Fashion Consulting Group

БЛИЖЕ К КЛИЕНТУ: КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОДЫ

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

Fashion Consulting Group

19 лет для индустрии моды России

КОНСАЛТИНГ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ | ТРЕНДЫ

- Более 170 реализованных проектов
- Более 270 клиентов:
  - производители одежды и обуви
  - розничные сети
  - российские дома моды и дизайнеры
  - швейные предприятия
- Более 4500 публикаций и выступлений в СМИ и на отраслевых конференциях

WWW.MODA.HSE.RU
WWW.FACEBOOK.COM/MODAHSE

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЕ В НИУ-ВШЭ

WWW.MODA.HSE.RU

НАПРАВЛЕНИЯ:

- Менеджмент
- Маркетинг
- Баинг
- E-commerce
- PR
- Визуальный мерчандайзинг

ФОРМАТЫ:

- Магистратура
- Профессиональная переподготовка
- Повышение квалификации
- Тренинги

БИЗНЕС ОБРАЗОВАНИЕ В НИУ-ВШЭ

WWW.MODA.HSE.RU

1 сентября 2019

Менеджмент и маркетинг в индустрии моды

Магистратура, 2 года

Диплом НИУ ВШЭ

Подача документов: 20 июня - 20 августа 2019

8 октября 2019

Бренд – менеджмент и баинг в индустрии моды

Профессиональная переподготовка, 15-18 месяцев

Диплом НИУ ВШЭ

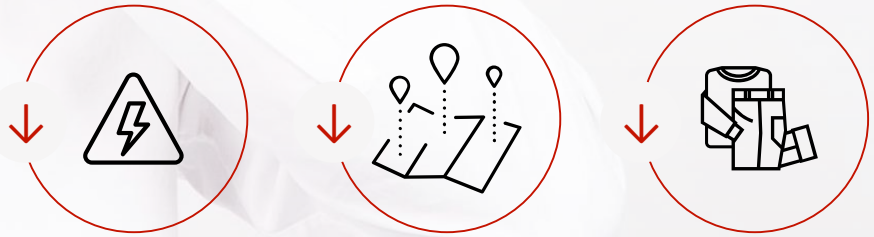
ТРЕНИНГИ И ИНТЕНСИВЫ FASHION CONSULTING GROUP

16 марта	Fashion In English - 12 недель, занятия по субботам
18 - 22 марта	Цикл семинаров: как повысить эффективность оптовых продаж
25 - 28 марта	Цикл семинаров: эффективное управление fashion ассортиментом: ключевые понятия, инструменты, методики
1 - 6 апреля	Интенсив: fashion e-commerce: маркетинг и продажи
8 - 12 апреля	Интенсив: визуальный мерчандайзинг в индустрии моды
15 - 19 апреля	Цикл семинаров: школа проактивного сервиса
22 – 26 апреля	Цикл семинаров: эффективные розничные продажи

По результатам 2018 года российский fashion-рынок в рублевом эквиваленте остался на уровне 2017 года. Объем рынка одежды, обуви и аксессуаров, согласно расчётам FCG, составил 2,36 трлн руб.

2,36
трлн руб.

На фоне стагнации спроса и вынужденного роста цен крупные иностранные компании временно притормозили свои программы развития. Крупные российские сети среднего сегмента также притормозили свои планы по открытию новых магазинов и по росту объемов продаж. На фоне пессимистичных оценок потребления в течение 2018 года практически все крупные игроки оптимизировали или сократили свои закупки, таким образом снизив риски затоваривания и непроданных остатков.



