

НОВЫЙ ГОД ПРОШЕЛ, А УКРАШЕНИЯ ОСТАЛИСЬ

ГК Step by Step провела маркетинговое исследование российского рынка елочных украшений. Сезонность, высокая конкуренция, большая доля импорта – основные характеристики этого сегмента. Маркетологи изучили динамику и основных производителей главного новогоднего декора.

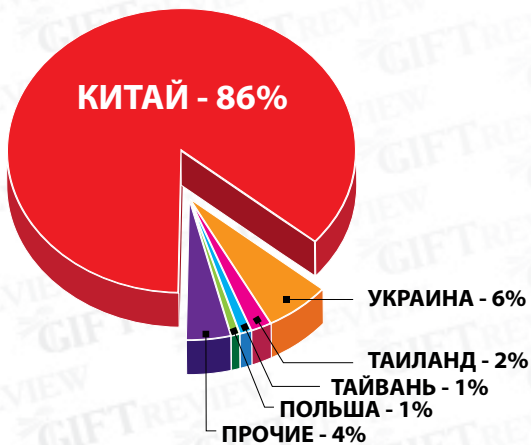
В конце 2012 года наблюдался рост цен на елочные украшения по сравнению с 2011 годом на 5-20%. Такая же тенденция сохранилась и в 2013 году. Самыми дешевыми игрушками считаются елочные украшения китайского производства. На их долю приходится 60% рынка новогодних украшений. Эксперты отмечают, что на сегодняшний день рынок растет, и наибольший интерес сейчас вызывает средний ценовой сегмент со стоимостью елочных украшений от 90 до 300 рублей за единицу.

Традиционно российский потребитель не привык тратить на елочные украшения, на протяжении многих лет используя имеющиеся и обновляя запасы лишь парой новых игрушек. Напротив, в Европе 60% новогодней продукции «одноразовое» и елку наряжают каждый год новыми украшениями. В то же время 2012 году наблюдался высокий скачок в объеме производства елочных украшений в России. (На момент написания отчета данных за 2013 год в открытых источниках не было). По оценочным данным, ежегодно в России производится около 15-20 миллионов елочных игрушек.

В продаже на российском рынке елочных украшений встречается продукция, как отечественного производства, так и иностранного, распространяемая с помощью компаний-дистрибьюторов. Многие производители елочных украшений совмещают сезонное производство елочных украшений с другими видами производств (производство посуды, электроприборов и пр.). Структура импорта по стране происхождения

Диаграмма 1

Структура импорта новогодних украшений по стране происхождения, %



Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

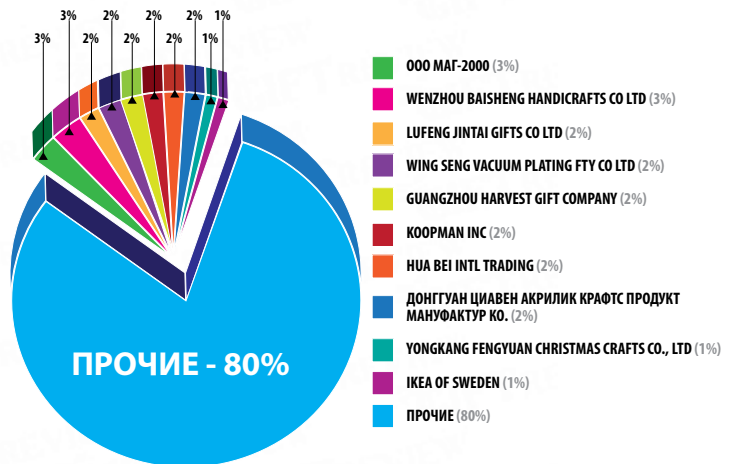
изводства отражена в Диаграмме 1.

Наибольшая доля продукции, импортированной в Россию в 2013 году, была произведена в Китае – 86%. Также стоит отметить Украину (6%). В Диаграмме 2 показаны доли рынка некоторых крупных фирм-производителей.

Больше всего импортированных новогодних украшений было произведено украинской компанией ООО «Mag-2000» (около 3%) и китайской компанией WENZHOU BAISHENG HANDICRAFTS CO. (также около 3%). Стоит отметить, что импорт новогодних украшений является в высшей степени конкурентным сектором. В связи с этим на первых десять лидеров импорта приходится лишь 20% продукции. Если рассмотреть абсолютные показатели, то на компанию ООО «Mag-2000»

Диаграмма 2

Структура импорта новогодних украшений по фирмам-изготовителям, %



Источник: ГК Step by Step, 2013 г.

пришлось около 280 тонн импорта общей стоимостью 1,12 млн. USD, на WENZHOU BAISHENG HANDICRAFTS CO. – около 270 тонн, стоимостью 1,53 млн. USD.

Экспорт елочных украшений из России составляет около 1% от общего торгового оборота в натуральном выражении. Важно отметить, при низком объеме экспорта в натуральном выражении, в стоимостном выражении он составил 20% от торгового оборота. Более всего новогодних украшений было экспортировано в Азербайджан (31% или 19,4 тонн), Украину (28% или 17,07 тонн) и Германию (18% или 11,17 тонн). Доля каждой из оставшихся стран не превышает 3,5%.

Основными компаниями производителями экспорта новогодних украшений стали:

- ООО «Новый Шар»
- ООО «ПКПЛАСТИНДУСТРИЯ»
- ООО «ФОРМУЛА»
- Доля остальных компаний не превышает 5%.

На данный момент на рынке присутствует несколько крупных отечественных игроков. Например, на долю ОАО «Елочка» (Клинский район, г. Высоковск) и ЗАО «ПК Иней» (Павло-Посадский район, д. Данилово) приходится около 15-20% всего российского производства. Это предприятиями народных художественных промыслов, специализирующиеся на выпуске елочных украшений, сохраняющие и развивающие традиции городского промысла.

Данные официальной статистики свидетельствуют о том, что около 9% экспорта продукции было произведено не отечественными производителями, то есть это был реэкспорт.

Главными сдерживающими факторами развития собственного российского производства в данном секторе являются:

- сезонность — 80% всей продукции реализуется в ноябре-декабре;
- предъявляются высокие требования к транспортировке, так как продукция является чрезвычайно хрупкой;
- закрытость бизнеса, напряженная конкурентная борьба за присутствие на рынке.

Мерзлякова Татьяна Александровна
 Менеджер по маркетингу ГК Step by Step