Автор: admin
04.12.2010 21:09 -

На протяжении последних лет происходит активный рост рынка детских товаров, в частности, быстро развивается рынок игрушек. Обширное и разнообразное предложение явно превышает спрос. Годовой оборот на рынке игрушек в России на сегодняшний день оценивается в сотни миллионов долларов и, по мнению специалистов ассоциации производителей игрушек, ежегодно увеличивается на треть. В целом российский рынок выглядит примерно следующим образом: около половины занимают куклы и разнообразные плюшевые игрушки, остальное - конструкторы, видеоигры, технические игрушки, настольные игры и паззлы.

При этом большее число игрушек - иностранного производства: это и дорогие западные, и самые дешевые китайские товары; средняя же ниша заполнена товарами из Польши и других стран Восточной Европы. Примерно каждый десятый рубль своих доходов семейный россиянин dior в возрасте до 35 лет тратит на покупку игрушек. Ситуация, когда родители стремятся предложить маленькому ребенку широкий выбор игрушек с целью стимулировать его развитие, является очень привлекательной для производителей игрушек и обуславливает высокую перспективность этого сегмента рынка.

Когда ребенок подрастает, выбор игрушки перестает зависеть только от родителей. Как показывают исследования, около половины 4-6 летних детей выбирают игрушки в основном самостоятельно, еще 40% - вместе с родителями и другими родственниками. Но детские вкусы крайне изменчивы. Год от года дети меняют свои увлечения и своих кумиров, будь то герои мультфильмов, киноактеры или музыкальные группы. Производители товаров для детей должны быстро адаптироваться к новым потребностям своей целевой аудитории, чтобы остаться привлекательными для потребителей.

В последние годы можно увидеть, как изменяются предпочтения покупателей в отношении типов игрушек. При сравнительно постоянном интересе к категории кукол растет доля покупателей различных аксессуаров для них: домиков, мебели, одежды. Все более охотно родители покупают своим детям игрушки с развивающими функциями: конструкторы, паззлы, мозаики. При этом границы возрастных групп, на которые ориентированы те или иные виды игрушек, заметно смещаются под влиянием общей тенденции ускорения темпов интеллектуального развития детей - постепенно уменьшается средний возраст владельцев традиционных игрушек. Дети еще раньше начинают знакомиться parfum с новыми видами игрушек. Все больше родителей предлагают малышам до 3лет паззлы, мозаики, конструкторы, лото, кукол с большим набором аксессуаров и другие достаточно сложные игрушки.

С ростом ребенка меняются его игровые пристрастия и, следовательно, ему нужны новые игрушки. Правильным выбором родители помогают ребенку полнее самореализоваться. Игрушки, развивающие творческие способности и любимые детьми абсолютно всех возрастов,уже на протяжении многих лет, - конструкторы датской фирмы "Лего". Разноцветные части и фигурки, благодаря своей совершенной конструкции, на протяжении многих лет не теряют формы и передаются по наследству из поколения в поколение. Привлекательны для детей школьного возраста серии "Бионикл" (герои имеют множество сменяющихся масок), "Марс" (космос и инопланетяне), "Альфа Тим" (защита человечества от инопланетного вторжения) и "Студиос" (бесконечные возможности съемки сюжетов по собственному сценарию камерой "Лего"). В последние годы компания сменила свою маркетинговую стратегию исходя из тенденций рынка - направила более 25% своего маркетингового бюджета на продвижение игрушек, рассчитанных на детей до 4 лет. Как выяснилось, этот сектор рынка развивается динамичнее всего, потому что родители все больше внимания уделяют развитию своего ребенка и стремятся начать его как можно раньше. Кстати, в развитых странах на игрушки для детей в возрасте до 1 года приходится 50% продаж.

Не прошла еще волна "покемономании". Японские герои, созданные компанией "Нинтендо", атаковали Россию несколько лет назад и распространялись в виде игр для компьютерных приставок, плюшевых игрушек, брелков, переводных картинок, украшений детских маек и кепок. Массовую атаку на родительские кошельки поддержал одноименный телевизионный сериал кинофильм, после просмотра которого одной из самых продаваемых игрушек стал Покемон и игры с ним.