Отчет по российскому fashion рынку 2012-2019F

Дата релиза: 18 марта 2019

Fashion Consulting Group

БЛИЖЕ К КЛИЕНТУ: КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОДЫ

ПОДГОТОВЛЕНО ДЛЯ RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM (СРМ)

1 ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА

- 1.1. Основные этапы формирования рынка – историческая справка
- 1.2. Макроэкономические показатели
- 1.3. Ведущие международные и российские сети на рынке моды РФ
- 1.4. Выход на российский рынок новых международных брендов

2 ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА

- 2.1. Эволюция «посткризисного» потребления 2014-2018
- 2.2. Тренд Технологического развития рынка
- 2.3. Тренд Поворота рынка в сторону локальных брендов
- 2.4. Прогноз на 2019 год

БЛИЖЕ К КЛИЕНТУ: КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОДЫ

ПОДГОТОВЛЕНО ДЛЯ RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM (СРМ)

1 ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА

1.1. Основные этапы формирования рынка – историческая справка

1.2. Макроэкономические показатели

1.3. Ведущие международные и российские сети на рынке моды РФ

1.4. Выход на российский рынок новых международных брендов

2 ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА

2.1. Эволюция «посткризисного» потребления 2014-2018

2.2. Тренд Технологического развития рынка

2.3. Тренд Поворота рынка в сторону локальных брендов

2.4. Прогноз на 2019 год

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА – ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА
2008 – 2013 ИНТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ

2008

ИНЕРЦИОННЫЙ РЫНОК

Инерционные процессы на рынке осенью 2008 г. Моментального падения спроса, как в США и Европе, не произошло

2009

ПАНИКА РАСПРОДАЖ, ЭКОНОМИЯ

Покупатели экономят. Изменение стратегий ритейла. Тактически – год «внесезонных» скидок.
Стратегически – сокращение издержек, отказ от венчурных проектов

2010

ЭФФЕКТ ОТЛОЖЕННОГО СПРОСА

Изменение потребительского поведения: всплеск активности, ожидание распродаж.
Изменение стратегий ритейла: оптимизация бизнес-процессов, реструктуризации

2012

БАРХАТНАЯ РЕВОЛЮЦИЯ ОНЛАЙН РЫНКА

Стабилизация роста потребления на фоне падения индекса потребительского доверия. Перетекание инвестиций из offline в интернет-проекты. Опережающий рост онлайн ритейла. Ускорение темпов регионального развития иностранных сетей

2011

ИНВЕСТИЦИИ В ТЕХНОЛОГИИ

Изменение потребительского поведения: рациональные покупки, рост требовательности к качеству и сервису. Изменение стратегий ритейла: рациональные инвестиции в управленческие системы, персонал, региональное развитие, ребрендинг

2013

АКТИВАЦИЯ МАЛОГО СРЕДНЕГО FASHION БИЗНЕСА

Рост числа fashion start up проектов. Продолжение опережающего роста онлайн канала. Соцсети как канал продаж. Ускорение развития и экспансии крупных иностранных сетей на фоне постепенного замедления российских сетей

Источник: Оценки FCG, 2018

©Fashion Consulting Group, 2018. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА

2008-2013
ИНТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ

кризис 2008

структурирование рынка

ФАЗА НАСЫЩЕНИЯ

снижение темпов роста

2014-2019
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

кризис 2014 **стагнация**

турбулентный рынок

e-com Консолидация рынка

Сберегательная модель потребления

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА

2008-2013
ИНТЕНСИВНОЕ РАЗВИТИЕ

2014-2019
ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

КРИЗИС 2008

КРИЗИС 2014
экономические санкции

КОНСОЛИДАЦИЯ

«Усиление крупных, ослабление слабых».
Рост технологичных нишевых форматов.
Рост интернета, стратегии омниканальности

КУРС НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Год санкций и заявление политического курса на импортозамещение.
Постепенное снижение темпов роста рынка. Коллапс рубля и кризисные настроения, ажиотажный спрос на премиальный импорт «по старым ценам» в декабре

СТАГНАЦИЯ

Кризис. Резкий спад спроса.
Сокращение рынка.
Выявление лидеров рынка – тех, кто продолжает развитие, и остальных – тех, кто сокращает масштабы.
Активизация российских предприятий

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА

Топ-15 городов* Европы по обеспеченности торговыми площадями по данным knight frank

