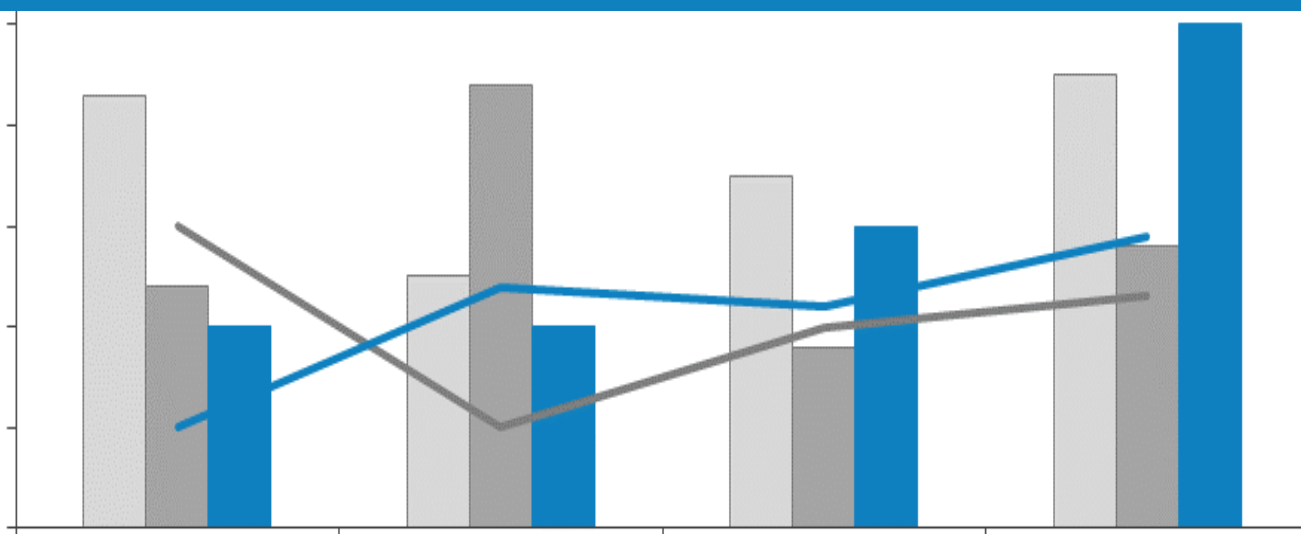




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка традиционных игрушек и игр в России



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 мнения 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.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

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 SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, РБК-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

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

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

Автомобили

Audi
Baw Motor Corporation
Bmw
Hino
Hyundai
Isuzu
Iveco
John Deere
Man
Mercedes Benz
Porsche
Scania
Setra
Skoda
Toyota
Volkswagen
Автомобили и Моторы Урала
Автоцентр Пулково
БелАЗ
Белрусавто
Вега
ГАЗ
Камаз
Северсталь-Авто
Сим-Авто-Плутон
Торговый Дом Уралавто
УАЗ

Автомобильные масла

Shell
Роснефть

Грузоперевозки / Логистика

Евротранс
Почтовая Экспедиционная Компания
Трейд Лоджистик Компани
Фм Ложистик Восток

Гостиничный бизнес

Holiday Inn
Гостиница Москва
Интурист Отель Групп
Русские Отели

Недвижимость

Rdi Group
АК Барс Девелопмент
Главстрой
Кonti и К
Ренова-Стройгруп
Русская Инвестиционная Группа
Строительная Компания «Люксора»

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм

Автомобильные шины

Exxon Mobil
Shell
Роснефть
Bridgestone
Continental
Cordiant
Goodyear
Hankook
Michelin
Nokian
Pirelli
Sumitomo
Yokohama
Алтайский Шинный Комбинат
Белшина
Востокшинторг
Днепрошина
Мво-Столица
Нижекамскшина

Строительные и отделочные материалы

Caparol
Cersanit
Estima
Henkel
Ideal Standard-Vidima
Kleo
Lasselsberger
Rockwool
Saint Gobain Isover
Swisscolor
Tarkett
Terracco
Tikkurila
Trale
Ursa Евразия
Wienrberger
Ангарский Керамический Завод
Армавирский Керамический Завод
Бентонит
Бийский Завод Стеклопластиков
Гранит Кузнечное
Евротизол
Керама Центр
Кератон
Лср
Минвата
Оптимист
Промстройматериалы
Ратм Цемент Холдинг
Русплит
Самарский Стройфарфор
Санитек
Сибирь-Цемент-Сервис
Старатели
Топкинский Цемент
Уфимский
Комбинат
Эмпилс
Юнис
Ярославские краски

Промышленные рынки

ABB
Alcoa
BASF
Dupont
Mitsui
Schneider Electric
Siemens
Sojitz Corporation
Xerox
Агромашхолдинг
Альта Виста
Байкальская Лесная Компания
Батис
Волжский Оргсинтез
Воткинский Завод
Газпром
Газпром Нефть
Евроцемент
Завод Чистящих и моющих средств
Завод Сварочного Оборудования
Искра
Илим Палп
Интерстекло
Керамир
Кубаньгрузсервис
Лебедянский Гок
Моспромстрой
Рао Эзс **Азербайджане**
Роснефть
Русал
Русский Пластик
Салаватстекло
Северсталь
Сибирский Цемент
Содовая Компания
Сургутнефтегаз
Татлестрой
ТНК-ВР
Топкинский цемент
Трансстрой
Уралавтостекло
Уралхим
Уралхимпласт
Элопак

