



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

Москва, июль 2011



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. Описание отрасли

1.4. 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. 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»

Компания «Mothercare»

Компания «Кораблик»

Компания «Кенгуру»

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 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.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Описание отрасли

Рынок детских товаров

Рынок детских товаров в России является одним из самых **насыщенных и динамично развивающихся** сегментов розничной торговли. В докризисный период на рынке детских товаров произошел «покупательский бум». По оценкам РБК, в 2003-2007 гг. расходы родителей на покупку детских товаров для одного ребенка увеличились в 2 раза с - \$... до \$5..... Данное изменение произошло по причине расширения потребителями ассортимента потребления различных категорий детских товаров.

.....

Кризис изменил структуру рынка детских товаров: за 2009 год обанкротился один из лидеров — сеть «Банана-мама», на долю которого вместе с «Детским миром» приходилось% рынка в 2007-2008 году. Среди основных сетей детского ритейла устояли такие как:

- «Бегемот»
 - «Дети»
 - «Дочки & Сыночки»
 - «Кораблик»
 - Mothercare
-

Рынок детских товаров включает в себя следующие **сегменты**:

- Одежда
- Товары для новорожденных (ТДН)
- Детское питание
- Игрушки
- Обувь



- Крупногабаритные товары (КГТ - мебель и др.)
- Другие

По данным «Ассоциации индустрии детских товаров» (АИДТ),¹ сегмент детской одежды и обуви является наиболее емким сегментом рынка детских товаров, на долю которого приходится ...% общего объема продаж (...% и ..% соответственно по ассортиментным категориям). Значительную долю рынка занимают ТДН (...%), детское питание (...%) и игрушки (...%).

К основным **тенденциям** рынка детских товаров можно отнести:

- Рынок детских товаров пока далек от насыщения.
- Самым привлекательным форматом торговли рынка товаров для детей являются детские торгово-развлекательные центры, в которых товары представлены в гибком ценовом диапазоне и широком ассортименте.
-
- ...

Предпосылки развития рынка на **2011–2015 г.г.:**

- Демографический взрыв 1980-1987 годов обеспечил наличие большого количества семей в репродуктивном возрасте в 2007-2015 годах. Наблюдаемый сегодня рост рождаемости продлится до 2013 года.
-
-

.....

¹ www.acgi.ru



СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

Сегментация Рынка по типу косметики

Детская косметика подразделяется на две большие группы:

1. Средства по уходу за кожей и волосами:

- Влажные салфетки
- Жидкое мыло
- ...
- ...

2. Декоративная косметика

Сегмент детской декоративной косметики практически идентичен косметике для взрослых и включает в себя:

- Лак для ногтей
- Блески для губ с натуральными фруктовыми добавками
- ...
-

Сегментация Рынка по возрастным группам детей

Детские товары, в том числе детская косметика, предназначены для детей в возрасте до 14 лет:

- Косметические средства для новорожденных и ясельного возраста (от 0 до 3-х лет)
- Косметические средства детей дошкольного возраста (от 4 до 6 лет)
- Косметические средства детей младшего школьного возраста (от 7 до 10 лет)
- Косметические средства детей старшего школьного возраста (от 11 до 14 лет)



Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

Ценовая сегментация Рынка

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: «Свобода», «Рассвет», «Невская косметика». Также в данном сегменте представлены небольшие компании, и некоторые серии крупных косметических линий (шампунь «Карпуз» концерна «Калина», серия «Морозко» фирмы «Аванта»).

- **Среднеценовой сегмент**

 -

- **Высокий ценовой сегмент**

.....

- **Премиальный сегмент**

.....

Приведем, в качестве примера, стоимость детского шампуня в каждом из ценовых сегментов.

Таблица. Стоимость детского шампуня, руб.

Марка шампуня	Цена, руб.
Низкий ценовой сегмент	
Тип-Топ Шампунь детский Baby SPA 200 мл	
Ушастый нянь Шампунь Витаминный (200 мл.)	
Шампунь+кондиционер «Ушастый нянь» детский 200 мл	
Средний ценовой сегмент	
Шампунь и пена для ванн Bobini «Малина», 400 мл	
...	
....	
Высокий ценовой сегмент	
Шампунь детский Bubchen Kinder, 200 мл	



....	
Премиальный сегмент	
Шампунь Avent детский для младенцев 250 мл	
...	
....	