Место	Город	Обеспеченность торговыми площадями, кв. м/тыс. чел.
1	Варшава	823
2	Мадрид	726
3	Самара	551
4	Санкт-Петербург	542
5	Екатеринбург	539
6	Бухарест	531
7	Прага	523
8	Нижний Новгород	467
9	Барселона	467
10	Москва	444
11	Париж	443
12	Уфа	415
13	Милан	400
14	Воронеж	395
15	Ростов-на-Дону	368

ЖЕСТКИЙ ВЫСОКО-КОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК

2014-2019 ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

КРИЗИС 2014
экономические санкции

КУРС НА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Год санкций и заявление политического курса на импортозамещение. Постепенное снижение темпов роста рынка. Коллапс рубля и кризисные настроения, ажиотажный спрос на премиальный импорт «по старым ценам» в декабре

СТАГНАЦИЯ

Кризис. Резкий спад спроса. Сокращение рынка. Выявление лидеров рынка – тех, кто продолжает развитие, и остальных – тех, кто сокращает масштабы. Активизация российских предприятий

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

РОССИЙСКИЙ FASHION-РЫНОК 2018. ОЦЕНКА FCG

Согласно расчётам FCG, объем рынка одежды, обуви и аксессуаров в 2018 году составил 2,36 трлн руб.

*Данный расчет не включает такие потребительские товары ЛЕГПРОМА, как ткани, домашний текстиль, ковры, медицинский текстиль. Суммарный объем рынка легкой промышленности РФ в 2016 году в розничных ценах составил 2,7 трлн руб., или 1,6 трлн руб. в ценах производителей, согласно Минпромторг РФ.

Динамика рынка 2018 г. к 2017 г. в рублях **0%**

Российский fashion-рынок продолжил стагнацию, динамика продаж осталась на уровне 2017 года

Продолжается опережающий рост интернет-торговли, ориентированной на бюджетный сегмент и на нишевой специализированный спрос

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКУЮ СПОСОБНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ РФ В 2019 Г.

Рост зарплат с 2014 / 2018гг.

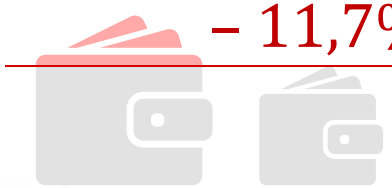
+33,5%

По итогам 2018
З/П составила 43,4 тыс. руб.

По итогам 2014
З/П составила 32,5 тыс. руб.

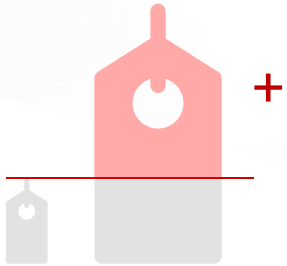
Реальные располагаемые денежные доходы населения с 2014 - 2018гг.

– 11,7%



За 5 лет с 2014 –
в отрицательной динамике

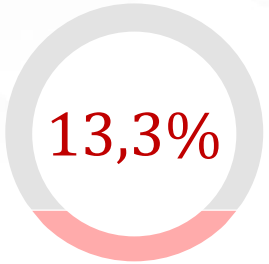
Рост цен на товары и услуги (ИПЦ) с 2014 - 2018гг.



+36,5%

2014 – 0,7% | 2015 – 3,2% | 2016 – 5,9% |2017 – 1,7% |2018 - 0,2%

За чертой бедности остаются



19,6 млн человек
III кв. 2018

ИНФЛЯЦИЯ 2018

Темп роста увеличился (5,4% по итогам 2016г., 2,5% по итогам 2017г.)