Мебель

Ромул
Соло
Фабрика «8 марта»
Феликс

СМИ

Ведомости
Итоги
Коммерсантъ
Компания
Профиль
РБК
Секрет фирмы
Эксперт

Аудит и консалтинг

Bain&Company
Boston Consulting Group
Deloitte&Touche
Ernst&Young
Interbrand
J'Son & Partners Consulting
KPMG
Marshall Capital Partners
Price Waterhouse Coopers
Roland Berger Strategy Consultants
Wolk&Partner
Бдо Юникон
Косалтингстройинвест
Северо-Западный Юридический
Центр
Стратегика
Фонд Центр Стратегических
Разработок Северо-Запад
Экопси Консалтинг

Страхование

Гута-Страхование
Ингосстрах
Наста
Ренессанс Страхование

IT / Телевидение

Hewlett Packard
Intel
Microsoft
Sitronics
Арктел
Ассоциация Кабельного Телевидения
РФ
Группа Компаний Вид
Дальневосточная Компания
Электросвязи
Зебра Телеком
Новосибирский Городской Сайт
Опытный Завод Микрон
Ренова-Медиа
Ростелеком
Сибирьтелеком
Спутниковое Мультимедийное
Вещание
Центральный Телеграф

Бытовая техника

Bosch
Electrolux
Whirlpool
Атлант

Банки и финансовые компании

Deutsche Bank
Raiffeisen
Russia Partners Management Llc.
Абсолютбанк
Ак Барс Банк
Альфа Банк
Банк Москвы
Банк Тураналем
ВТБ
Газпромбанк
Дельтакредит
Евразийский Банк Развития
Еврофинанс Моснарбанк
Запсибкомбанк
ИФД Капиталь
Ифк Алемар
Камчатпрофитбанк
Кмб-Банк
Левобережный
Металлинвестбанк
Москоммерцбанк
Пробизнесбанк
Промсвязьбанк
Ренессанс Капитал
Ренова-Финанс
Российский Банк Развития
Русский Стандарт
Русфинанс Банк
Сбербанк
Славпромбанк
Солид Инвест
Тройка Диалог
Финансбанк
Центральный Банк Российской
Федерации

Реклама

News Outdoor
Video International
Агентство Массовых Коммуникаций
АК.М
Арс Комьюникейшнс
Северная Медиа Группа

Ресторанный бизнес

Картофельный Папа
Ресторатор
Росинтер Ресторантс
Солнце Мехико

Розничная торговля

Domo
Ашан
М Видео
Мир
Перекресток
Эльдорадо

Продукты питания

Mars
Pepsi-Cola
Tchibo
Unilever
Айс-Фили
Волгоградские Водки
Вто Эрконтпродукт
Лебедянский
Минводопищепродукт
Минеральные Воды Кавказа
Нижегородский Масло-Жировой
Комбинат
Русский Винный Трест
Русский Продукт
Фабрика Мороженого Престиж

Киноиндустрия

Гемини Энтертейнмент
Инвесткинопроект
Каро Фильм
СТС-Медиа

Одежда и Обувь

Ессо
Savage
Белвест
Глория Джинс
Диском
Обувь Азербайджане
Три Толстяка

Парфюмерия и косметика

Beiersdorf Ag
Procter&Gamble
Splat
Yves Rocher
Л' Этуаль
Невская Косметика

Образование

Государственная Публичная Научно-
Техническая Библиотека Со Ран
ГУ Высшая Школа Экономики
Новосибирский Государственный
Университет

Содержание

Содержание	6
Список таблиц и диаграмм	7
Таблицы:	7
Диаграммы:	7
Резюме	9
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	10
Объект исследования	10
Цель исследования	10
Задачи исследования.....	10
Метод сбора и анализа данных.....	10
Метод анализа данных.....	11
Объем и структура выборки.....	11
Глава 2. Объем и темпы роста рынка традиционных игрушек и игр в России	12
Сегмент Конструктор	14
Сегмент Настольные игры и головоломки	16
Сегмент Куклы и аксессуары.....	19
Сегмент Хобби и творчество	19
Сегмент Игрушки для новорожденных.....	19
Сегмент Подвижные куклы-фигурки.....	19
Сегмент Сюжетно-ролевые игры.....	19
Глава 3. Каналы сбыта	20
Глава 4. Основные тенденции и перспективы развития рынка традиционных игрушек и игр в России.....	20
Глава 5. Конкурентный анализ рынка традиционных игрушек и игр в России	21
Рыночные доли компаний	22
Рыночные доли брендов.....	24
Глава 6. Прогноз развития рынка традиционных игрушек и игр в России до 2022 г.....	26

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 3 таблицы и 24 диаграммы.

Таблицы:

Таблица 1. Дистрибуция традиционных игрушек и игр по формату торговли в России в стоимостном выражении, %.

Таблица 2. Доли производителей в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Таблица 3. Доли брендов в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка традиционных игрушек и игр в России, млн. руб., %.

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка традиционных игрушек и игр в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 3. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Конструктор» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 4. Доли брендов в объеме сегмента «Конструктор» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Настольные игры и головоломки» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 6. Доли производителей в объеме сегмента «Настольные игры и головоломки» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 7. Доли брендов в объеме сегмента «Настольные игры и головоломки» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 8. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Куклы и аксессуары» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 9. Доли производителей в объеме сегмента «Куклы и аксессуары» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 10. Доли брендов в объеме сегмента «Куклы и аксессуары» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 11. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Хобби и творчество» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 12. Доли производителей в объеме сегмента «Хобби и творчество» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 13. Доли брендов в объеме сегмента «Хобби и творчество» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 14. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Игрушки для новорожденных» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 15. Доли производителей в объеме сегмента «Игрушки для новорожденных» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 16. Доли брендов в объеме сегмента «Игрушки для новорожденных» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 17. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Подвижные куклы-фигурки» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 18. Доли производителей в объеме сегмента «Подвижные куклы-фигурки» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 19. Доли брендов в объеме сегмента «Подвижные куклы-фигурки» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 20. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Сюжетно-ролевые игры» в России, млн. руб., %.

