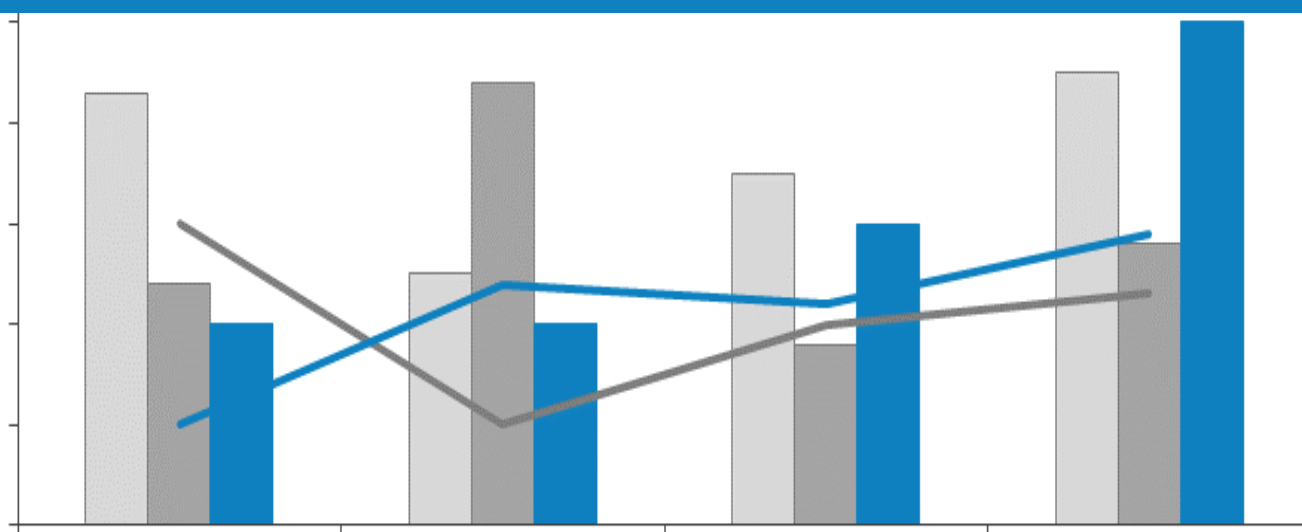




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка мужской одежды в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	11
Резюме	12
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	13
Цель исследования	13
Задачи исследования.....	13
Объект исследования	13
Метод сбора и анализа данных	13
Источники получения информации	13
Объем и структура выборки.....	14
Глава 2. Классификация и основные характеристики мужской одежды	15
Глава 3. Объем и темпы роста рынка мужской одежды в России.....	16
Объем и темпы роста рынка мужской одежды	16
Ведущие игроки на рынке	23
<i>Ведущие компании</i>	23
<i>Ведущие бренды</i>	24
Прогноз развития рынка.....	24
Глава 4. Производство мужской одежды в России	25
Объем и темпы роста производства мужской одежды – всего	25
Объем и темпы роста производства мужской одежды по товарным группам	26
Структура производства мужской одежды по федеральным округам	29
Глава 5. Импорт в Россию и экспорт из России мужской одежды.....	30
Импорт по товарным группам	30
Импорт по странам происхождения	31
Экспорт по товарным группам.....	31
Экспорт по странам назначения	31
Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка мужской одежды в России	32
<i>Ключевые тренды в мужской одежде</i>	32
<i>Растущая роль мужской аудитории на рынке одежды</i>	32
<i>Рост спроса на мужскую одежду через интернет-каналы</i>	32
<i>Перспективы развития рынка мужской одежды</i>	32
<i>Перспективы среднеценового сегмента на рынке мужской одежды</i>	32