4,3% Общая инфляция

4,1% Непродовольственная инфляция

(Росстат, рост цен, январь-декабрь 2018)

Источник: Составлено по данным Росстат

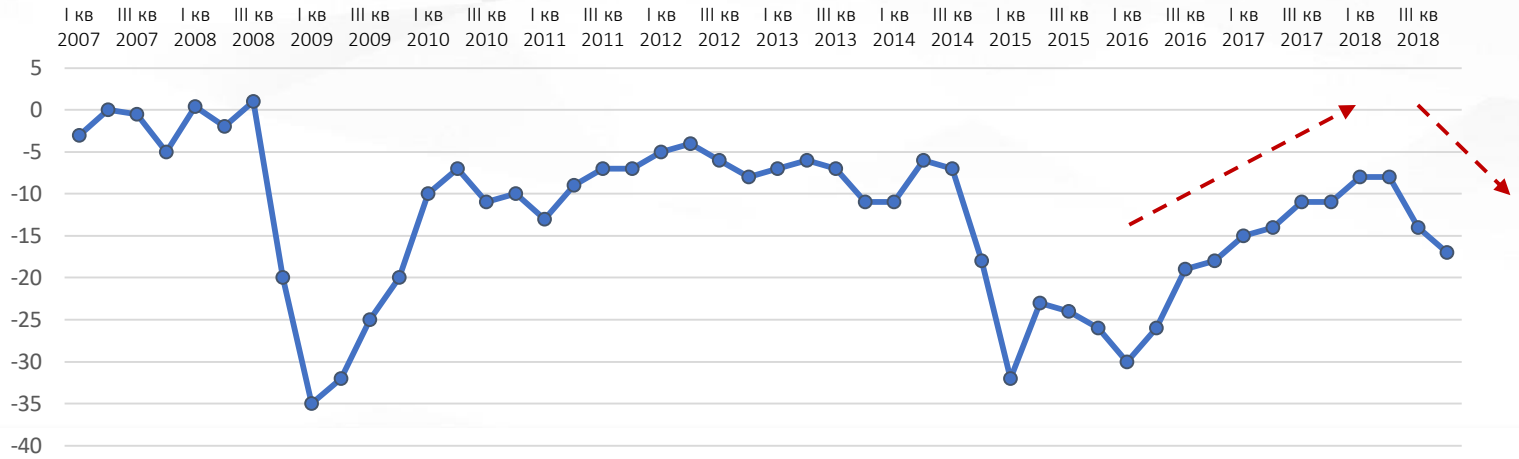
©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ВОСПРИЯТИЕ НАСЕЛЕНИЕМ СВОЕГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ. ЭФФЕКТ «ПРИВЫКАНИЯ» К БОЛЛЕЕ НИЗКОМУ КАЧЕСТВУ ЖИЗНИ

Оценка изменений своего благосостояния показывала **положительную динамику** до середины 2018 г.

Тренд, характерный для **периода снижения инфляции** в стране и произошедшим в последние годы вынужденным пересмотром потребительских стандартов в пользу более низких. Часть прежних расходов в новых экономических условиях население рассматривает как избыточные.

Индекс потребительской уверенности, I кв 2012 – IV кв 2018, %



Начиная с III квартала 2018, индекс потребительской уверенности **вновь устремился вниз в связи с продолжением экономической стагнации в стране.**

Источник: Составлено по данным Росстат

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

В СВОИХ ПЛАНАХ ЭКОНОМИТЬ ЛЮДИ ВЕДУТ СЕБЯ НЕПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО НА ОДЕЖДУ/ОБУВЬ ЛЮДИ ТРАТЯТ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПЛАНИРУЮТ

В частности, тратят больше чем планируют практически во всех потребительских категориях.

Совпали заявленные планы и реально совершенные покупки лишь по статье покупки квартиры или дачи – 2%.