Стройная, длинноногая и длинноволосая кукла Барби и ее друг Кен с их богатым гардеробом также все еще пользуются спросом, но по сравнению с минувшими годами их слава понемногу меркнет. Конкуренцию этим куклам составляет младенец Бэби Бон, обладающий всеми чертами новорожденного. Чтобы этот игрушечный ребенок мог выполнять все свои функции, ему необходимо специальное питание, пеленки и памперсы, соки, коляска, и, конечно, самая разнообразная одежда.

Мягкие игрушки все так же остаются любимцами, и не только маленьких детей. Медвежат, собачек, кошечек и других зверюшек с удовольствием получают в подарок и девочки-подростки, и девушки, которые в принципе в игрушки уже не играют. Изменилось только происхождение большинства этих игрушек. Если раньше плюшевые игрушки производились на российских фабриках, то теперь родиной их в основном являются страны Юго-Восточной Азии. Например, в Китае выпускается 70% игрушек, реализуемых во всем мире.

Резко упал интерес детей к моделям самолетов, пароходов, танков и т.п. И хотя практически каждый мальчик попробовал однажды какую-нибудь модель, мало кто из них сегодня продолжает заниматься моделированием всерьез. Такая же судьба постигла и электрические железные дороги. Примечательно, что интерес к настольным играм и паззлам подвержен сезонным колебаниям. Весной, с ростом продолжительности светового дня, он падает, а осенью снова растет. Ну и, конечно же, пик продаж приходится на первый период перед рождественскими праздниками.

Повсеместно снижается возраст детей, когда они перестают играть с классическими игрушками. Постепенно их все больше заменяют компьютерные игры, приставки, CD-ROM и мобильные телефоны. Чем же руководствуются родители, выбирая для своего ребенка ту или иную игрушку? Как показывают данные исследований, для мам детей до 3 лет наиболее важными факторами являются безопасность изделия для ребенка (в том числе безопасность материалов, из которых игрушка изготовлена), развивающие функции игрушки и предпочтения ребенка. Экологическая организация "Гринпис" провела акцию против продаж игрушек из поливинилхлорида, содержащих токсические вещества. Проведенные расследования показали, что некоторые игрушки из этого материала содержат до 40% токсинов, способных вызвать онкологические заболевания и нарушить гормональный обмен. В результате продажа игрушек из ПВХ, предназначенных для детей до 3 лет, была запрещена. Кукол из ПВХ в США и Европе не делают вот уже свыше 50 лет. Однако дешевый полимер до сих пор используется для производства игрушек в Таиланде, Корее и Китае. В демпинговой игрушке опасным может быть буквально все: от плохого искусственного меха, который сразу после покупки начинает осыпаться и способен вызвать жесточайшую аллергию, до набивки, выделяющей токсичные вещества. Дешевый поролон при разложении может выделять в атмосферу вредные вещества. В некачественном синтепоне могут содержаться ядовитые формальдегидные смолы. Несертифицированная краска, которой покрыта игрушка, при контакте со слюной ребенка начинает шелушиться. В ней могут быть кадмий или свинец. Органы образования Правительства России занимаются социальной, психологической и педагогической экспертизой настольных, компьютерных и иных игр, игрушек для детей. По мере того как ребенок растет, беспокойство родителей о здоровье ребенка утихает, и на первый план выходят желания ребенка и развивающие возможности игрушки.

Рынок отечественных игрушек сегодня также быстро растет. Игрушечная индустрия - вполне серьезный и выгодный бизнес. В России более 27 млн. детей до 14 лет. Если каждому родители купят хотя бы одну дешевую игрушку ценой в несколько десятков центов, уже получается рынок в десятки миллионов долларов. На самом деле он в несколько раз больше. Дефолт 1998 г. стал для отечественных производителей не началом, а концом кризиса. Ситуация стала меняться в лучшую для них сторону. В то же время спрос стал более притязательным, и игрушечники всерьез задумались о модернизации внутреннего производства. Сначала, правда, российские производители в