Диаграмма 21. Доли брендов в объеме сегмента «Сюжетно-ролевые игры» в России, % от объема сегмента в стоимостном выражении.

Диаграмма 22. Доли производителей в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 23. Доли брендов в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России, % от объема рынка в стоимостном выражении.

Диаграмма 24. Прогноз объема и темпов прироста рынка традиционных игрушек и игр в Росси в 2018-2022 гг., млн. руб., %.

Резюме

DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка традиционных игрушек и игр в России.

Объем рынка традиционных игрушек и игр в России в 2017 г. составил 130 849 млн. руб.

Среднегодовой темп прироста рынка традиционных игрушек и игр в России в 2013-2017 гг. составил 8,6% в стоимостном выражении.

Лидирующую позицию на рынке традиционных игрушек и игр в России в 2017 г. занимает сегмент «Конструктор». Его доля в объеме данного рынка в стоимостном выражении составила 24,6%.

На протяжении всего рассматриваемого периода рейтинг компаний на рынке традиционных игрушек и игр оставался стабильным. В 2017 г. лидерами по-прежнему остаются международные компании Lego, Hasbro и Mattel. Рыночная доля компании Lego в объеме рынка в России в 2017 г. в стоимостном выражении составила 16,1%.

Лидирующим брендом по объему продаж в стоимостном выражении на рынке традиционных игрушек и игр в России в 2017 г. стал Lego.

Реализация традиционных игрушек и игр в России в основном осуществляется через канал «Внутримagaзинная розница», которая преимущественно представлена розничными и специализированными магазинами. Через данный канал в 2017 г. было продано в стоимостном выражении 81,6% товаров.

Объем рынка традиционных игрушек и игр в России в 2022 г. предположительно составит 183 769,1 млн. руб.

Среднегодовой темп прироста объема рынка в период с 2018 г. по 2022 г. составит 7%.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Объект исследования

Рынок традиционных игрушек и игр в России.

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка традиционных игрушек и игр России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы прироста и динамику развития рынка традиционных игрушек и игр в России.
2. Выделить и описать основные сегменты рынка традиционных игрушек и игр в России.
3. Определить рыночные доли компаний и брендов на рынке традиционных игрушек и игр в России.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке традиционных игрушек и игр в России.
5. Определить основные каналы сбыта продукции на рынке традиционных игрушек и игр в России.
6. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка традиционных игрушек и игр в России в ближайшие несколько лет.
7. Составить прогноз объема рынка традиционных игрушек и игр в России до 2022 г. в стоимостном выражении.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения кабинетного исследования. В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на

рынке традиционных игрушек и игр в России и получить показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Метод анализа данных

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.

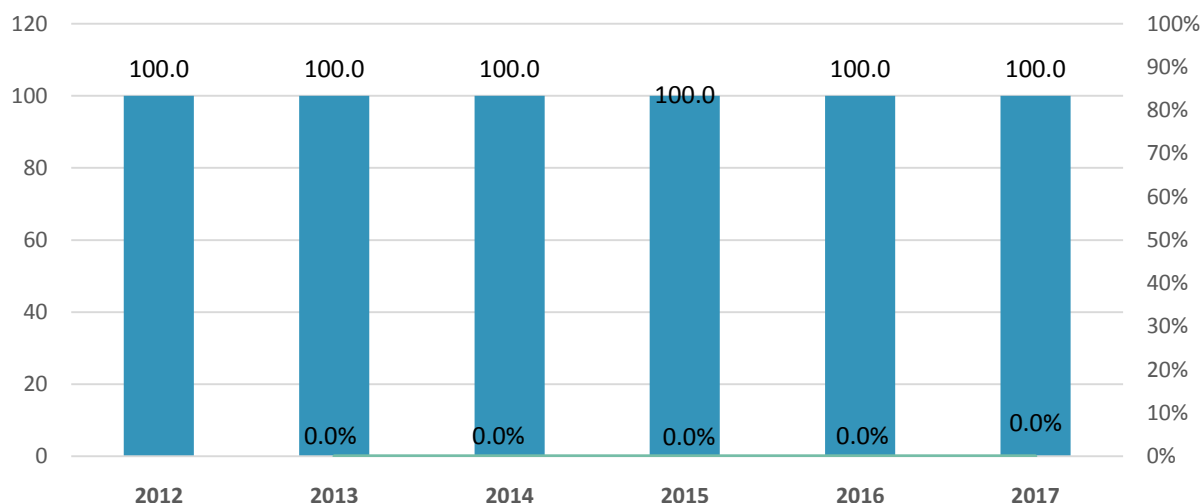
Глава 2. Объем и темпы роста рынка традиционных игрушек и игр в России

Объем рынка традиционных игрушек и игр в России в 2017 г. в стоимостном выражении составил 130 849 млн. руб.