ПОКУПКА ОДЕЖДЫ САМАЯ ВНЕПЛАНОВАЯ ИЗ ВСЕХ КАТЕГОРИЙ

Вместо четверти россиян, планировавших траты на одежду и обувь, реально их совершили **более половины.**

Крупные расходы россиян 2018, % от числа опрошенных*

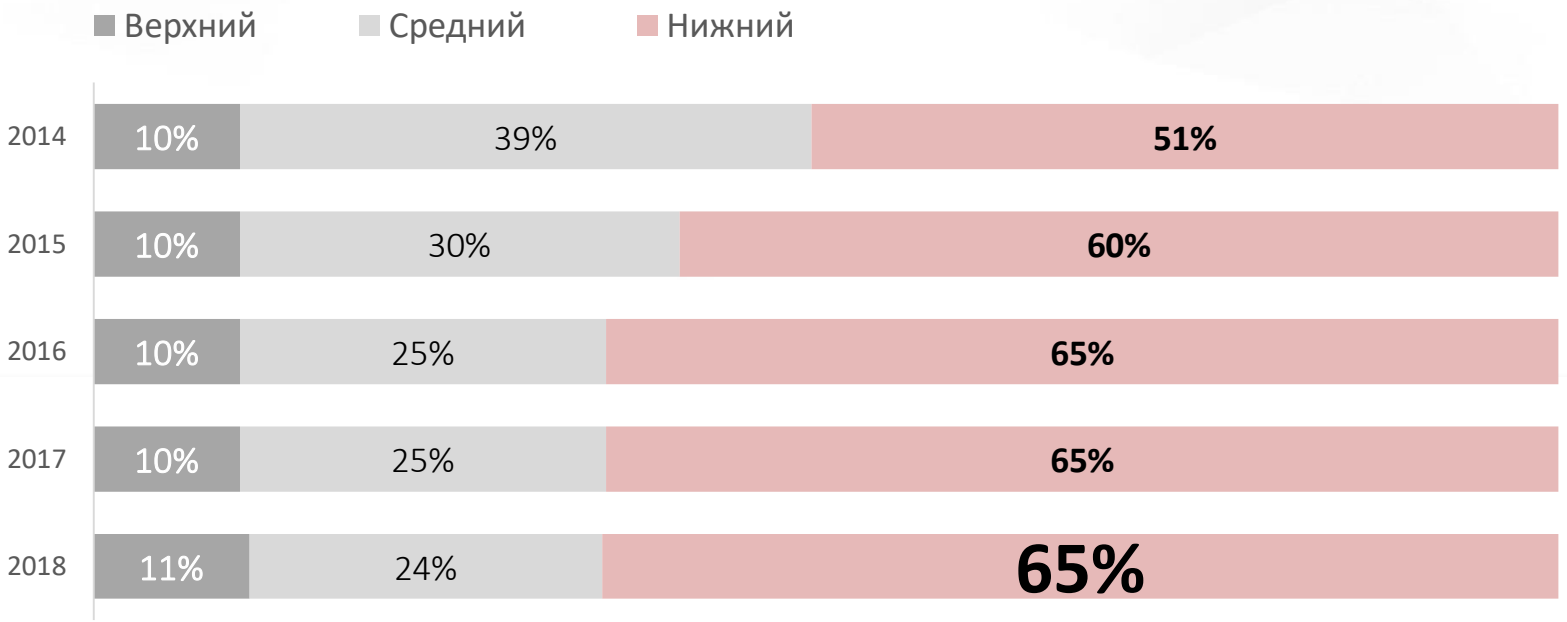
Источник: Ромир, декабрь 2018

*Допускались несколько вариантов

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

РОССИЯ. ДИНАМИКА ЦЕНОВЫХ СЕГМЕНТОВ. ВЕРХНИЙ СЕГМЕНТ САМЫЙ СТАБИЛЬНЫЙ В КРИЗИС

Структура российского fashion-рынка по ценовым сегментам 2014-2018 гг., %



Нижний ценовой сегмент за период с 2014 – 2016 гг. вырос с 51 до 65%. В 2017-2018 гг. паритет сохранился. Рост нижнего сегмента произошел за счет сокращения среднего сегмента.

Интересный феномен: «обогащение богатых» – отдельные игроки топ-люкса в 2018г. заявляют о росте продаж на российском рынке по итогам 2017г.

