

Состояние и тенденции развития субрынка детских игрушек в России в сегменте от 0 до 3 лет

<https://marketpublishers.ru/r/S6451F7BC7BRU.html>

Дата: 22.03.2008

Страниц: 68

Цена: 17 600 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: S6451F7BC7BRU

Описание

Главными целями исследования являются:

1. Оценка состояния и перспектив развития субрынка детских игрушек в сегменте от 0 до 3 лет с точки зрения инвестиционной привлекательности.
2. Определение целесообразности и возможности выхода инвесторов на российский субрынок детских игрушек в сегменте от 0 до 3 лет.

Охватываемый период составляет 2003-2007гг. Основные тенденции и прогнозы развития субрынка детских игрушек в сегменте от 0 до 3 лет рассмотрены на ближайшую перспективу.

Источники информации:

1. Отчеты Комитета Государственной Думы по делам женщин, семьи и детей; статистические данные и прогнозные показатели Минэкономразвития, Минздравсоцразвития, Росстата, данные Федеральной таможенной службы России.
2. Пресс-релизы компаний, отраслевые и экспертные оценки СМИ.
3. Собственный информационный ресурс и обширная база данных предприятий ИА «Крединформ – Северо-Запад».

Основные выдержки:

Российский субрынок игрушек в сегменте от 0 до 3 лет является привлекательным вследствие того, что малыши, как потребители, считаются серьезной потенциальной аудиторией. По официальной статистике в 2007 году в стране родилось 1 миллион 602 тысячи 387 детей, что на 122,75 тысячи больше, чем в 2006 году.

Эксперты отмечают, что в последние годы наметилась тенденция роста рождаемости как по

России в целом, так и по всем сегментам в частности. Данному фактору способствует изменение политики государства в демографическом вопросе и активные меры, принимаемые на федеральном уровне.

В этой связи российский игрушечный субрынок переориентируется на товары для новорожденных. Как считают специалисты, этот сектор рынка развивается динамичнее всего, потому что родители все больше внимания уделяют развитию своего ребенка и стремятся начать его как можно раньше. На это уже отреагировал ряд компаний, которые направили часть своего маркетингового бюджета на продвижение игрушек, рассчитанных на детей до 4 лет.

Ведущие позиции по производству игрушек для детей от 0 и старше занимают: ЗАО «Завод «Огонек» (Москва), ОАО «Весна» (Киров), ООО «Стеллар» (Ростов-на-Дону), ОАО «Радуга» (Киров), ООО «Эльф Маркет» (Москва), ОАО «По переработке пластмасс «Аэлита» (Санкт-Петербург).

На российском субрынке игрушек в сегменте от 0 до 3 лет на систему ценообразования активно влияют такие общие факторы, как: действия правительства и других внешних сил, экономический климат и состояние рынка торговли, его региональные особенности, разветвленность сети продаж, наличие производства, рыночная конкуренция, интересы потребителей и т.д. Спрос на игрушечную продукцию в России подчиняется общим законам функционирования рыночной экономики, находясь в обратной зависимости от ценового фактора.

Кроме того, при реализации продукции на субрынке игрушек в сегменте от 0 до 3 лет существенную роль играет правильно подобранная система скидок. Она предусматривается как для оптовых покупателей, так и для индивидуальных потребителей.

Российские производители не в состоянии на сегодняшний день покрыть растущие потребности в игрушках, поэтому бурную активность на субрынке в России проявляют зарубежные производители, чья продукция пользуется спросом как в дешевом сегменте (Китай), так и в среднем и высоком ценовых сегментах, в результате чего характерной чертой субрынка игрушек является импортозависимость.

По мнению специалистов, игрушечная продукция в сегменте от 0 до 3 лет в составе группы детские товары продается через специализированные магазины, супермаркеты, гипермаркеты, универсамы, универмаги, промтоварные магазины, рынки. Формат специализированного магазина представляет в ассортименте следующие группы товаров для детей: игрушки, обувь, одежда, белье, канцтовары и т.д.

В отчете представлена краткая информация о ведущих компаниях российского субрынка детских игрушек. Для получения дополнительной информации о компаниях-участниках российского субрынка детских игрушек поможет «Справочник предприятий», который создан в компании «КредИнформ – Северо-Запад».

Более подробную информацию на любую фирму можно получить в режиме on-line на сайте Агентства, где в более доступной форме представлены не только справочные данные на фирму, но и в сравнительной форме ее финансовые показатели, данные внешнеэкономической деятельности и другое.

Содержание

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СУБРЫНКА ИГРУШЕК В 2007 Г.

2. ОСОБЕННОСТИ СУБРЫНКА ИГРУШЕК В СЕГМЕНТЕ ОТ 0 ДО 3 ЛЕТ

- 2.1. Потенциал и привлекательность детской аудитории
- 2.2. Производители детских игрушек для детей от 0 до 3 лет
- 2.3. Особенности ценообразования, спроса и системы скидок
- 2.4. Торговые сети и операторы
- 2.5. Потребительские мотивации и поведение при покупке продукции
- 2.6. Региональный аспект
- 2.7. Оценки и мнения участников субрынка игрушек

3. СТРУКТУРА ВНЕШНЕТОРГОВОГО ОБОРОТА СУБРЫНКА ИГРУШЕК

- 3.1. Внешнеторговый оборот игрушек в наборах в России в 2007 году
- 3.2. Внешнеторговый оборот мини-моделей в России в 2007 году
- 3.3. Внешнеторговый оборот кукол в России в 2007 году

4. ТЕНДЕНЦИИ ОТРАСЛЕВОГО РАЗВИТИЯ СУБРЫНКА ИГРУШЕК

5. ВЕДУЩИЕ ИГРОКИ ОТРАСЛИ СУБРЫНКА ИГРУШЕК В СЕГМЕНТЕ ОТ 0 ДО 3 ЛЕТ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКИ

- 5.1. Производители игрушек в сегменте от 0 до 3 лет
- 5.2. Лидеры розничных продаж детского товара
- 5.3. Ведущие региональные операторы розничной торговли играми и игрушками
- 5.4. Лидеры оптовой торговли играми и игрушками
- 5.5. Активные участники внешнеторгового оборота игрушек в сегменте от 0 до 3 лет

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

- 1.1. Ведущие производители детских игрушек в России по годовому обороту (ТОР20)
- 2.1. Численность родившихся детей в 2006-2007гг. по Федеральным округам
- 2.2. Численность родившихся детей по видам населения
- 2.3. Распределение населения по полу и возрасту в сегменте 0 от до 3 лет
- 2.4. Ведущие российские производители детских игрушек в сегменте от 0 до 3 лет
- 2.5. Финансовые показатели других производителей российского субрынка игрушек в сегменте от 0 до 3 лет
- 2.6. Прайс-лист на игрушки для новорожденных и малышей компании «Х» в полипропиленовых пакетах с 01.01.2008
- 2.7. Система скидок оптовикам на игрушки в компании «Х»
- 2.8. Система скидок оптовикам на игрушки для новорожденных в компании «Х»
- 2.9. Система скидок оптовым покупателям на всю продукцию завода «Х»
- 2.10. Региональные лидеры розничной торговли играми и игрушками в России по годовому обороту (ТОР-20)
- 2.11. Лидеры оптовой торговли играми и игрушками в России по годовому обороту (ТОР-20)
- 2.12. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций по регионам России в 2003-2007гг.
- 2.13. Наиболее важные факторы при выборе игрушек в сегменте от 0 до 3 лет
 - 3.1. Объемы и динамика внешнеторгового оборота игрушек в 2005-2007гг.
 - 3.2. Характеристика кодов ТН ВЭД товарной группы 95 (игрушки)
 - 3.3. Объемы импортных и экспортных поставок игрушек в 2007 году по кодам ТН ВЭД
 - 3.4. Объемы поставок игрушек в наборах в Россию в 2007г. по странам отправителям
 - 3.5. Объем импорта игрушек в наборах в Россию в 2007 году по получателям (ТОР-20 по стоимостному выражению)
 - 3.6. Объемы поставок игрушек в наборах из России в 2007г. по странам получателям
 - 3.7. Объем экспорта игрушек в наборах из России в 2007 году по отправителям (ТОР-15 по стоимостному выражению)
 - 3.8. Объемы поставок мини-моделей в Россию в 2007г. по странам отправителям
 - 3.9. Объем импорта мини моделей в Россию в 2007 году по получателям (ТОР-20 по стоимостному выражению)
 - 3.10. Объемы поставок мини моделей из России в 2007г. по странам получателям
 - 3.11. Объем экспорта мини моделей из России в 2007 году по отправителям (ТОР-10 по стоимостному выражению)
 - 3.12. Объемы поставок кукол в Россию в 2007г. по странам отправителям

3.13. Объем импорта кукол в Россию в 2007 году по получателям (ТОР-20 по стоимостному выражению)

3.14. Объемы поставок кукол из России в 2007г. по странам получателям

3.15. Объем экспорта кукол из России в 2007 году по отправителям (ТОР-10 по стоимостному выражению)

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

- 1.1. Оборот рынка детских товаров в России в 2003-2007гг.
- 1.2. Оборот субрынка детских игрушек в России в 2003-2007гг.
- 1.3. Структура рынка игрушек в России
- 1.4. Доли стран-производителей игрушек в среднеценовом и дешевом сегментах российского субрынка
- 2.1 Динамика начисленной заработной платы одного работника в России в 2003-2007гг.
- 2.2. Траты на ребенка в возрасте от 0 до 4 лет в 2003-2007гг.
- 3.1. Соотношение импорта и экспорта игрушек в России в 2005-2007гг.
- 3.2. География стран поставщиков игровых наборов в Россию в 2007 году в натуральном выражении (ТОР 10)
- 3.3. География стран поставщиков игровых наборов в Россию в 2007 году в стоимостном выражении (ТОР 10)
- 3.4. География стран получателей игровых наборов из России в 2007 году в натуральном выражении (ТОР 10)
- 3.5. География стран получателей игровых наборов из России в стоимостном выражении в 2007 году (ТОР 10)
- 3.6. География стран поставщиков мини-моделей в Россию в 2007 году в натуральном выражении (ТОР 10)
- 3.7. География стран поставщиков мини-моделей в Россию в 2007 году в стоимостном выражении (ТОР 10)
- 3.8. География стран получателей мини-моделей из России в 2007 году в натуральном выражении (ТОР 10)
- 3.9. География стран получателей мини-моделей из России в 2007 году в стоимостном выражении (ТОР 10)
- 3.10. География стран поставщиков кукол в Россию в 2007 году в натуральном выражении (ТОР 10)
- 3.11. География стран поставщиков кукол в Россию в 2007 году стоимостном выражении (ТОР 10)
- 3.12. География стран получателей кукол из России в 2007 году в натуральном выражении (ТОР 10)
- 3.13. География стран получателей кукол из России в 2007 году в стоимостном выражении (ТОР 10)

РИСУНКИ

1. Пример краткой справочной информации на компанию
2. Анализ финансовых показателей фирмы «Х»
3. Анализ внешнеэкономической деятельности фирмы «Х»

Оформление заказа

Название: Состояние и тенденции развития субрынка детских игрушек в России в сегменте от 0 до 3 лет

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/S6451F7BC7BRU.html>

Цена: 17 600 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/S6451F7BC7BRU.html>