После темпов прироста в 2013-2015 гг., с 2016 г. наблюдалось темпов прироста. Так, в 2015 г. темп прироста в стоимостном выражении составлял , а в 2017 г. –

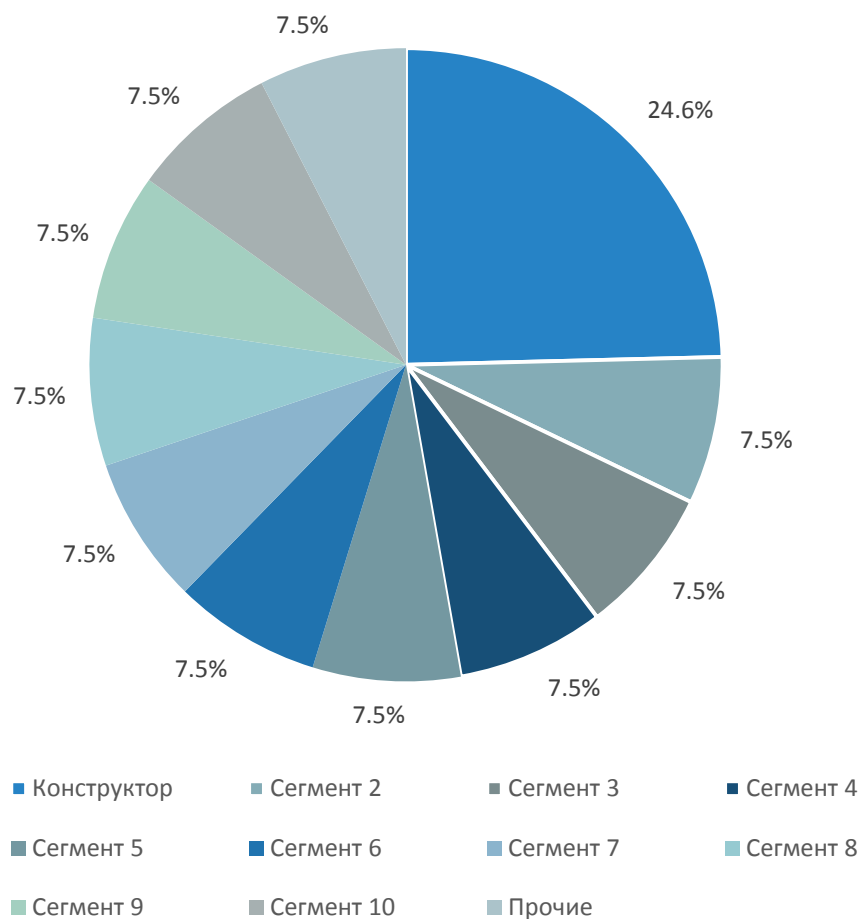
Среднегодовой темп прироста рынка традиционных игрушек и игр в России в рассматриваемый период составил 8,6%.

Диаграмма 1. Объем и темпы прироста рынка традиционных игрушек и игр в России в 2012-2017 гг., млн. руб., %.



Лидирующую позицию на рынке традиционных игрушек и игр в России в 2017 г. занимает сегмент «Конструктор». Его доля в объеме данного рынка в стоимостном выражении составила 24,6%. На втором месте по объему сегмент «.....» - Третье место по объему продаж в стоимостном выражении занял сегмент «.....» -

Диаграмма 2. Доли сегментов в общем объеме рынка традиционных игрушек и игр в России в 2017 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



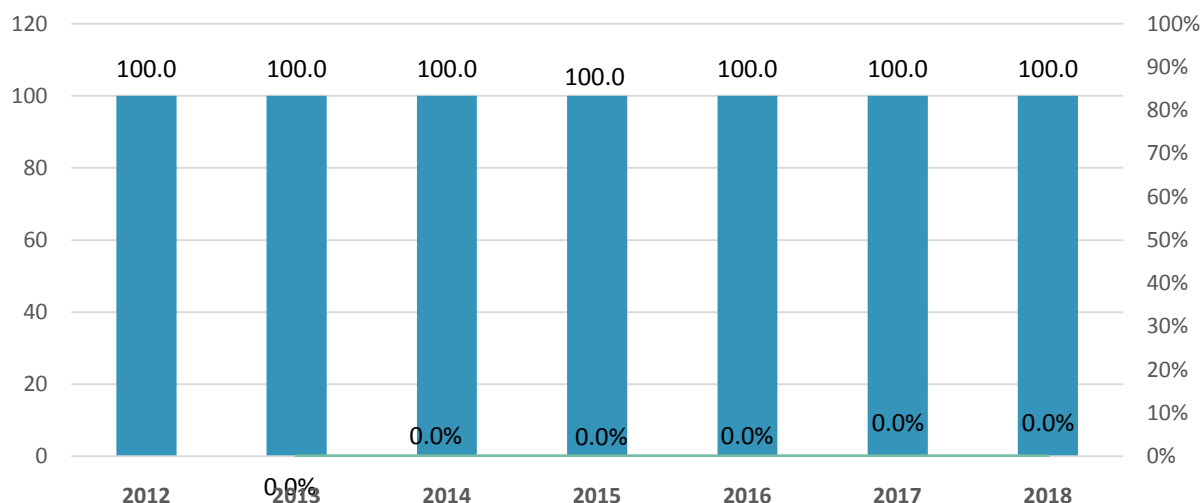
Сегмент Конструктор

Сегмент «Конструктор» является самым крупным сегментом рынка традиционных игрушек и игр в России в стоимостном выражении. На протяжении рассматриваемого периода наблюдалось постоянное объема продаж конструкторов в России. Объем данного сегмента в 2017 г. составил млн. руб.

После 2014 г. в сегменте наблюдалось темпа прироста, который в 2017 г. составил , в то время как среднегодовой темп прироста равен в стоимостном выражении.

