континент», «Кораблик», «Детский мир» и др.

Ассортимент

В ассортимент входит 750 наименований товаров для детей и 150 наименований товаров хозяйственно-бытового назначения. Среди них:

- 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

.....



Преимущества

-

Компания «Gloria Jeans»

Сайт компании: <http://gloria-jeans.ru>

О компании

Корпорация Gloria Jeans - уникальное российское предприятие с мировым именем. Создает и производит лидирующий на российском рынке продукт, применяет собственную систему менеджмента, развивает дистрибутивную сеть, опережая все мировые компании и марки в своей рыночной нише. Компания выпускает 6 коллекций в год.¹

Головной офис находится в Ростове-на-Дону. В производстве «Глория Джинс» работает 6500 человек². Владеет 33 фабриками, большинство из которых расположено в Ростовской области (Шахты, Новошахтинск, Гуково, Зверево, Миллерово, Сальск, Усть-Донецк, Каменск-Шахтинский, Красный Сулин, Донецк, Пролетарск, Егорлыкская, Шолоховская, Песчанокопское, Белая Калитва, Морозовск, Обливская, Зимовники, Кашары, Чертково, Целина, Зерноград). Также запущено предприятие в Волгоградской области (Суровикино). Еще одна фабрика находится в городе Прохладный (Кабардино-Балкарская Республика). Активно развивается производство на Украине: восемь предприятий в Луганской области (Луганск, Белокуракино, Красный Луч, Рубежное, Старобельск, Первомайск, Беловодск, Червонопартизанск) и одна фабрика в Донецкой области (Снежное). В Шахтах расположен основной распределительный склад Компании.

Цель компании - предложить покупателям высококачественную модную продукцию по существенно более низким ценам, чем конкуренты.

¹ <http://www.gloriajeans.biz/ru/company/GJ%20Presentation%202008%20March.pdf>

² До кризиса в компании работало 8700 человек.



История создания:

- 1988 - создание кооператива «Глория».
- 1995 - образование ОАО «Глория Джинс».
- 1996 - регистрация марки «Глория».
- 1997 - учреждение ЗАО «Корпорация »Глория Джинс.
- 1998 - регистрация марки «Gee Jay».
- 2001 - организация Благотворительного Фонда «Глория Джинс».
- 2005 - «Глория Джинс» разделила производство и продажи.
- 2006 - создание новой стратегии развития розницы «Глории Джинс».
- 2007 – Узнаваемость Gloria Jeans среди целевой аудитории во многих городах России составляет 99,9 %. Также впервые в истории российской fashion-индустрии Gloria Jeans стала «Народной Маркой № 1» в категории «Одежда».
- 2008 – Начало сотрудничества с одной из крупнейших в мире консалтинговых компаний в сфере менеджмента и IT Capgemini. Также в 2008 году «Глория Джинс» начала сотрудничество с компанией JDA – мировым лидером на рынке систем управления цепочками поставок и систем бизнес-прогнозирования.
- 2009 – Компания принимает решение отказаться от опта и франчайзинга и начинает развивать собственную розничную сеть. «Глория Джинс» (по данным TNS), признана самым покупаемым российским брендом в категории «Одежда». За вторую половину года его покупали 9,2% россиян. Открывается 200-й фирменный магазин компании.
- 2010 - Была запущена коллекция одежды для малышей 0-2 лет. В сотрудничестве с Cap Gemini Глория Джинс разработала новые стандарты обслуживания покупателей.
- 2011 - Были запущены 14 современных производственных предприятия: из них девять в Ростовской области, и пять предприятий на Украине, в Луганской области. По итогам 2011 года «Глория Джинс» заняла 38 место в рейтинге крупнейших розничных сетей России INFOline&Retailer Russia TOP-100, прибавив в списке 20 пунктов.
- 2012 - реализуется масштабная кампания по обновлению магазинов собственной фирменной розницы. В рамках кампании, корпорация проводит реконструкцию более 20% магазинов в соответствии с брендами Gloria Jeans & Gee Jay на текущий момент.