<i>Влияние покупательского поведения мужчин на выручку от продаж одежды</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>	50
<i>Покупательское поведение мужчин на рынке одежды в различных регионах страны.....</i>		32
<i>Цена остается главным критерием при выборе мужской одежды</i>		32
Глава 7. Уровень цен на рынке мужской одежды в России.....		33
Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке мужской одежды в России		35
Глава 9. Каналы сбыта		36
Глава 10. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка мужской одежды в России.....		37
<i>O'Stin (ООО Остин)</i>		37
<i>InCity (ОАО Модный Континент).....</i>		37
<i>Твое (ООО Твое).....</i>		37
<i>Zara (АО Зара СНГ).....</i>		37
<i>H&M (ООО Эйч Энд Эм).....</i>		37

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 18 таблиц и 18 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем рынка мужской одежды в России в натуральном выражении, тонн и % прироста

Таблица 2. Объем рынка мужской одежды в России в стоимостном выражении, млн. руб. и % прироста

Таблица 3. Объем рынка мужской одежды в России в натуральном выражении (в разрезе по объемам производства, импорта и экспорта), тонн

Таблица 4. Объем рынка мужской одежды в России в стоимостном выражении (в разрезе по объемам производства, импорта и экспорта), млн. руб.

Таблица 5. Объем рынка мужской одежды в России в натуральном и стоимостном выражении, млн. ед. и млрд. руб.

Таблица 6. Прогноз развития рынка мужской одежды в России в натуральном и стоимостном выражении, млн. ед. и млрд. руб.

Таблица 7. Производство мужской одежды в России по товарным группам, тыс. шт. и % прироста

Таблица 8. Производство мужской одежды в России по товарным группам, тыс. шт. и % прироста

Таблица 9. Импорт мужской одежды в Россию по товарным группам (трикотажная и нетрикотажная одежда) в натуральном выражении, тонн и % прироста

Таблица 10. Импорт мужской одежды в Россию по товарным группам (трикотажная и нетрикотажная одежда) в стоимостном выражении, тыс. долл. и % прироста

Таблица 11. Экспорт мужской одежды из России по товарным группам (трикотажная и нетрикотажная одежда) в натуральном выражении, тонн и % прироста

Таблица 12. Экспорт мужской одежды из России по товарным группам (трикотажная и нетрикотажная одежда) в стоимостном выражении, тыс. долл. и % прироста

Таблица 13. Потребительские цены на мужскую одежду в России по товарным группам, руб./шт.

Таблица 14. Основные финансовые показатели компании ООО «Остин», тыс. руб.

Таблица 15. Основные финансовые показатели компании ОАО «Модный Континент», тыс. руб.

Таблица 16. Основные финансовые показатели компании ООО «Твое», тыс. руб.

Таблица 17. Основные финансовые показатели компании АО «Зара СНГ», тыс. руб.

Таблица 18. Основные финансовые показатели компании ООО «Эйч Энд Эм», тыс. руб.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем рынка мужской одежды в России, тонн и % прироста

Диаграмма 2. Объем рынка мужской одежды в России, млн. руб. и % прироста

Диаграмма 3. Структура рынка мужской одежды в России по ведущим компаниям, % от рынка в стоимостном выражении

Диаграмма 4. Структура рынка мужской одежды в России по ведущим брендам, % от рынка в стоимостном выражении

Диаграмма 5. Производство мужской одежды в России, тыс. шт. и % прироста

Диаграмма 6. Производство мужской одежды в России по товарным группам, %

Диаграмма 7. Производство мужской одежды в России по федеральным округам, %

Диаграмма 8. Импорт мужской одежды в Россию в натуральном выражении, тонн и % прироста

Диаграмма 9. Импорт мужской одежды в Россию в стоимостном выражении, тыс. долл. и % прироста

Диаграмма 10. Структура импорта мужской одежды в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, %

Диаграмма 11. Структура импорта мужской одежды в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, %

Диаграмма 12. Экспорт мужской одежды из России в натуральном выражении, тонн и % прироста

Диаграмма 13. Экспорт мужской одежды из России в стоимостном выражении, тыс. долл. и % прироста

Диаграмма 14. Структура экспорта мужской одежды из России по странам назначения в натуральном выражении, %

Диаграмма 15. Структура экспорта мужской одежды из России по странам назначения в стоимостном выражении, %

Диаграмма 16. Потребительские цены на мужскую одежду в России по товарным группам, руб./шт.