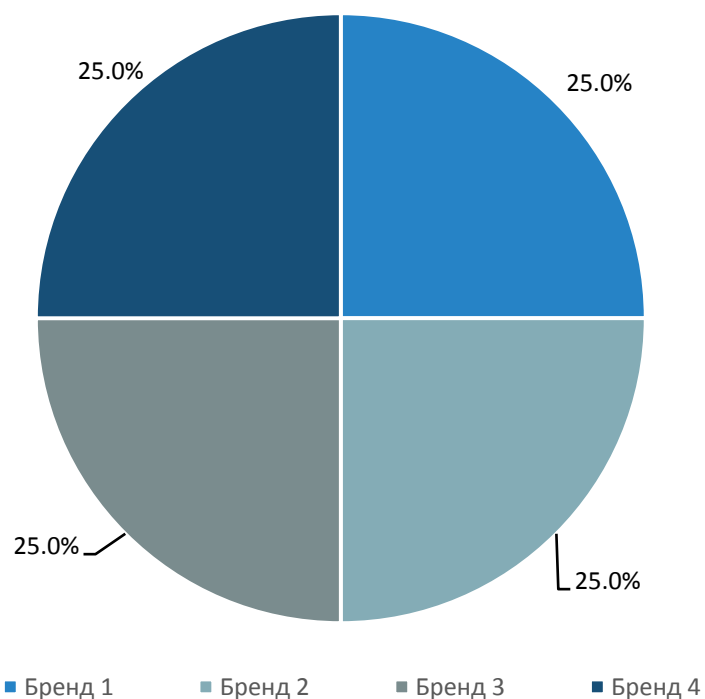
По прогнозам, объем сегмента в 2018 г. на и составит млн. руб.

Диаграмма 3. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Конструктор» в России в 2012-2018 гг., млн. руб., %.



Лидером по объемам продаж в сегменте «Конструктор» в России в 2017 г. стал бренд Доля бренда в стоимостном выражении составила

Диаграмма 4. Доли брендов в объеме сегмента «Конструктор» в России в 2017 г., % от объема сегмента в стоимостном выражении.

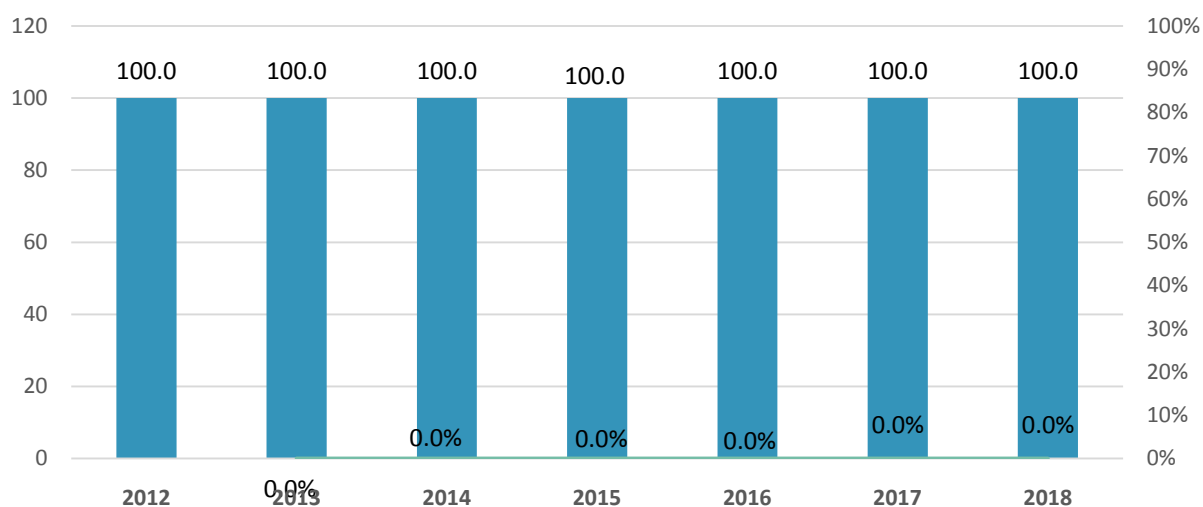


Сегмент Настольные игры и головоломки

В сегменте «Настольные игры и головоломки» на протяжении всего рассматриваемого периода наблюдается объемов продаж в стоимостном выражении. Объем сегмента в России в 2017 г. по сравнению с 2012 г. более чем в раза и составил млн. руб.

