



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ  
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ДЕТСКОГО  
ПИТАНИЯ.**

Москва, ноябрь 2010



## СОДЕРЖАНИЕ

### I. ВВЕДЕНИЕ

### II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

#### 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

- 1.1. Описание предмета исследования
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Резюме по разделу

#### 2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

- 2.1. Сегментация рынка продуктового ритейла
- 2.2. Ценовая сегментация и ценообразование на рынке

Ценообразование на рынке

Ценовая сегментация рынка

Динамика потребительских цен на рынке

- 2.3. Резюме по разделу

#### 3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

- 3.1. Объем и емкость рынка
- 3.2. Темпы роста рынка
- 3.3. Резюме по разделу

#### 4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

Ошибка! Закладка не определена.

- 4.1. Конкуренция на рынке



#### 4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка

«Вимм-Билль-Данн»

«ПРОГРЕСС»

«Юнимилк»

Nestle

Nutricia (Danone)

#### 4.3. Резюме по разделу

### 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

#### 5.1. Описание розничного сегмента

#### 5.2. Торговые точки (продукты питания)

#### 5.3. Торговые точки (товары для детей)

ГК «Детский мир»

BANANA-МАМА

Mothercare

«Кораблик»

«Здоровый малыш»

#### 5.4. Аптечные сети

#### 5.5. Интернет - магазины

#### 5.6. Резюме по разделу

### 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

#### 6.1. Описание потребительского сегмента

#### 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. PEST-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

#### **IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**

**Приложение 1. Рейтинг эффективности отраслей российской промышленности по итогам 2009 года**

**Приложение 2. Финансовые результаты ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» за II квартал и I полугодие, окончившиеся 30 июня 2010 г.**

**Приложение 3. Рейтинг аптечных сетей, I-II кв. 2010 г.**

**Приложение 4. TOP 25 аптечных сетей по объему продаж, I-II кв. 2010 г.**

**Приложение 5. Демографический прогноз до 2030 года.**



## Сегментация рынка продуктового ритейла

Рынок детского питания можно условно разделить на два основных сегмента: основное питание (молочные смеси, каши) и так называемый прикорм (овощные, фруктовые, мясные консервы, соки и пр.). Доля продуктов прикорма составляет свыше ....%, а доля основного питания – менее ....% (в денежном выражении). В последние годы наметилась тенденция ежегодного сокращения доли молочных смесей и рост сегмента прикорма. Так, несколько лет назад доля продуктов прикорма составляла менее ....%.

Среди основных сегментов рынка по видам продукции можно выделить следующие:

- Пюре
- Смеси
- Йогурты, творожки и подобные молочные продукты
- ....
- .....
- .....

По данным исследования GfK Rus, самым большим сегментом детского питания (в стоимостном выражении) является пюре. Они присутствуют со значительной долей на протяжении всех первых трех лет жизни ребенка, достигая максимума на втором году жизни.

**Таблица 1. Доли видов детского питания в стоимостном выражении**

Категория продукции	0-36	0-12	13-24	25-36
Детское питание в целом	100%	100%	100%	100%
Пюре	27%			
Смеси	20%			
Йогурт/творожок и т.п.				
Соки				
Каши				
Молоко				



Кефир				
Печенье				
Чай				
Вода				
Другое питание				
Мюсли				

**Источник: данные исследования GfK Rus Baby Panel**

### **ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА**

Главными факторами значительного роста рынка в 2006-2008 году стали увеличение рождаемости, ....., ..... Одной из главных причин спада продаж в 2009 году эксперты называют резкий рост цен на основные группы продуктов питания для детей.<sup>1</sup>

В 2009 году объем российского рынка детского питания в стоимостном выражении составил порядка ..... млрд.<sup>2</sup>. По прогнозам экспертов в 2010 году объем рынка детского питания может составить ..... млрд.

Объем рынка в натуральном выражении в 2009 году составил около ..... тонн и вырос по сравнению с 2008 годом на ..... млн. тонн<sup>3</sup>.

Наблюдаются и географические особенности российского рынка: наиболее значимая доля объема розничных продаж приходится на крупные города. Даже в Центральном регионе более трети совокупного оборота дает торговля в Москве.

---

<sup>1</sup> Источник: BusinesStat

<sup>2</sup> Источник: Euromonitor International

<sup>3</sup> Источник: BusinesStat, расчеты Маркет Аналитика



По оценкам РБК, емкость российского рынка детского питания составляет около .... млрд. долл.<sup>4</sup> Емкость рынка в натуральном выражении, по оценкам компании «Маркет Аналитика» составляет .... млн. тонн.