Диаграмма 17. Критерии выбора одежды, %

Диаграмма 18. Доля покупателей в ключевых каналах продаж одежды, %

Резюме

В ноябре 2016 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка мужской одежды.

Объем производства мужской одежды в натуральном выражении составил в 2015 году 17 586 тонн, что на 32,7% меньше показателя 2014 года. В I пол. 2016 года объем производства достиг 7 260 тонн.

В стоимостном выражении объем производства мужской одежды составил в 2015 году 139,7 млрд. руб., что на 26,9% меньше показателя 2014 года. В I пол. 2016 года объем производства составил 52,9 млрд. руб.

В структуре производства мужской одежды в России в I пол. 2016 года по федеральным округам лидирует Южный ФО – 39%.

Импорт мужской одежды в Россию в 2015 году составил в натуральном выражении 39 035 тонн, что на 23,1% меньше показателя 2014 года. В I пол. 2016 года импорт составил 18 144 тонны.

Импорт мужской одежды в Россию в 2015 году составил в стоимостном выражении 1 141 518 тыс. долл., что на 31,7% меньше показателя 2014 года. В I пол. 2016 года импорт составил 497 848 тыс. долл.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка мужской одежды в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка мужской одежды.
2. Определить объем и темпы роста производства мужской одежды в России.
3. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России мужской одежды.
4. Выделить и описать основные сегменты рынка мужской одежды в России.
5. Составить прогноз развития рынка мужской одежды в России.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка мужской одежды в России в ближайшие несколько лет.
7. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка мужской одежды в России.
8. Определить факторы, препятствующие росту рынка мужской одежды в России.
9. Охарактеризовать потребительские свойства различных товарных групп мужской одежды.
10. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка мужской одежды.
11. Провести мониторинг цен и определить уровень цен на рынке мужской одежды в России.

Объект исследования

Рынок мужской одежды в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке мужской одежды и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.

3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристики мужской одежды

Согласно ОКПД РФ, выделяются следующие виды производимой мужской одежды:

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

Согласно ТН ВЭД, в мужской одежде выделяют ...

...

...

Глава 3. Объем и темпы роста рынка мужской одежды в России

Объем и темпы роста рынка мужской одежды

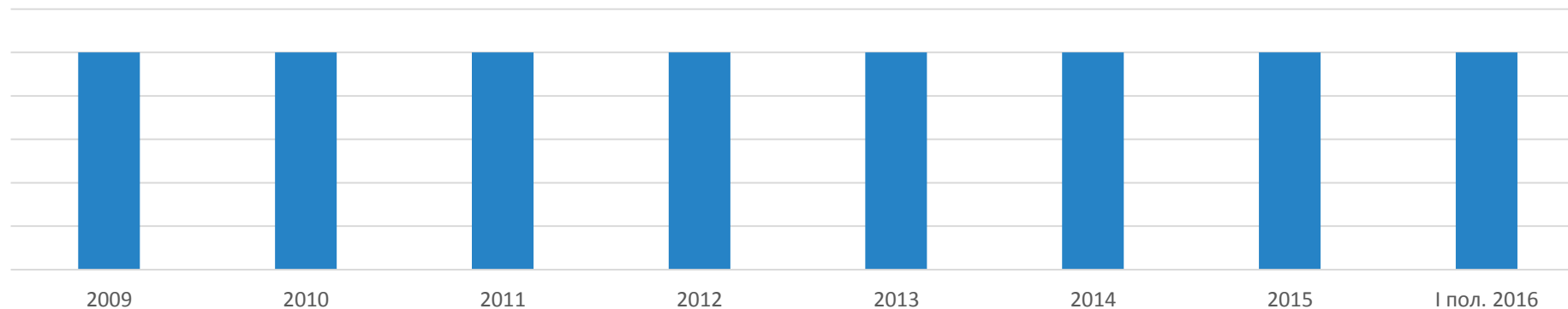
Объем рынка мужской одежды в России в натуральном выражении составил по итогам 2015 года ... тонн, что на ...% ..., чем в 2014 году. В I пол. 2016 года объем рынка составил ... тонны.