География деятельности

По данным 2012 года, она управляет более 430 магазинами, расположенными в торговых центрах и на центральных улицах России и Украины. Торговую деятельность Компании осуществляют региональные представительства в Южном, Центральном, Сибирском, Приволжском, Северо-Западном и Уральском Федеральных Округах, а также в Украине.

Ассортимент

.....

Показатели деятельности

В 2011 году наблюдался незначительный спад валовой прибыли компании Gloria Jeans, который составил ... млрд. руб.

Таблица. Объем выручки и валовой прибыли компании Gloria Jeans

Наименование показателя	2010	2011.
Чистая прибыль, млрд. руб.		
Валовая прибыль, млрд. руб.		

Источник:

Планы развития

-

Преимущества

-

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших производителей детской одежды

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>Sela</i>							
<i>Rikki-Tikki</i>							
<i>Benetton</i>							

Источник:

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Схема. Сбытовая структура рынка детских товаров

.....

Источник:

.....

5.2. Дистрибуция на рынке

.....

5.3. Оптовый сегмент рынка

.....

5.4. Розничный сегмент рынка

.....

5.5. Основные игроки розничного сегмента

.....

Таблица. Сравнительная характеристика игроков рынка детской одежды

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>							

Источник:

6. ОСНОВНЫЕ КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНКЕ

Таблица. Отношение потребителей к различным видам рекламных каналов, %

Рекламный канал	%
Рекомендации других потребителей	
Газеты	
Мнения потребителей о товаре/услуги в Интернете	
Сайты брендов	
Телевидение	
Журналы	
Радио	
Спонсорство	
Реклама в e-mail рассылках на которые я подписан	
Реклама перед показом фильма	
Реклама, размещенная в Интернет-поисковиках	
Баннерная реклама	
Текстовые рекламные сообщения на мобильный телефон	

Источник:

По данным исследования, рекомендациям доверяют полностью или частично **% респондентов. При обмене информацией, потребители склонны делиться скорее негативным опытом, чем положительным (соотношение ...:...). Поэтому внимательное и высококачественное клиентское обслуживание становится лучшей рекламой.

.....

6.1. АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ

6.1. Описание потребителей на Рынке

Диаграмма. Сегментация потребителей детской одежды по полу в 2010 г., %

.....

Источник:

В России в 2010г. насчитывалось ... млн. мальчиков (****%) и ... млн. девочек (****%), в возрасте до 17 лет включительно. Таким образом, уровень потребления девичьей одежды несколько выше, чем в сегменте мальчуковой одежды.



6.2. Объем потребления на Рынке

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

Наибольшую долю в структуре «детских» расходов занимают затраты на одежду – **%.

Диаграмма. Структура рынка товаров для детей в 2011 г., % (в денежном выражении)

Источник:

Отметим, что на долю детской обуви пришлось лишь **% от общего объема рынка детских товаров.

По данным Espeg Group, в 2011 г. семья с одним ребенком тратила на покупку детской одежды более ... тыс. руб. в год.

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

Диаграмма. Основные каналы сбыта товаров для детей в 2010г., %

Источник:

Несмотря на то, что в последние годы сегмент Интернет-продаж активно развивается, его доля в общем объеме продаж составляет ***%.

Среди интернет-магазинов, не имеющих розничных точек продаж, первое место занимает Kolomenka.ru с оборотом в ... млн. рублей и ... тыс. посещений в месяц. На втором месте Detsky-mir.ru, среднемесячный оборот ... млн. рублей, посещаемость - ... тыс. человек в месяц. Третье место принадлежит Danilka.ru. Оборот ... млн. рублей в месяц, посещаемость - ... тыс. человек.



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Тенденции рынка

.....

7.2. Перспективы развития рынка

STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)• (+)• (-)	
T	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)• (+)• (+)• (+)• (+)	
E	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)• (-)• (+)• (-)	
E	Факторы окружающей среды
<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)	
P	Политические факторы
<ul style="list-style-type: none">• (-)	
L	Правовые факторы
<ul style="list-style-type: none">• (-)• (-)• (-)	



Е	Этические факторы
<ul style="list-style-type: none">• (+)• (+)• (+)	

Источник:

.....

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Таблица. Риски и барьеры при выходе на рынок детской одежды

Риски	Решения

Источник:



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail:
info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

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