### **ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА**

В течение последних нескольких лет рынок в целом демонстрирует высокие темпы роста на уровне не ниже ....%. При этом некоторые компании-лидеры развивались с существенным опережением рынка – темпы роста выручки составляли около .....%<sup>5</sup>.

### **КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ**

В настоящий момент производство детского питания в России находится на достаточно высоком уровне и вполне выдерживает конкуренцию со стороны западных предприятий.  
.....

Крупнейшими производителями детского питания являются:

- Nestle
- Nutrilon
- ....
- ....
- ....
- ....
- И др.

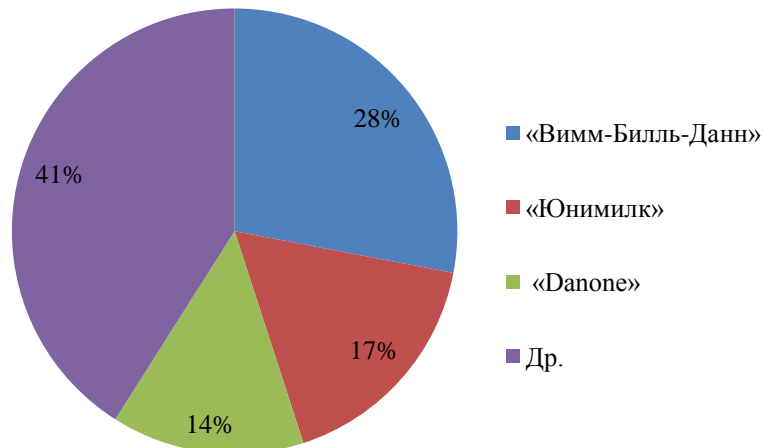
---

<sup>4</sup> [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)

<sup>5</sup> [www.conditer.ru](http://www.conditer.ru)



**Диаграмма. Крупнейшие производители молочных продуктов. Россия, 2010 г., %**



Источник: AC Nielsen

#### ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА

**«Вимм-Билль-Данн»**

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



О компании





Компания «Вимм-Билль-Данн» - лидер рынка молочных продуктов и детского питания в России и один из ведущих игроков рынка безалкогольных напитков в России и странах СНГ. История компании началась в 1992 году, когда «Вимм-Билль-Данн» выпустил соки в пакетах.

### **Количество сотрудников**

Более 16 тысяч человек

### **Направления деятельности**

Производство и продажа:

- Молочных продуктов;
- Детского питания;
- Безалкогольных напитков.

### **Ассортиментный портфель и портфель брендов в сегменте детского питания**

Компания производит

- молочную продукцию, основные бренды:
- соки:
- минеральную воду
- питьевую природную воду
- питание для детей

### **География деятельности**

Компания «Вимм-Билль-Данн» создала единую производственную сеть в регионах России и странах СНГ, став общенациональным российским производителем. Сейчас в группу компаний «Вимм-Билль-Данн» входит 37 производственных предприятий России, Украине, Киргизии, Узбекистане и Грузии.

### **Показатели деятельности**

- .....



- .....

Финансовые результаты ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» за II квартал и I полугодие, окончившиеся 30 июня 2010 года приведены в [Приложение 2](#).

### **Преимущества**

- Большие незагруженные производственные мощности, что дает потенциал для роста без дополнительных капиталовложений;
- Более высокое качество выпускаемых продуктов по сравнению с конкурентами;
- Высокая степень инноваций;
- Наличие возможности по разработке новых продуктов и профессиональный маркетинг;
- Сильные и диверсифицированные товарные бренды;
- Стабильный доступ к источникам сырья;
- Акцент на разработку новых продуктов;
- Современная производственная база и технологии;
- Наличие возможностей по привлечению внешнего финансирования.

### **Планы по развитию**

Стратегия компания «Вимм-Билль-Данн» – производить продукцию в том регионе, где они потребляются. Программа развития компании предполагает увеличение числа именно региональных предприятий.

### **«ПРОГРЕСС»**

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

.....



**«ЮНИМИЛК»**

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

.....

**NESTLE**

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

.....

**NUTRICIA (DANONE)**

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

<http://www.danone.com/>

.....



## **ОПИСАНИЕ РОЗНИЧНОГО СЕГМЕНТА**

В последние годы большое значение на российском рынке розничной торговли приобретает сетевая розница.

Таким образом, все перечисленные типы торговых точек, относящиеся к сетевому сегменту, по продаже детского питания можно объединить в несколько категорий:

- Магазины, специализирующиеся на продаже продуктов питания
- Специализированные детские магазины
- Аптеки

## **ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ (ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ)**

В зависимости от формата на рынке розничной торговли продуктами питания представлены следующие игроки: cash & carry, гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, магазины у дома



### **ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ (ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ)**

Сетевой сегмент в свою очередь также достаточно раздроблен – на сегодняшний день в России насчитывается около 50 сетей магазинов детских товаров. Однако существует ряд лидирующих компаний. Так, лидером сегмента сетевой розницы по продаже товаров для детей является «Детский мир», который в 2008 году занимал порядка ...% рынка товаров для детей.