Таблица 1. Объем рынка мужской одежды в России в натуральном выражении, 2009 – I пол. 2016 гг., тонн и % прироста

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Производство								
Импорт								
Экспорт								
Объем рынка								
% прироста								

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 1. Объем рынка мужской одежды в России, 2009 – I пол. 2016 гг., тонн и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

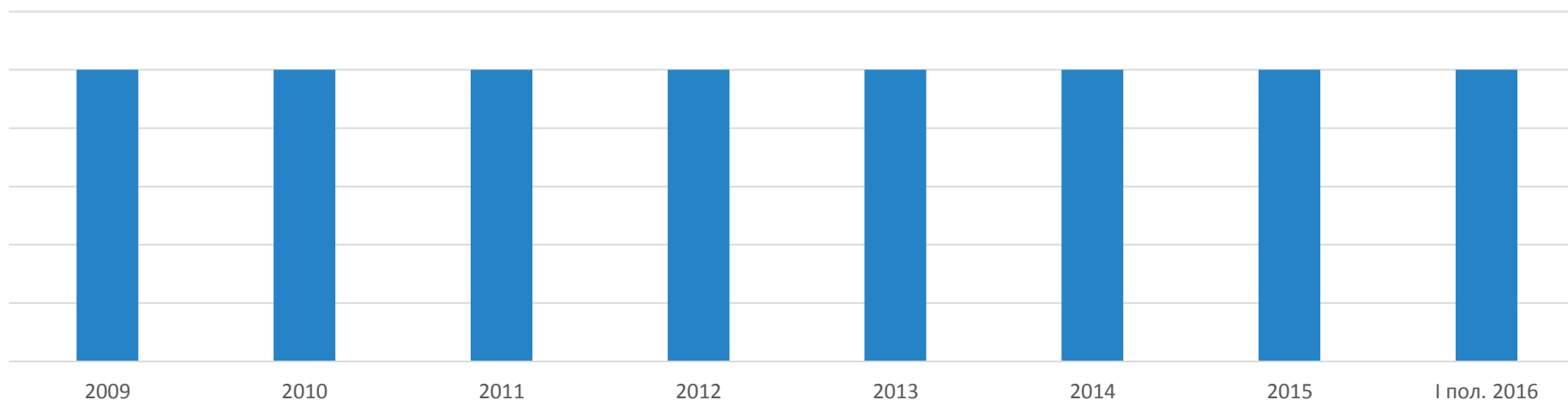
Объем рынка мужской одежды в России в стоимостном выражении составил по итогам 2015 года ... млрд. руб., что на ...% ... показателя 2014 года. В I пол. 2016 года объем рынка мужской одежды достиг ... млрд. руб.

Таблица 2. Объем рынка мужской одежды в России в стоимостном выражении, 2009 – I пол. 2016 гг., млн. руб. и % прироста

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Производство								
Импорт								
Экспорт								
Объем рынка								
% прироста								

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 2. Объем рынка мужской одежды в России, 2009 – I пол. 2016 гг., млн. руб. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Далее представлены подробные данные по объему рынка мужской одежды в натуральном и стоимостном выражении.