По итогам 2017г. многие игроки нижнего сегмента также продемонстрировали двузначный рост выручки

ПРИМЕРЫ ЛИДЕРОВ
Рост выручки на российском рынке по итогам 2018г.:
Familia +25,8%
H&M +22,8%

Источник: Оценки FCG, СПАРК, Retailer Аналитика

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

КРУПНЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ ПЫТАЮТСЯ СТИМУЛИРОВАТЬ АКТИВНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ ПОЗИЦИЯМИ С НИЗКОЙ ЦЕНОЙ

СТРАТЕГИИ РИТЕЙЛЕРОВ

Основная стратегия нижнего сегмента

Стимулировать активность российских покупателей позициями с низкой ценой/выгодной покупкой "работа на акциях и скидках"

Ритейлеры, которые придерживаются этой стратегии, начинают сезон сразу со скидок. В течение всего сезона сторонники такой стратегии активно работают именно со скидками и акциями. Особенно популярны акции, которые повышают комплексность покупки и средний чек (например, "2+1").

Основная стратегия среднего сегмента

Не опускаться в скидки, а стимулировать активность российских покупателей за счет предложения дополнительного качества и услуг

«Укрепление за счет "дополнительного" качества услуг» за счет проактивного fashion маркетинга:

- Мультиканальные продажи, коллаборации, pop-up и пр.
- Digital marketing – интернет как основной канал промоактивности
- Интерактивный маркетинг – активное развитие социальных сетей
- Внедрение digital технологий в торговый зал, в процесс сервиса
- Гибкая ассортиментная политика – реакция на спрос, лимитированные коллекции

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2017 ГОДА

ВЕДУЩИЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ И РОССИЙСКИЕ СЕТИ НА РЫНКЕ МОДЫ РФ

ОСНОВНЫЕ КОМПАНИИ–ЛИДЕРЫ ПО ОБОРОТАМ ПРОДАЖ НА РОССИЙСКОМ FASHION РЫНКЕ В КАТЕГОРИЯХ ОДЕЖДЫ И ОБУВИ

№	Юридическое лицо / группа компаний	Бренд
1	ГК Inditex	Zara, Zara Kids, Massimo Dutti, Bershka, Pull&Bear, Stradivarius, Uterque, Oysho, Zara Home
2	Корпорация Глория Джинс, ЗАО	Gloria jeans & Gee Jay
3	Остин, ООО	Ostin, Funday
4	Эйч энд Эм, ООО	H&M, Monki
5	Кари, ООО	kari
6	Bosco di Ciliegi	ГУМ, Bosco и др
7	СК Трейд, ООО	Снежная королева
8	LPP S. A.	Reserved, Cropp, House, Mohito, SiNSAY
9	Zenden Group	Zenden, Mascotte, Thomas Munz
10	Rendez Vous	Rendez-vous
11	ТК Фамилия	Familia
12	Монэкс Трейдинг, ООО	Mothercare, American Eagle, The Body Shop и др.
13	Фактор, ООО	Zolla
14	Мэлон Фэшн Груп, АО	Befree, Zarina, Love Republic
15	Экко-Рос, ООО	Ecco
16	ГК Твое	Твое
17	Concept Group	Concept Club, Acoola, Infinity Lingerie, Bestia
18	Одежда 3000, АО	Modis
19	Август, ООО	Oodji
20	ГК Обувь России	Вестфалика, Пешеход, Emilia Estra, Rossita, Lisette, Snow Guard