Источник: «Маркет аналитика» по данным OZON.RU, «Утконос», 2011г.

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

Вопрос ценообразования является важным как для покупателя, так и для продавца. Можно выделить два основных подхода к ценообразованию:

- Затратный
- Ценностный

.....

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

Объем и темпы роста рынка

По данным «Экспресс-обзор», в 2010г. на долю детской косметики приходилось ...% рынка товаров для детей (в стоимостном выражении).²

² Источник: OZON.ru – «Особенности продаж детских товаров в канале Интернет-торговли», 2011г.



Имея данные о за 2006-2010г.г., можно рассчитать **объем отечественного рынка детской косметики**, который составил в 2010г. – млрд. руб.

По сравнению с 2009г. исследуемый рынок увеличился на%.

По данным «АИДТ», в 2010г. объем рынка товаров для новорожденных составилмлрд.руб. По сравнению с 2009г. продажи увеличились на%.

По прогнозам «АИДТ», в ближайшие несколько лет темпы роста рынка товаров для новорожденных сохранятся на уровне% в год.

Емкость Рынка

..... по оценке специалистов «Маркет Аналитика», потенциальная емкость российского рынка детской косметики составляет около млрд. руб. или млн.долл.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

Уровень конкуренции

По данным Euromonitor, в список крупнейших производителей детской косметики входят:

- Bubchen -%
- Johnson & Johnson –%
- «Калина» - ...%
- «Свобода» - ...%
- «Невская косметика» - ...%
- «Мир детства» -%
- «Наша Мама» -%

Таким образом, совокупная доля 7 крупнейших производителей рынка составляет около ...%.



Рассмотрим представленные компании подробнее.

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Компания Bubchen

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

- Мировой лидер в области производства детской косметики
- Высокое качество продукции
- Сотрудничество с ведущими педиатрическими центрами Европы

Планы развития

- Расширение ассортимента продукции

Компания Johnson&Johnson

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.

JOHNSON'S baby – это полная линия средств по уходу за детской кожей, доступная российским потребителям уже много лет. В ассортимент входят: очищающие и



увлажняющие средства, шампуни, присыпки, очищающие влажные салфетки. Средства JOHNSON'S baby созданы специально для детской кожи, могут применяться с первых дней жизни, клинически проверены, гипоаллергенны и содержат формулу «Нет больше слез».

Показатели деятельности

.....

Преимущества

-
-

Планы развития

-

.....
.....

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших производителей рынка детской косметики

Название компании	Дата основания	География	Направления деятельности	Ассортимент	Бренды	Показатели	Преимущества
<i>Bubchen</i>							
<i>Johnson & Johnson</i>			•				
<i>Калина</i>							
<i>Невская косметика</i>							
<i>Свобода</i>							
<i>Мир детства</i>							
<i>Наша мама</i>							

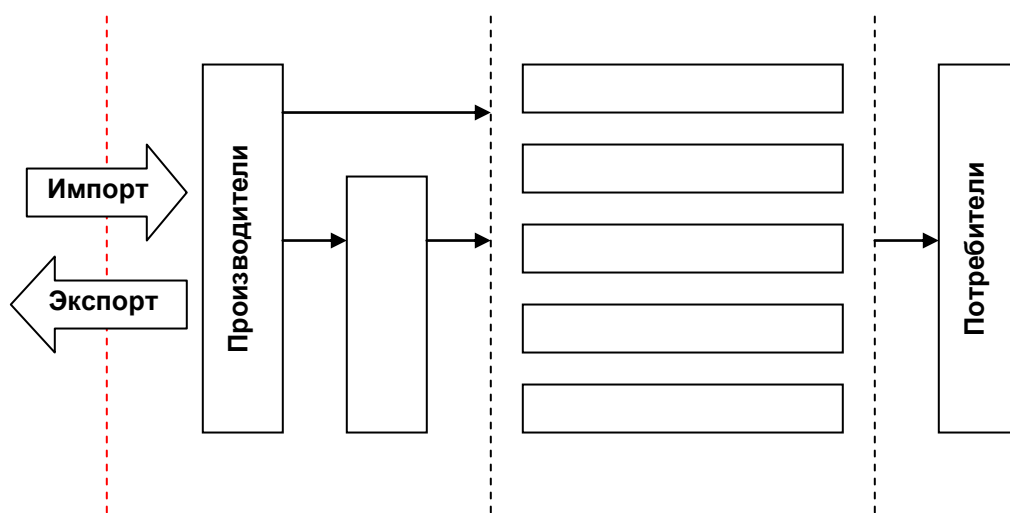
Источник: «Маркет Аналитика»

КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

Особенности сбытовой политики на Рынке

Цепочка движения товара на рынке детской косметики представлена на схеме.

Схема. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

Рассмотрим представленную схему подробнее.

Описание оптового сегмента

Дистрибуторы детской косметической продукции условно подразделяются на четыре группы:

1. Дистрибуторы детских товаров

По мнению экспертов Рынка, сегодня происходит тенденция угасания «крупного опта», что связано с увеличением закупок мелкими партиями.



Общая схема опта на рынке следующая.

.....
.....

2. Фармацевтические компании

По данным «ФАРМЭКСПЕРТ»,³ крупнейшими дистрибьюторами на российском фармацевтическом рынке являются компании «СИА Интернешнл» и «Протек». В число лидеров также входят:

- «Катрен»
- «Роста»
- Alliance Healthcare Rus
- «Р-Фарм»
- Oriola
- «Биотэк»
- «Пульс»
- «Империя-Фарма»

В структуре продаж большинства дистрибьюторов преобладает **импортная продукция**, на долю которой приходится более ...% Рынка.

3. Продавцы бытовой химии и средств гигиены

В числе крупнейших оптовых компаний, работающих на рынке бытовой химии, можно отметить:

- ТД «Радтех»
- ...
- ...
- ...

4. Дистрибуторы косметики и парфюмерии

³ www.pharmexpert.ru



Как известно, парфюмерно-косметический рынок в основном наполняется за счет импортной продукции, которую ввозят на территорию РФ следующие компании:⁴

- Hermitage & Star Beaute (входит в группу Luxe-Holding) – принадлежит сеть Douglas-Rivoli
- IFD (дистрибьюторское подразделение группы «Курс») – принадлежит сеть «ЛЭтуаль»
- «Единая Европа – Холдинг» – принадлежит сеть «Иль де Боте»

На долю этих трех импортеров приходится более половины продаж селективной косметики в России.

Также можно отметить компании:

- «Градиент»
- Компания «Мак Дак»
- «Парфюм Палас Групп»

Описание розничного сегмента

Основная часть товаров для детей продукции реализуется по средствам:

- Неорганизованной розницы
- Мультиформатных магазинов
- Гипермаркетов
- Аптек
- Интернет

⁴ Источник: Advertology.ru

Таблица. Сравнительная характеристика игроков рынка детских товаров

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

Источник: Маркет Аналитика, 2011 г.

Основные каналы продвижения на рынке

Согласно исследованиям компании Nielsen Россия, наибольшее доверие у потребителей во всем мире вызывают рекомендации других пользователей товаров и услуг, или «сарафанное радио». Рекомендации являются основным мотивом приобретения потребителем того или иного товара или услуги.

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: Nielsen Россия

АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ДЕТСКОЙ КОСМЕТИКИ

Объем потребления на Рынке

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



Согласно исследованиям, предоставленным компанией «КОМКОН» по заказу ГК «Детский мир», среднестатистическая российская семья тратит на детские товары в месяц тыс. руб., при этом на долю косметики и средств гигиены приходится% или около руб.⁵

Естественно, доля расходов и их объем меняется в зависимости от возраста детей.

Потребительские предпочтения на Рынке

По данным ГК «Детский мир»,⁶ основными **каналами продаж** детских товаров, в том числе и детской косметики, являются:

- Неорганизованная розница (рынки, ярмарки) –%
 - Мультиформатные магазины –%
 - Гипермаркеты –%
-

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции Рынка

- На российском рынке детской косметики начинают проявляться тенденции, характерные для развитых западных рынков. В частности набирает популярность покупок косметики через Интернет.
-
- ...