Таблица 3. Объем рынка мужской одежды в России в натуральном выражении (в разрезе по объемам производства, импорта и экспорта), 2009 – I пол. 2016 гг., тонн

Категория	Товарная группа	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Производство									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								

Анализ рынка мужской одежды в России

	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									
Экспорт									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									
Объем рынка									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с								

Анализ рынка мужской одежды в России

	нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Таблица 4. Объем рынка мужской одежды в России в стоимостном выражении (в разрезе по объемам производства, импорта и экспорта), 2009 – I пол. 2016 гг., млн. руб.

Категория	Товарная группа	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Производство									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									
Импорт									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								

Анализ рынка мужской одежды в России

	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									
Экспорт									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									
Объем рынка									
Трикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки,								

Анализ рынка мужской одежды в России

	комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
Нетрикотажные	Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
	Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
	Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО									

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Объем рынка мужской одежды, по данным Euromonitor International, составил в 2015 году ...

Таблица 5. Объем рынка мужской одежды в России в натуральном и стоимостном выражении, 2010-2015 гг., млн. ед. и млрд. руб.

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Млн. ед.						
% прироста						
Млрд. руб.						
% прироста						

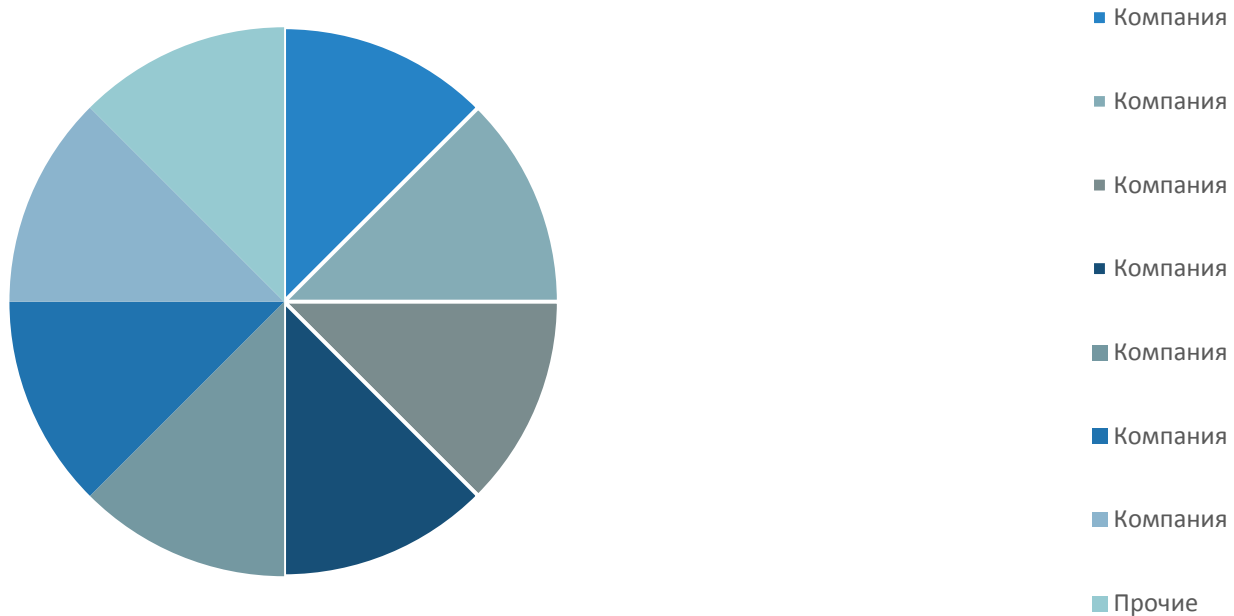
Источник: по данным Euromonitor International

Ведущие игроки на рынке

Ведущие компании

К ключевым компаниям рынка мужской одежды в России относятся ...

Диаграмма 3. Структура рынка мужской одежды в России по ведущим компаниям, 2015 г., % от рынка в стоимостном выражении



Источник: по данным Euromonitor International

Ведущие бренды

К ключевым брендам рынка мужской одежды в России относятся ...

Прогноз развития рынка

По прогнозам экспертов рынка, ...