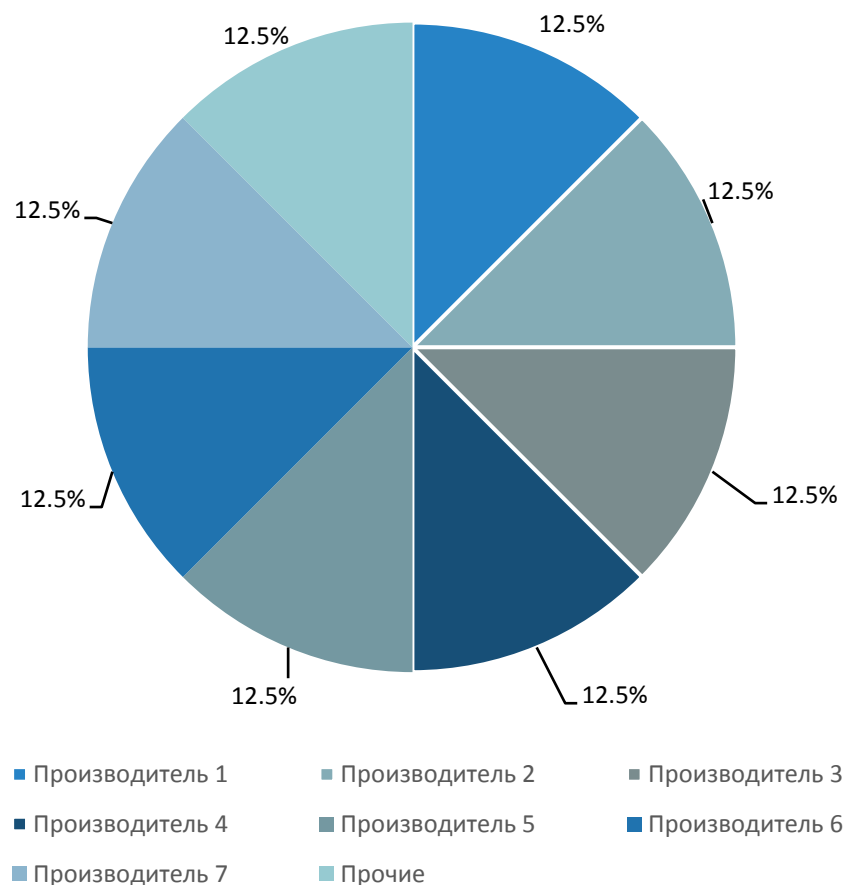
Прогнозируется, что в 2018 г. объем сегмента и составит млн. руб.

Диаграмма 5. Объем и темпы прироста сегмента рынка «Настольные игры и головоломки» в России в 2012-2018 гг., млн. руб., %.



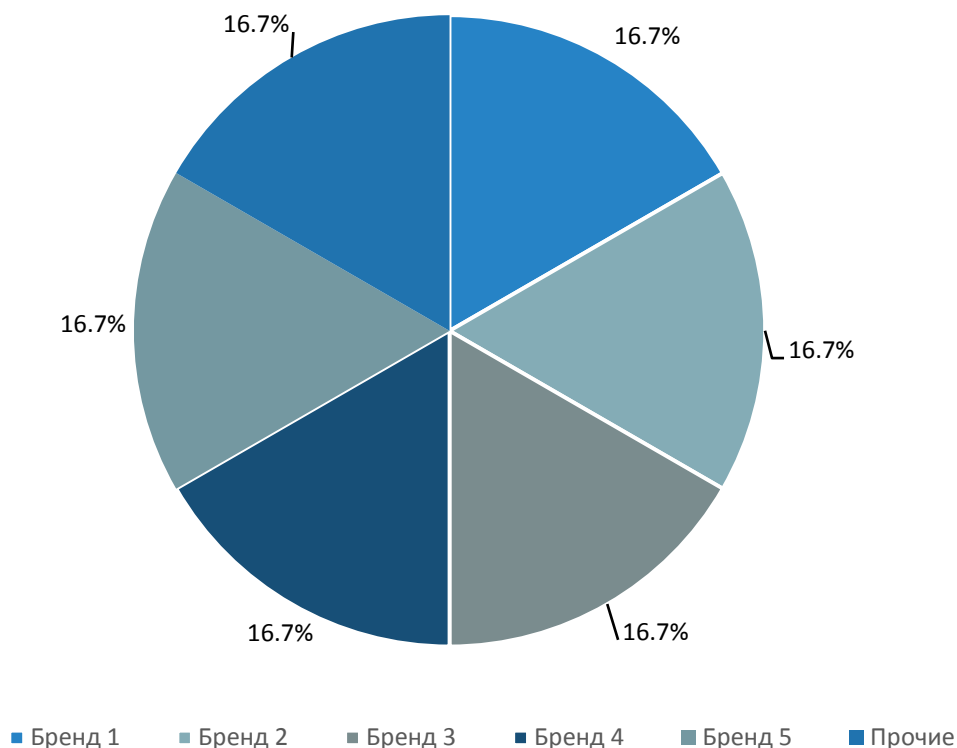
Компания занимает лидирующую позицию в сегменте по объему продаж в стоимостном выражении. Доля компании в сегменте в 2017 г. составила На втором месте –

Диаграмма 6. Доли производителей в объеме сегмента «Настольные игры и головоломки» в России в 2017 г., % от объема сегмента в стоимостном выражении.



Лидерами по объемам продаж в сегменте «Настольные игры и головоломки» в России в 2017 г. стали бренды и Доля брендов в объеме сегмента в 2017 г. в стоимостном выражении составила и соответственно.

Диаграмма 7. Доли брендов в объеме сегмента «Настольные игры и головоломки» в России в 2017 г., % от объема сегмента в стоимостном выражении.



Сегмент Куклы и аксессуары

Сегмент Хобби и творчество

Сегмент Игрушки для новорожденных

Сегмент Подвижные куклы-фигурки

Сегмент Сюжетно-ролевые игры

Глава 3. Каналы сбыта

Реализация традиционных игрушек и игр в России в основном осуществляется через канал «Внутримагазинная розница», которая преимущественно представлена розничными и специализированными магазинами. Через данный канал в 2017 г. было продано в стоимостном выражении 81,6% товаров.

Среди специализированных магазинов основным каналом сбыта являются , через которые в 2017 г. было реализовано традиционных игрушек и игр в стоимостном выражении.

Через канал «Внемагазинная розница» в 2017 г. было продано 18,4% игрушек и игр. Основная доля продаж в данном канале в 2017 г. пришлась на и составила

В 2017 г. наблюдается объемов реализации в стоимостном выражении между каналами и относительно 2012 г.

Таблица 1. Дистрибуция традиционных игрушек и игр по формату торговли в России в 2012 и 2017 гг. в стоимостном выражении, %.