Источник: составлено по данным Retailer Аналитика

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

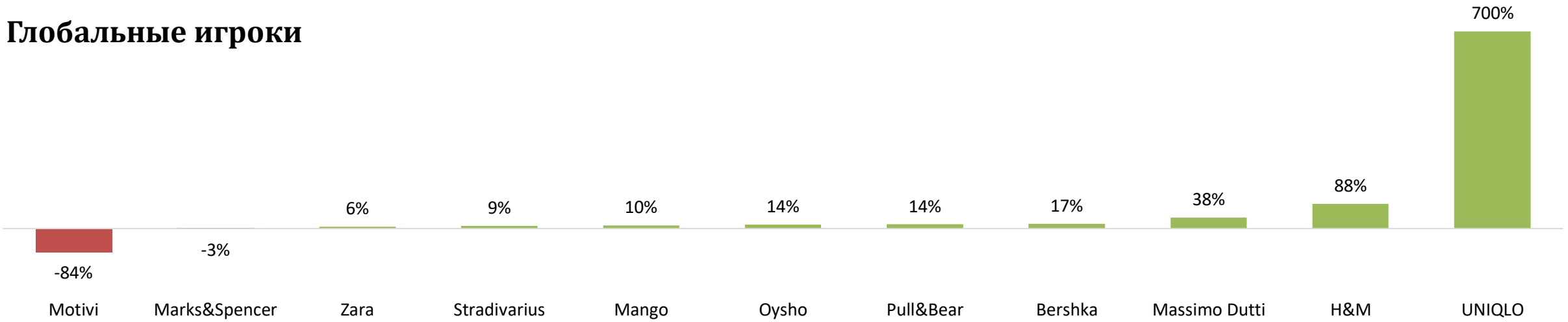
КОНКУРЕНЦИЯ И НАСЫЩЕНИЕ РЫНКА
ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ (ТЕМПЫ РОСТА) 2014/2019 ГГ.

Российские игроки

В среднем, прирост зарубежных сетей с 2014 года составил 11% без учета Uniqlo

В среднем, сокращение количества магазинов российских игроков составило -6% без учета Familia

Глобальные игроки



* Данные с официальных сайтов брендов

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

КОМПАНИИ – ЛИДЕРЫ ONLINE-ТОРГОВЛИ ОДЕЖДОЙ НА РОССИЙСКОМ FASHION РЫНКЕ

Магазин

- WILDBERRIES.RU
- LAMODA.RU
- BONPRIX.RU
- OZON.RU
- KUPIVIP.RU
- VSEMAYKI.RU
- LAREDOUTE.RU
- RENDEZ-VOUS.RU
- ADIDAS.RU
- AIZEL.RU

По разным оценкам, продажи одежды онлайн в 2018 году выросли на 13-15% и стали одним из драйверов роста рынка e-commerce.

Data Insight: в течение 2018 года число заказов в категории одежда непрерывно росло: так, во 2 квартале 2018 года рост числа заказов составил 11%, а в третьем — 25% к 2017г.

Основной вклад в рост рынка внесли 3 крупных игрока — OZON, Wildberries, LAMODA

В 2017 году ВЫРУЧКА КОМПАНИИ УВЕЛИЧИЛАСЬ на 40%, а в **2018 - 70-75%**. Каждые сутки компания обрабатывает 350—400 тыс. заказов. Покупатели делают в среднем 1,3 заказа в день, два в неделю. Wildberries ПЛАНИРУЕТ РАСТИ НА УРОВНЕ 70-80% В ГОД.

Интернет-площадка OZON работает в режиме бета-тестирования до конца 1 полугодия 2019 г. Число заказов в категории «одежда, обувь и аксессуары» в 2018 году составило 1,2 млн., показав РОСТ НА 82% к 2017 — это в 3 раза больше, чем в онлайн-канале в целом.

В 2019 в категории «одежда, обувь и аксессуары» ПЛАНИРУЕТСЯ РОСТ ПРОДАЖ В 2,5 РАЗА К КОНЦУ ГОДА.

Источник: Оценки FCG, Data Insight, Forbes

*Немецкие интернет-магазины Quelle и Otto ушли с российского рынка в 2018 году

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА

ВЫХОД НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК НОВЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ

ВЫХОД НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК НОВЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ

По итогам 2018 года, большинство дебютантов – бренды европейских стран. Большая часть представляет **премиум-сегмент (53%).** Около 60% новых операторов относится к сегменту fashion.

В 2019 году ожидается выход в Россию китайских ритейлеров – молодежной одежды Urban Revivo и спортивной одежды Li Ning, японского бренда Bape. Кроме того, на 2019 год заявлено возвращение в Россию fashion-оператора Mexx.