### **ГК «ДЕТСКИЙ МИР»**

<http://www.det-mir.ru/>

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



### **О компании**

«Детский мир» – крупнейший в России и СНГ оператор в сфере розничных продаж товаров детского ассортимента. Первый магазин «Детский мир» открылся в Москве в 1957 году. Летом 2000 года появилась идея объединить разрозненные торговые точки и начать строительство национальной сети под названием «Детский мир» с флагманским магазином на Лубянке. В то время на рынке детских товаров не было ни одного крупного оператора. С этого времени «Детский мир» расширяет свое присутствие как в Москве, так и на региональном рынке. Центральный магазин на Лубянке является самым крупным детским магазином в Европе. Управляющей компанией Группы компаний «Детский мир» является АФК «Система».

### **Формат магазинов**



Формат магазинов сети «Детский мир» - это супер- и гипермаркеты. ГК «Детский Мир» были приняты за основу три корпоративных стандарта магазинов:

Торговая площадь - 1000-1500 кв.

Торговая площадь - 1500-2500 кв.

Торговая площадь - более 2500 кв. м.

### **Ассортиментный портфель**

Магазины сети предлагают покупателям более 50 тысяч наименований товаров для детей в возрасте до 14 лет, включая игрушки, одежду, обувь, детское питание, наборы для творчества, школьно-письменные, канцелярские, спортивные товары, книги, а также товары по уходу за детьми.

- Игрушки
- Одежда и обувь
- ...
- ....
- .....
- ....
- .....
- Маскарадные костюмы



### География деятельности

124 магазина по всей России:

- Москва и МО - 40
- Санкт-Петербург - 11
- По три в следующих городах России: .....
- .....
- .....

### Ценовая политика

Средний ценовой сегмент

### Показатели деятельности

- Выручка осталась практически на уровне 2008 года – 18 810 млн. руб.
- ....
- ....
- ....

### Планы по развитию

Стратегическая цель группы компаний «Детский мир» -  
.....  
.....

### BANANA-MAMA

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

.....

### MOTHERCARE

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



.....  
**«КОРАБЛИК»**

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

.....  
**«ЗДОРОВЫЙ МАЛЫШ»**

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

**АПТЕЧНЫЕ СЕТИ**

До наступления кризисных явлений в экономике фармацевтический рынок России развивался довольно высокими темпами. В условиях кризиса

.....  
.....  
В настоящее время сетевой сегмент фармацевтической розницы продолжает

.....  
Одним из главных факторов повлекших данные изменения в отрасли стали нововведения в государственном регулировании оборотом лекарственных средств, которые, были инициированы во время финансового кризиса, а в настоящий момент, по сути, являются самостоятельными факторами влияния на отрасль.

**ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИНЫ**

В настоящее время российский рынок интернет - торговли находится в стадии становления. По различным оценкам в 2010 году объем рынка может составить от ....до ..... \$. По другим





данным около ... млн. россиян ежемесячно покупают в интернете товаров на сумму около ..... рублей<sup>6</sup>.

### **ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СЕГМЕНТА**

Потребителями продукции Рынка являются дети в возрасте от ... лет. По данным переписи 2002 года численность детей в возрасте от 0 до 4 лет составила около 6,4 млн. человек. В 2007 году этот показатель составил 7,2 млн. человек. Таким образом, важным фактором, влияющим на развитие Рынка, является рост рождаемости.

### **ОБЪЁМ ПОТРЕБЛЕНИЯ НА РЫНКЕ**

Российский рынок детского питания характеризуется крайне низким уровнем потребления по сравнению с некоторыми европейскими странами и США. В России данный показатель составляет лишь 12 кг в год на одного ребенка и значительно уступает показателям стран Западной Европы, где на одного ребенка в среднем приходится не менее 22 кг детского питания.

### **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА РЫНКЕ**

Детское питание в первые три года занимает лидирующие позиции в структуре расходов на товары для детей (исключая товары длительного использования) - ...%, а также одежда и обувь ...%. На третьем месте по объему расходов на детей от ... лет занимают подгузники .....%.

---

<sup>6</sup> Конференция Russian Internet Week 2010, доклад «Рынок интернет-торговли», руководитель ФОМ - проекта «Мир Интернета» Павел Лебедев.