основном ударились в производство пластмассовых конструкторов, ведер, лопаток, деревянных кубиков, которые не требуют больших инвестиций. Явно не хватало сложных технических игрушек, оригинальных кукол, хорошей мягкой игрушки, военных моделей и оружия. Но постепенно настоящий игушечный бизнес в России стал создавать качественную производственную базу. Такие московские компании, как "Развитие, МЦ" и "Веселый малыш"; петербургские фирмы: "Умная бумага", "Орбита", "Оксва", "Витаминка", "Антошка"; каменск-уральская компания "Леком" и другие, по словам оптовиков, ориентированы на перспективу, а не на сиюминутный спрос. Они производят качественные игрушки для среднего сегмента и, инвестируя средства в более сложное производство, превращаются в сильных игроков, способных конкурировать с западными игрушечными гигантами не только на внутреннем, но и на внешнем рынках.

Игрушки нового поколения - все более умные. Об этом говорят экспонаты выставок игрушек - последние разработки на рынке игрушек, самые технологичные в мире развлечения. К примеру, более 70% представленных на американской национальной выставке игрушек оснащены микрочипами. "Колесо фортуны" фирмы Hasbro представляет собой портативное беспроводное устройство, которое позволяет соревноваться с противниками в режиме реального времени на экране телевизора. Игрушка ETO от Ohio Art при помощи мобильного устройства использует телевизор как альбом для рисования или как поле для игры-бродилки. InteracTV фирмы Mattel - обучающее, подключенное к DVD и телевизору устройство, с помощью которого дети общаются с персонажами популярных телешоу. Для создания этих игрушек используется новая технология VEIL, суть которой в том, что специальные сенсоры воспринимают изменение цветов в телекартинке, а игрушка выполняет запрограммированные действия.

Самых маленьких домашних роботов выпускает японская компания "Томми". Роботы имеют форму собачек, кошечек и медвежат. Их высота 4,7 см, а вес - около 25 г. Игрушки способны ходить, гавкать мяукать, рычать и распознавать хозяев. Но самое главное - они способны петь национальный гимн страны, в которой продаются. Самая умная кукла - белокурая блондинка с большими глазами. Она умеет распознавать лицо хозяйки и вступает с ней в контакт незамедлительно после покупки. Она способна решать задачки из школьных учебников, читает, реагирует на 70 команд, запоминает происходящее и самообучается.

Английские инженеры предложили к производству игрушечные географические карты. На кусочке стекла площадью 1 дюйм они выгравировали схему Лондона. Дороги отмечены миниатюрными канавками, заполненными разноцветным гелием. Достопримечательности отмечены электродами. При подаче напряжения на две точки гелий начинает светиться.

Автор: admin
04.12.2010 21:09 -

Идея создать робота-птицу "Пластиковый стервятник" пришла после того, как Канаду захлестнула мода держать у себя живых птиц, занесенных в Красную книгу. Управлять стервятником не сложнее, чем простой авиамоделью, а в качестве топлива может быть использован бензин, газ или батареи. В последнее время японские производители забав и игр переходят на новый ассортимент - игрушки для взрослых. Япония стремительно стареет - в стране людей, которым за 70, уже больше, чем детей младше 10 лет. Так что компании, до сих пор выпускающие игрушки исключительно для малолеток, чтобы не прогореть, выпускают новые разработки. Кукла Примопуэль компании "Бандай", которая с помощью вмонтированных в него сенсоров может произносить до 280 различных фраз, вызвала фурор у взрослых. Хотя изобретали этот продукт для одиноких женщин, в качестве партнера на тот момент, когда на душе кошки скребут, оказалось, что с куклами охотно возятся и мужчины, в том числе пожилые. У Примопуэля (комбинация из двух слов - латинского "первый" и итальянского "мальчик") голос как у пятилетнего ребенка. В него встроены часы - когда долго никого нет рядом, он произносит: "Давай поиграем" или "Обними меня". Фанаты Примопуэля утверждают, что каждое из этих существ высотой 30 см и весом 700 г обладает индивидуальностью. Хит японской компании "Такара" - Баулингуэл, который лает как собака, да к тому же еще и разговаривает. Надеясь на закрепление успеха, компания выбрасывает на рынок еще и Мяулингуэла - переводчика с "кошачьего". Игрушки, ориентированные на старшие поколения, становятся все популярнее.