⁵ Источник: Журнал «Планета Детство» №2, 2010г.

⁶ Источник: «РИА НОВОСТИ» от 14.07.2010г.



-
-

STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Неготовность к покупке дорогостоящей продукции (-)• В целом невысокий уровень жизни населения (-)• Все большая забота родителей о здоровье своих детей (+)••
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">•
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•

Источник: «Маркет Аналитика»

Риски и барьеры при выходе на рынок

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

- **Узкий ассортимент**

Существует большая вероятность того, что выйдя на Рынок с узким ассортиментом, новый игрок может не выдержать конкуренции крупных игроков с широким ассортиментом.



.....
.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

-
-

Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2013г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в апреле 2011г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в апреле 2011г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в апреле 2011г., %

Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в апреле 2011г., %

Диаграмма 11. Товарная структура российского рынка детской продукции в 2010 году, %

Диаграмма 12. Динамика российского рынка детских товаров в 2009-2010г.г. и прогноз до 2015г. (по оценке ГК «Детский мир»), млрд.руб.

Диаграмма 13. Динамика российского рынка детских товаров в 2008-2010г.г. и прогноз до 2012г. (по оценке ГК «Детский мир»), млрд.руб.

Диаграмма 14. Соотношение импорта и отечественного производства на рынке детских товаров, %

Диаграмма 15. Структура рынка детской косметики в зависимости от возраста ребенка, %



- Диаграмма 16. Структура рынка детских товаров в 2010г., % (в стоимостном выражении)
- Диаграмма 17. Динамика рынка детской косметики в 2006-2010г.г., млрд.руб.
- Диаграмма 18. Динамика рынка товаров для новорожденных в 2007-2010г.г. и прогноз на 2011г., млрд.руб.
- Диаграмма 19. Крупнейшие производители детской косметики, %
- Диаграмма 20. Выручка концерна «Калина» в 2008-2010г.г., млн.руб.
- Диаграмма 21. Структура продаж концерна «Калина» в 2010г., %
- Диаграмма 22. ТОП-10 фармдистрибьюторов по объему валовых продаж в 2010г., относительно лидера рейтинга
- Диаграмма 23. Структура продаж фармдистрибьюторов в разбивке «импортные/отечественные продукты» в 2010г., %
- Диаграмма 24. Структура продаж фармдистрибьюторов в разбивке по категориям продукции в 2010г., % (в стоимостном выражении)
- Диаграмма 25. Выручка компании «Детский мир» за 9 мес. 2009-2010г.г., млрд. руб.
- Диаграмма 26. Крупнейшие ритейлеры на рынке детских товаров, %
- Диаграмма 27. ТОП-10 национальных аптечных сетей по объему продаж, 2010г., относительно лидера рейтинга
- Диаграмма 28. ТОП-5 межрегиональных аптечных сетей с наибольшим количественным составом, 2010г.
- Диаграмма 29. ТОП-5 региональных аптечных сетей с наибольшим количественным составом, 2010г.
- Диаграмма 30. Основные архетипы на российском и западном рынке, %
- Диаграмма 31. Структура потребителей по возрастному признаку в 2010г., %
- Диаграмма 32. Структура населения России по территориальному признаку, %
- Диаграмма 33. Структура населения по половому признаку, % от численности населения
- Диаграмма 34. Структура частных домохозяйств, состоящих из двух человек и более, %
- Диаграмма 35. Сегментация потребителей детской косметики (от 0 до 14 лет) по месту проживания на 1 января 2010г., %
- Диаграмма 36. Структура ежемесячных расходов на детские товары, %



Диаграмма 37. Основные каналы продаж детских товаров в 2009г., %

Диаграмма 38. Соотношение общероссийских аптечных продаж детской косметики в зависимости от формы выпуска, % (в натуральном выражении)

Таблица 1. Стоимость детского шампуня, руб.

Таблица 2. Исходные данные для расчета потенциальной емкости рынка

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших производителей рынка детской косметики

Таблица 4. Сравнительная характеристика игроков рынка детских товаров

Таблица 5. Отношение потребителей к различным видам рекламных каналов, %

Таблица 6. Частные семейные домохозяйства по числу детей

Таблица 7. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке