



BusinessStat®

готовые обзоры рынков



Анализ розничной торговли детскими товарами в России в 2018-2022 гг, прогноз на 2023-2027 гг

АДРЕС:

107023, г. Москва
ул. Электрозаводская
д. 23, стр. 8

ТЕЛ.:

+7 (495) 180-04-19

ФАКС:

+7 (495) 180-04-19

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:

info@businessstat.ru

САЙТ:

www.businessstat.ru

Аннотация

По оценкам BusinesStat, в 2018-2022 гг оборот розничной торговли детскими товарами в России вырос на 50% и превысил 1 трлн руб.

Стабильно высокие розничные продажи детских товаров поддерживает быстрое «устаревание» данной категории и постоянная необходимость обновления – это характерно и для одежды и обуви, и для игрушек. Ограничивает влияние данного фактора на рынок сегмент товаров, бывших в употреблении. Кроме того, значительная часть детских товаров относится к продукции первой необходимости, в связи с чем их розничные продажи демонстрируют положительную динамику в условиях потребительской неопределенности. Кроме того, как показывают опросы, россияне чаще всего не готовы экономить на детях и не отказываются от покупки дорогостоящих детских товаров даже в условиях экономии.

В начале 2022 г, опасаясь роста цен и возможного дефицита ряда товаров, россияне покупали многие категории детских товаров впрок. Отдельное влияние на рост розничных продаж детских товаров в последние годы оказало развитие канала интернет-продаж и расширение географии распространения маркетплейсов.

«Анализ розничной торговли детскими товарами в России», подготовленный BusinesStat, включает важнейшие данные, необходимые для понимания текущей конъюнктуры рынка и оценки перспектив его развития:

- экономическая ситуация в России
- госрегулирование и программы развития рынка
- драйверы, барьеры и тренды рынка детских товаров
- оборот торговли детскими товарами
- инвестиционная привлекательность рынка детских товаров
- профили компаний-лидеров рынка

При подготовке обзора использована официальная статистика и собственные данные.

Информация профильных ведомств:

- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций
- Министерство экономического развития
- Федеральная налоговая служба
- Агентства по развитию инноваций федерального и региональных уровней
- Высшая школа экономики и др. научные институты

Информация, собранная BusinesStat:

- оценки экспертов рынка детских товаров
- финансовая отчетность операторов рынка детских товаров
- открытая информация в профильных изданиях

Информацию о смежных рынках вы можете найти в других исследованиях **BusinessStat:**

- [Анализ розничной торговли продовольственными товарами в России](#)
- [Анализ розничной торговли непродовольственными товарами в России](#)
- [Анализ розничной торговли электроникой и бытовой техникой в России](#)
- [Анализ розничной торговли в России](#)
- [Анализ интернет-торговли продовольственными товарами в России](#)
- [Анализ интернет-торговли одеждой и обувью в России](#)
- [Анализ интернет-торговли в России](#)
- [Анализ розничной торговли в Казахстане](#)

Содержание

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ОБЗОРА РЫНКА

КЛАССИФИКАЦИЯ

РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

ОБОРОТ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

- Таблица 1. Оборот розничной торговли в России в 2018-2022 гг (трлн руб)
- Таблица 2. Прогноз оборота розничной торговли в России в 2023-2027 гг (трлн руб)
- Таблица 3. Оборот розничной торговли непродовольственными товарами в России в 2018-2022 гг (трлн руб)
- Таблица 4. Прогноз оборота розничной торговли непродовольственными товарами в России в 2023-2027 гг (трлн руб)
- Таблица 5. Оборот розничной торговли детскими товарами в России в 2018-2022 гг (млрд руб)
- Таблица 6. Прогноз оборота розничной торговли детскими товарами в России в 2023-2027 гг (млрд руб)
- Таблица 7. Оборот розничной торговли детскими товарами по регионам в России в 2018-2022 гг (млн руб)
- Таблица 8. Доля розничной торговли детскими товарами в общем обороте розничной торговли в России в 2018-2022 гг (%)
- Таблица 9. Прогноз доли розничной торговли детскими товарами в общем обороте розничной торговли в России в 2023-2027 гг (%)

ОБОРОТ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

- Таблица 10. Оборот интернет-торговли в России в 2018-2022 гг (трлн руб)
- Таблица 11. Прогноз оборота интернет-торговли в России в 2023-2027 гг (трлн руб)
- Таблица 12. Оборот интернет-торговли непродовольственными товарами в России в 2018-2022 гг (трлн руб)
- Таблица 13. Прогноз оборота интернет-торговли непродовольственными товарами в России в 2023-2027 гг (трлн руб)
- Таблица 14. Оборот интернет-торговли детскими товарами в России в 2018-2022 гг (млрд руб)
- Таблица 15. Прогноз оборота интернет-торговли детскими товарами в России в 2023-2027 гг (млрд руб)
- Таблица 16. Доля интернет-торговли детскими товарами в общем обороте розничной торговли детскими товарами в России в 2018-2022 гг (%)
- Таблица 17. Прогноз доли интернет-торговли детскими товарами в общем обороте розничной торговли детскими товарами в России в 2023-2027 гг (%)

СЕКМЕНТЫ РЫНКА ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

- Таблица 18. Оборот розничной торговли детскими товарами по сегментам в России в 2018-2022 гг (млрд руб)
- Таблица 19. Прогноз оборота розничной торговли детскими товарами по сегментам в России в 2023-2027 гг (млрд руб)

Новые сегменты, факторы появления
Быстрорастущие сегменты, факторы роста
Замедляющиеся сегменты, факторы стагнации

ПОТРЕБИТЕЛИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ, СПЕЦИФИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ

Потребители детских товаров, специфика потребления
Перспективные целевые группы

ДРАЙВЕРЫ, БАРЬЕРЫ, ТРЕНДЫ РЫНКА ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

Инвестиционная привлекательность рынка
Ключевые инвестиционные сделки

ЛИДЕРЫ РЫНКА ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

Крупнейшие розничные торговые сети
Рейтинги предприятий отрасли (юрлиц)

- Таблица 20. Рейтинг предприятий отрасли по выручке от продаж в 2022 г (млн руб)
- Таблица 21. Рейтинг предприятий отрасли по прибыли от продаж в 2022 г (млн руб)
- Таблица 22. Рейтинг предприятий отрасли по рентабельности продаж в 2022 г (%)

Стратегии лидеров рынка

ПРОФИЛИ КРУПНЕЙШИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

АО «Тандер»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

АО «Торговый дом «Перекресток»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «МВМ»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники

- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Вайлдберриз»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Яндекс»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

Методика подготовки обзора рынка

При подготовке обзора BusinesStat ставит целью собрать максимум информации об анализируемом рынке.

На первой стадии аналитики BusinesStat агрегируют национальную и международную статистику, информацию из деловых и отраслевых изданий. Дополнительно проводятся собственные исследования: опросы потребителей или экспертов, наблюдения за ценами в рознице и в оптовых каналах продаж. Источники данных для каждого обзора подробно представлены в его аннотации. Под каждой таблицей обзора приведены ссылки на источники.

На втором этапе работ полученные данные взвешиваются и приводятся к единому непротиворечивому массиву. На этом этапе происходит отбраковка данных, которые представляются аналитикам противоречивыми и менее надежными. Выбранные данные должны находиться между собой в полной корреляции, чтобы сделать возможной комплексную оценку рынка. Например, спрос должен быть равен предложению с учетом производства, импорта и экспорта, продаж и складских запасов.

Данные по производству, таможенным операциям, продажам извлекаются из разных источников и первоначально не полностью соответствуют друг другу, что часто требует проведения дополнительных расчетов. В итоге по части уточненных, расчетных параметров рынка BusinesStat сам становится источником данных, что отмечено в соответствующих таблицах.

Третьим этапом работ является построение динамических рядов – прогнозирование. Первичное прогнозирование осуществляется математическими методами, суть которых сводится к анализу ретроспективных данных для построения прогноза. Однако такой анализ может задать лишь общий тренд на стабильных рынках с известной многолетней динамикой. Подобные стабильные рынки в России фактически отсутствуют, из-за чего эффективность математического анализа падает.

Для уточнения прогнозов анализируются факторы, влияющие на развитие рынка. Часть факторов определена достаточно жестко и может быть использована с большой уверенностью для прогнозирования производства, импорта и экспорта. Пример такого фактора – государственное отраслевое регулирование. Часто заранее известна политика правительства в области регулирования импорта, по инвестициям в производство и строительство, субсидированию или, наоборот, увеличению налоговой нагрузки на отрасль. Пользуясь накопленным опытом о влиянии на отрасли подобных изменений, аналитики BusinesStat могут достаточно точно прогнозировать дальнейшее развитие рынка.

Влияние других групп факторов менее выражено либо факторы противоречат друг другу. Чаще всего подобные факторы связаны с динамикой продаж и потребления. Здесь приходится анализировать более широкий круг переменных, часто применяя бенчмарки с соседних рынков, где аналогичная ситуация происходила ранее, или с рынков тех же отраслей других стран, где были аналогичные кейсы. Например, во всех развивающихся странах мира наблюдается схожая динамика потребительского поведения, обусловленная появлением новых категорий товаров, развитием сетевой розницы, приходом международных корпораций.

Применение международных бенчмарков для российских обзоров становится возможным благодаря одновременному анализу BusinesStat рынков в других странах мира. BusinesStat готовит глобальные обзоры, обзоры рынков СНГ и ЕС, а также обзоры рынков отдельных стран мира.

Классификация

Детские товары – категория непродовольственных товаров, основным потребителем которых являются дети. В категорию детских товаров не включено детское питание, относящееся к продовольственным товарам.

В обзоре приведена детализация оборота розничной торговли детскими товарами по следующим сегментам:

- одежда
- обувь
- мебель
- игры и игрушки
- прочие товары

Регулирование торговли детскими товарами

Среди основных нормативных документов, регулирующих торговлю детскими товарами:

- Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Правила продажи отдельных видов товаров, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 19.01.1998г. № 55;
- Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 008/2011 «О безопасности игрушек», утвержден Решением комиссии Таможенного союза от 23.09.2011г. № 798.

Также детская продукция (в основном игры и игрушки) должны быть маркированы.

Маркировка должна содержать следующую информацию:

- наименование игрушки;
- наименование страны, где изготовлена игрушка;
- наименование и местонахождение изготовителя (уполномоченного изготовителем лица), импортера, информацию для связи с ними;
- товарный знак изготовителя (при наличии);
- минимальный возраст ребенка, для которого предназначена игрушка или пиктограмма, обозначающая возраст ребенка;
- основной конструкционный материал (для детей до 3 лет) (при необходимости).
- способы ухода за игрушкой (при необходимости);
- дата изготовления (месяц, год);
- срок службы или срок годности (при их установлении);
- условия хранения (при необходимости).

Маркировка детских игрушек должна содержать предупредительные надписи. Например: «Не рекомендовать детям до 3 лет» (на игрушках, представляющих опасность для детей в возрасте до 3 лет) и т.д.

Оборот розничной торговли детскими товарами

Оборот розничной торговли детскими товарами – выручка от продажи товаров для детей населению для личного потребления или использования в домашнем хозяйстве за наличный расчет или оплаченных по кредитным карточкам, расчетным чекам банков, по перечислениям со счетов вкладчиков, по поручению физического лица без открытия счета, посредством платежных карт и электронных денег.

Стоимость товаров, проданных (отпущенных) отдельным категориям населения со скидкой, или полностью оплаченных органами социальной защиты, включается в оборот розничной торговли детскими товарами в полном объеме.

В оборот розничной торговли детскими товарами не включается стоимость товаров, проданных (отпущенных) из розничной торговой сети юридическим лицам (в том числе организациям социальной сферы, спецпотребителям и т.п.) и индивидуальным предпринимателям, и оборот общественного питания.

Оборот розничной торговли детскими товарами включает данные как по организациям, для которых эта деятельность является основной, так и по организациям других видов деятельности, осуществляющим продажу товаров населению через собственные торговые заведения, или с оплатой через свою кассу.

Оборот розничной торговли детскими товарами также включает стоимость товаров, проданных населению индивидуальными предпринимателями и физическими лицами на розничных рынках и ярмарках.

Оборот розничной торговли детскими товарами формируется по данным сплошного федерального статистического наблюдения за организациями, не относящимися к субъектам малого предпринимательства, выборочных обследований малых предприятий розничной торговли детскими товарами (за исключением микропредприятий), розничных рынков, которые проводятся с месячной периодичностью, а также ежегодных выборочных обследований индивидуальных предпринимателей и микропредприятий с распространением полученных данных на генеральную совокупность объектов наблюдения.

В соответствии с требованиями системы национальных счетов оборот розничной торговли детскими товарами организаций досчитывается на объемы деятельности, не наблюдаемой прямыми статистическими методами.

Оборот розничной торговли детскими товарами приводится в фактических продажных ценах, включающих торговую наценку, налог на добавленную стоимость и аналогичные обязательные платежи.

Таблица 5. Оборот розничной торговли детскими товарами в России в 2018-2022 гг (млрд руб)

Параметр	2018	2019	2020	2021	2022
Оборот розничной торговли детскими товарами (млрд руб)	685,1	724,1	744,8	919,9	1 030,8
Динамика (% к предыдущему году)	-	5,7	2,9	23,5	12,1

Источник: Росстат, *BusinesStat*

В 2018-2022 гг оборот розничной торговли детскими товарами в России рос ежегодно и в 2022 г превысил 1 трлн руб. Всего за пятилетие оборот торговли вырос на 50,5%. В отличие от оборота торговли непродовольственными товарами в целом, оборот торговли детскими товарами в пандемию хоть и замедлил темпы прироста, но продолжил расти – за 2020 г в России было реализовано детских товаров на 744,8 млрд руб, на 2,9% больше, чем за год до этого. Не в последнюю очередь на рост оборота во время пандемии повлияло активное развитие канала интернет-торговли, информация о которой более подробно будет дана отдельно. Кроме того, на рост спроса на детские товары оказало влияние введение локдауна. Не только взрослые россияне оказались вынуждены проводить больше времени дома – школы также были переведены в режим удаленных занятий. Детские сады, ясли и другие заведения для детей дошкольного возраста во время пандемии также были закрыты, в результате чего россияне были вынуждены проводить время дома вместе с детьми и организовывать их досуг, что стимулировало продажи различных игрушек, головоломок и других аналогичных товаров для детей.

Отметим также, что для детских товаров характерно быстрое «устаревание» и потребность в постоянном обновлении. Ограничивает влияние данного фактора на рынок сегмент товаров, бывших в употреблении.

В 2021 г рост оборота розничной торговли детскими товарами в России значительно ускорился – за год в стране было реализовано детских товаров на общую сумму 919,9 млрд руб. На это повлияло как общее оживление экономики после пандемии, так и сохранение многих приобретенных за время ковида привычек.

В 2022 г одним из факторов, стимулировавших продолжения роста оборота розничной торговли детскими товарами в России, стал ажиотажный спрос на фоне неопределенности экономической ситуации. Опасаясь продолжения роста цен, а также возможного дефицита ряда товаров, россияне закупались впрок, в том числе и детскими товарами. По мере того как ситуация на рынке постепенно стабилизировалась, новым двигателем спроса стал укрепившийся курс рубля, за счет которого стало выгодно приобретать импортные детские товары. Российские производители на фоне ухода ряда зарубежных конкурентов также активизировались и стремились занять освободившиеся ниши и расширить свое присутствие.

Еще одним фактором, повлиявшим на итоговый рост оборота детских товаров даже в условиях кризиса, является их промежуточное положение среди интересов россиян. С одной стороны, как правило, товары первой необходимости – продукты, лекарства, средства личной гигиены. С другой – в основном дорогостоящие товары с длительным сроком эксплуатации, такие как недвижимость, транспортные средства, ювелирные изделия и подобные вещи. В целом категория детских товаров ближе к той части потребительских интересов россиян, отказаться от которых они не могут – экономить на детях родители чаще всего не готовы.

Все это в совокупности привело к тому, что в кризисный 2022 г оборот розничной торговли детскими товарами в России не только не сократился, но и вырос на 12,1% относительно 2021 г, достигнув 1 030,8 млрд руб.