Категории точек продаж	2012	2017
Внутримагазинная розница		
- Розничные магазины		
-- Современная розница		
--- Мини-маркет		
--- Гипермаркеты		
--- Супермаркеты		
-- Традиционная розница		
- Специализированные магазины		
- Магазины досуга и товаров личного пользования		
--- Магазины традиционных игрушек и игр		
--- Магазины спортивных товаров		
--- Прочие магазины досуга и товаров личного пользования		
--- Прочие специализированные магазины		
- Прочие специализированные магазины одежды и обуви		
-- Магазины с комплексным ассортиментом		
--- Универмаги		
--- Универсам		
ВНЕмагазинная розница		
- Вендинг		
- Прямые продажи		
- Интернет розница		
- Магазин-на-диване		
Итого		

Глава 4. Основные тенденции и перспективы развития рынка традиционных игрушек и игр в России

- В связи с экономическим кризисом в России в конце 2014 г. и уменьшением доходов россиян, среди современных родителей перестало быть популярным покупать детские игрушки в большом количестве. Вместо этого они стремятся вкладывать средства в развитие и образование своих детей, покупая им гаджеты и развивающие игрушки STEM, а также занятия на различных курсах.

Глава 5. Конкурентный анализ рынка традиционных игрушек и игр в России

Рыночные доли компаний

На протяжении всего рассматриваемого периода рейтинг компаний на рынке традиционных игрушек и игр оставался стабильным. В 2017 г. лидерами по-прежнему остаются международные компании Lego, Hasbro и Mattel.

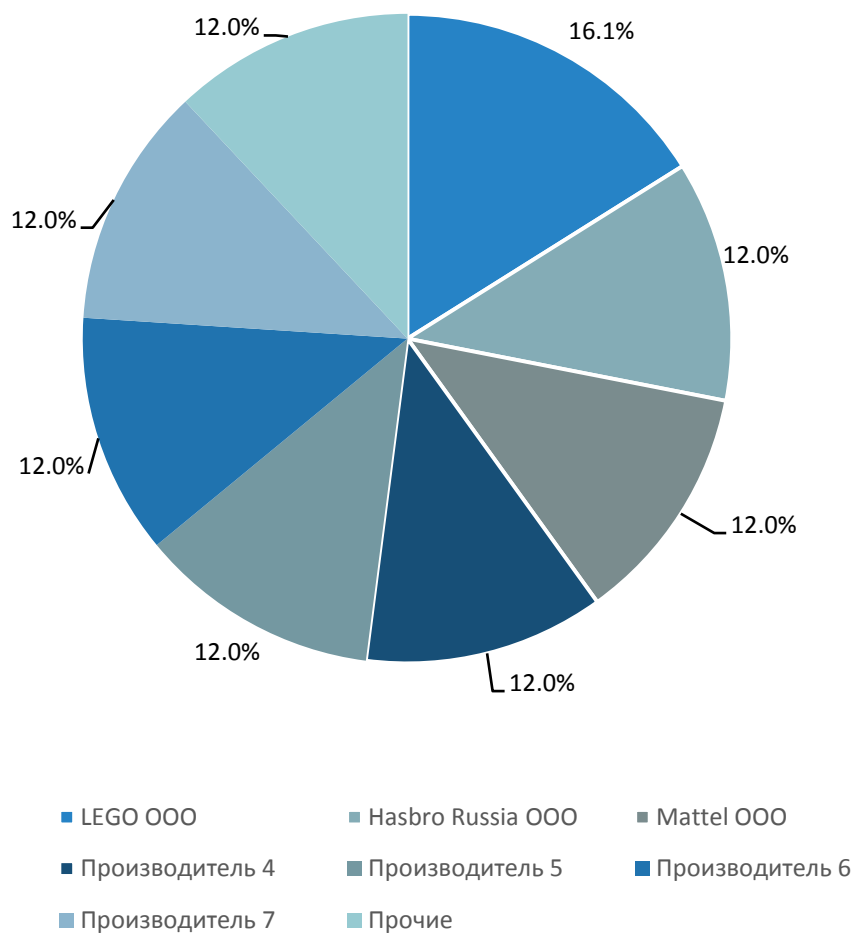
Рыночная доля компании Lego в объеме рынка в России в 2017 г. в стоимостном выражении составила 16,1%. На втором месте компания Hasbro, рыночная доля которой к 2017 г. относительно 2012 г. и составила

В связи с развитием цифровых технологий и искусственного интеллекта, которые приобретают широкую популярность во всех сферах жизни людей, производителям необходимо адаптировать новые технологии для создания новых привлекательных для потребителей игрушек. Так, например, компания выпустила новый конструктор, которые позволяет детям дошкольного возраста изучать основы программирования, сначала создавая робота, а затем с помощью специального приложения на смартфоне или планшете программируя его действия.