### Тенденции в потребительском сегменте

- Высокие темпы роста спроса на разнообразные детские продукты промышленного приготовления до наступления последствий финансово-экономического кризиса, что было связано с ростом рождаемости, а также докризисным ростом доходов и уровня жизни населения:
  - Смещение потребительских предпочтений в сторону готовых продуктов промышленного производства
  - .....
- Тенденции потребительских предпочтений, определяющие рост спроса на детское питание:
  - .....
  - .....

.....



**Тенденции в количественных показателях рынка**

- .....
- .....

**Тенденции на конкурентном поле**

- .....
- .....



## Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 3. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. (к декабрю прошлого года), %
- Диаграмма 4. Индекс потребительских цен, в % к предыдущему месяцу (2009-2010г.г.), %
- Диаграмма 5. Мясо животных и домашней птицы.  
% к объему продажи товара данной группы в фактических ценах.
- Диаграмма 6. Изделия колбасные.  
% к объему продажи товара данной группы в фактических ценах.
- Диаграмма 7. Рыба и морепродукты.  
% к объему продажи товара данной группы в фактических ценах.
- Диаграмма 8. Молочные продукты.  
% к объему продажи товара данной группы в фактических ценах.
- Диаграмма 9. Крупа. % к объему продажи товара данной группы в фактических ценах.
- Диаграмма 10. Структура продажи алкогольных напитков и пива.  
% к итогу (в абсолютном алкоголе)
- Диаграмма 11. Доля импорта отдельных товаров в их товарных ресурсах.  
Российская Федерация, 2009 год.
- Диаграмма 12. Доля видов детского питания в стоимостном выражении
- Диаграмма 13. Динамика цен на сухие молочные смеси для детского питания за период 2005-2010 гг., рублей за 1 кг
- Диаграмма 14. Динамика цен на консервы для детского питания за период 2005-2010 гг., рублей за 1 кг.
- Диаграмма 15. Объем Рынка в стоимостном выражении за период 2003-2009 гг. и прогноз на 2010 год, \$ млн.
- Диаграмма 16. Объем Рынка в натуральном выражении за период 2003-2009 гг. и прогноз на 2010 год, млн. тонн
- Диаграмма 17. Крупнейшие производители молочных продуктов. Россия, 2010 г., %
- Диаграмма 18. Структура доходов от различных видов деятельности компании «Вимм Биль Данн», I ПГ. 2010 г., %
- Диаграмма 19. Места покупок детского питания по частоте и затратам на одну покупку



Диаграмма 20. Доли крупнейших игроков детского ритейла в сегменте сетевой розницы. Россия, %

Диаграмма 21. Структура продаж аптечных сетей в разрезе

"лекарственный / нелекарственный ассортимент" (%), I-II кв. 2010 и I-II кв. 2009г.г. (расчет по стоимостному объему продаж)

Диаграмма 22. TOP 10 аптечных сетей по объему продаж, I-II кв. 2010 г.

Диаграмма 23. Разные оценки динамики интернет - торговли в России.

Млрд. \$, 2006-2010 г.г. (прогноз)

Диаграмма 24. Возрастной состав населения России

% от общей численности населения

Диаграмма 25. Структура населения по половому признаку

% от численности населения

Диаграмма 26. Структура населения России по территориальному признаку

Диаграмма 27. Уровень потребления детского питания и в некоторых странах мира.

Килограмм на одного ребенка в год.

Диаграмма 28. Структура затрат на товары для детей до 3 лет

Диаграмма 29. % покупателей детского питания среди родителей детей разных возрастных категорий

Диаграмма 30. Частота покупок детского питания среди покупателей, имеющих детей разных возрастных категорий детей, раз в квартал

Диаграмма 31. Затраты на одну покупку детского питания среди покупателей, имеющих детей в разных возрастных категориях

Таблица 2. Доли видов детского питания в стоимостном выражении

Таблица 3. Основные производители и марки детского питания на рынке России.

Таблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка детского питания

Таблица 5. Места покупок детского питания по частоте и затратам на одну покупку

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших ритейлеров (профиль FMCG) России в 2009 году

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших операторов рынка розничной торговли по продаже детских товаров

Таблица 7. Число родившихся в России по годам за период 2003-2009 гг., тысяч человек



Таблица 8. Корзина детских товаров в целом (% по стоимости)

Таблица 9. PEST-анализ российского рынка детского питания

Таблица 10. Значения основных пороговых показателей

Таблица 11. Веса показателей, используемых при расчете рейтинговой позиции аптечной сети, %

Таблица 12. Комплексный рейтинг национальных и межрегиональных аптечных сетей, I-II кв. 2010 г.

(по сетям, участвующим в рейтинге)

Таблица 13. Комплексный рейтинг региональных аптечных сетей, I-II кв. 2010 г.

(по сетям, участвующим в рейтинге)