Таблица 6. Прогноз развития рынка мужской одежды в России в натуральном и стоимостном выражении, 2016-2020 гг., млн. ед. и млрд. руб.

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Млн. ед.					
% прироста					
Млрд. руб.					
% прироста					

Источник: по данным Euromonitor International

Глава 4. Производство мужской одежды в России

Объем и темпы роста производства мужской одежды – всего

Объем производства мужской одежды в натуральном выражении составил в 2015 году ...

В стоимостном выражении объем производства мужской одежды составил в 2015 году ...

Таблица 7. Производство мужской одежды в России по товарным группам, 2009 – I пол. 2016 гг., тыс. шт. и % прироста

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Тонн								
% прироста								
Млн. руб.								
% прироста								

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Объем и темпы роста производства мужской одежды по товарным группам

Объем производства мужской одежды в России в 2015 году составил ...

Таблица 8. Производство мужской одежды в России по товарным группам, 2009 – I пол. 2016 гг., тыс. шт. и % прироста

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Костюмы, комплекты, пиджаки, блейзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты мужские или для мальчиков, трикотажные								

Анализ рынка мужской одежды в России

ВСЕГО								
% прироста								

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В структуре производства мужской одежды по товарным группам в I пол. 2016 года лидируют ...

Диаграмма 4. Производство мужской одежды в России по товарным группам, I пол. 2016 г., %



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Структура производства мужской одежды по федеральным округам

В структуре производства мужской одежды в России в I пол. 2016 года по федеральным округам лидирует ...

Глава 5. Импорт в Россию и экспорт из России мужской одежды

Импорт по товарным группам

Импорт мужской одежды в Россию в 2015 году составил в натуральном выражении ...

Таблица 9. Импорт мужской одежды в Россию по товарным группам (трикотажная и нетрикотажная одежда) в натуральном выражении, 2009 – I пол. 2016 гг., тонн и % прироста

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Трикотажные								
Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО трикотажные								
Нетрикотажные								
Пальто, полупальто, накидки, плащи, куртки (включая лыжные), ветровки, штормовки и аналогичные изделия, мужские или для мальчиков								
Костюмы, комплекты, пиджаки, блайзеры, брюки, комбинезоны с нагрудниками и лямками, бриджи и шорты (кроме купальных), мужские или для мальчиков								
Рубашки мужские или для мальчиков								
ВСЕГО нетрикотажные								
ВСЕГО								
% прироста								

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Импорт по странам происхождения

Экспорт по товарным группам

Экспорт по странам назначения

Глава 6. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка мужской одежды в России

Ключевые тренды в мужской одежде

Растущая роль мужской аудитории на рынке одежды

Рост спроса на мужскую одежду через интернет-каналы

Перспективы развития рынка мужской одежды

Перспективы среднеценового сегмента на рынке мужской одежды

Покупательское поведение мужчин на рынке одежды в различных регионах страны

Цена остается главным критерием при выборе мужской одежды

Глава 7. Уровень цен на рынке мужской одежды в России

Ниже представлены данные по средним потребительским ценам на некоторые виды мужской одежды в России.

Таблица 10. Потребительские цены на мужскую одежду в России по товарным группам, 2009 – I пол. 2016 гг., руб./шт.

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	I пол. 2016
Костюм-двойка мужской, традиционного прямого покроя, из шерстяных или полушерстяных тканей, пиджак на подкладке из искусственного или синтетического шелка								

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке мужской одежды в России

В I пол. 2016 гг. ...

...

...

Глава 9. Каналы сбыта

Основными каналами продаж одежды в 2016 году ...

....

....

....

**Глава 10. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития
ключевых игроков рынка мужской одежды в России**

O'Stin (ООО Остин)

InCity (ОАО Модный Континент)

Твое (ООО Твое)

Zara (АО Зара СНГ)

H&M (ООО Эйч Энд Эм)

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 5

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