Таблица 2. Доли производителей в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России в 2012-2017 гг., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Производитель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
LEGO ООО						
Hasbro Russia ООО						
Mattel ООО						
Прочие						
Итого						

Диаграмма 8. Доли производителей в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России в 2017 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



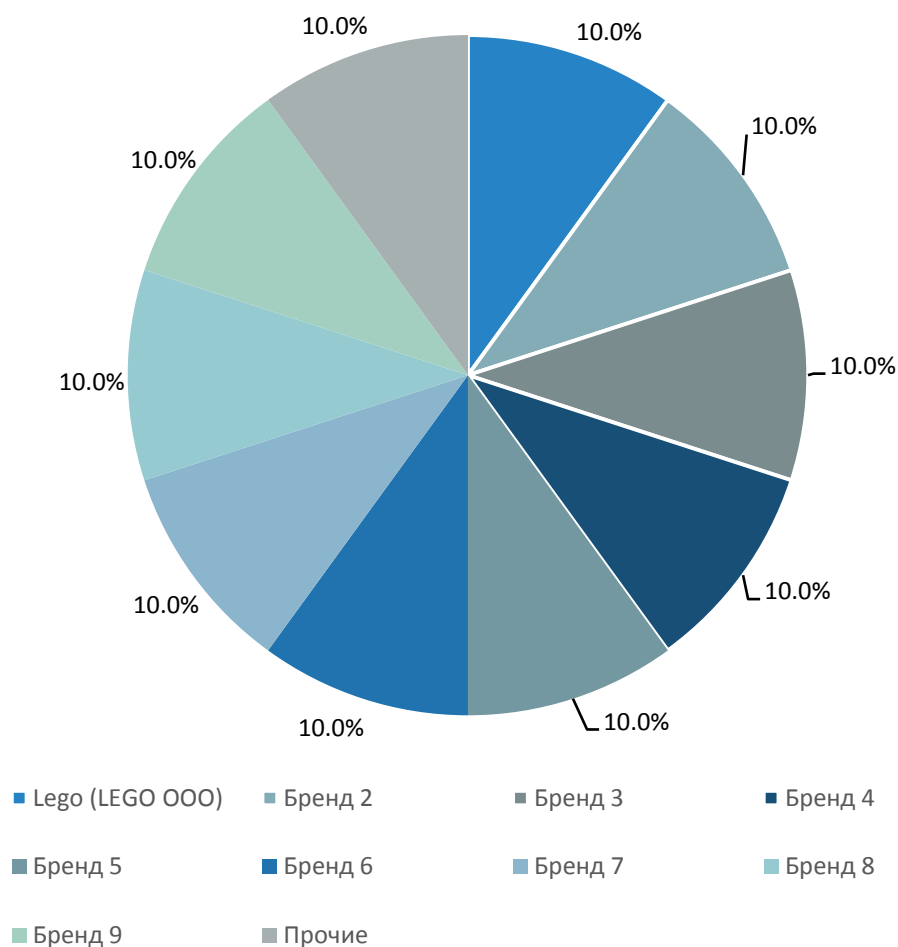
Рыночные доли брендов

Лидирующим брендом по объему продаж в стоимостном выражении на рынке традиционных игрушек и игр в России в 2017 г. стал Lego. Доля данного бренда в 2017 г. составила

Таблица 3. Доли брендов в объёме рынка традиционных игрушек и игр в России в 2014-2017 гг., % от объема рынка в стоимостном выражении.

Бренд	Производитель	2014	2015	2016	2017
Lego	LEGO OOO				
Прочие	Прочие				
Итого	Итого				

Диаграмма 9. Доли брендов в объеме рынка традиционных игрушек и игр в России в 2017 г., % от объема рынка в стоимостном выражении.



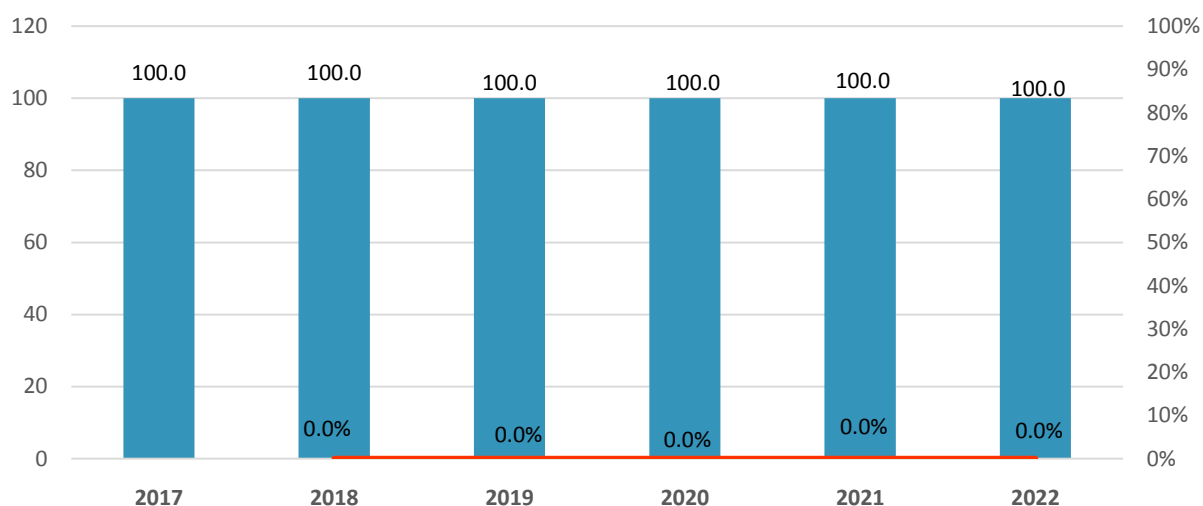
Глава 6. Прогноз развития рынка традиционных игрушек и игр в России до 2022 г.

Согласно прогнозам, в России в 2018-2022 гг. объемы продаж традиционных игрушек и игр в стоимостном выражении будут

Объем рынка традиционных игрушек и игр в России в 2022 г. предположительно составит 183 769,1 млн. руб.

Среднегодовой темп прироста объема рынка в период с 2018 г. по 2022 г. составит 7%.

Диаграмма 10. Прогноз объема и темпов прироста рынка традиционных игрушек и игр в России в 2018-2022 гг., млн. руб., %.



Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

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

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