Структура брендов, вышедших на российский рынок за последние 7 лет, по ценовому сегменту, 2012 – 2018 гг.

Источник: Оценки FCG, Магазин Магазинов, Knight Frank. JLL

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

БЛИЖЕ К КЛИЕНТУ: КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА МОДЫ

ПОДГОТОВЛЕНО ДЛЯ RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM (СРМ)

1 ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОССИЙСКОГО FASHION-РЫНКА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА

1.1. Основные этапы формирования рынка – историческая справка

1.2. Макроэкономические показатели

1.3. Ведущие международные и российские сети на рынке моды РФ

1.4. Выход на российский рынок новых международных брендов

2 ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА

2.1. Эволюция «посткризисного» потребления 2014-2018

2.2. Тренд Технологического развития рынка

2.3. Тренд Поворота рынка в сторону локальных брендов

2.4. Прогноз на 2019 год

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА

ЭВОЛЮЦИЯ «ПОСТКРИЗИСНОГО» ПОТРЕБЛЕНИЯ 2014-2018

ЭВОЛЮЦИЯ «ПОСТКРИЗИСНОГО» ПОТРЕБЛЕНИЯ 2014-2018

2014-2018

НЕДОВЕРЧИВЫЙ И
ОСТОРОЖНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

СТАГНАЦИЯ

РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

КРИТИЧНОСТЬ

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ

САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ

«СМИРЕНИЕ»

2019

ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ И
ОСТОРОЖНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

СТАБИЛЬНОСТЬ

АНТИ-КОНСЬЮМЕРИЗМ

КАСТОМИЗАЦИЯ

ИНТЕРАКТИВНОСТЬ

ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ЭВОЛЮЦИЯ «ПОСТКРИЗИСНОГО» ПОТРЕБЛЕНИЯ 2014-2018

2014-2018

НЕДОВЕРЧИВЫЙ И
ОСТОРОЖНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

СТАГНАЦИЯ

РАЦИОНАЛЬНОСТЬ

КРИТИЧНОСТЬ

ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ

САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ

ТРЕНДЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ 2014-2018

ИЗМЕНЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ
К ЛОКАЛЬНЫМ БРЕНДАМ

ИЗМЕНЕНИЕ В ВОСПРИЯТИИ
ГРАНИЦ КАЧЕСТВА

РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ
ФОРМАТОВ «НИЗКИХ ЦЕН»

КОНКУРЕНЦИЯ,
КОНСОЛИДАЦИЯ РЫНКА

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ИЗМЕНЕНИЕ ОТНОШЕНИЯ К ЛОКАЛЬНЫМ БРЕНДАМ

По данным Aizel.ru, в 2017 году интернет-магазин продал на 75% больше единиц товаров отечественных брендов.

Создание российского национального бренда «СДЕЛАНО В РОССИИ».

Рост интереса к торговым маркам российских производств.

Интернет дал возможность всем дизайнерам заявить о своем творчестве.

ИЗМЕНЕНИЕ В ВОСПРИЯТИИ ГРАНИЦ КАЧЕСТВА

Увеличился срок эксплуатации товаров длительного пользования. Например, если раньше обувь покупалась на 1-2 сезона, то теперь на 2-3 сезона.

Привыкание к снижению уровня жизни.

Почти половина россиян (48%) говорят, что они во всяком случае живут лучше, чем их родители.

Снижение веса фактора «качества», увеличение веса фактора «цена».

Качество связывается с понятиями универсальности, носкости, утилитарности.

РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ФОРМАТОВ «НИЗКИХ ЦЕН»

Сеть ФАМИЛИЯ - лидер по темпам роста на рынке. По итогам 2018г. выручка компании увеличилась на 26%, кол-во магазинов на 24%

Для 74% россиян цена является главным фактором в выборе одежды.

85% опрошенных россиян ищут скидки и в обычных, и в интернет-магазинах и сравнивают цены в разных местах.

Более 1/3 населения России не готовы покупать одежду и обувь без скидки (36% в 2016 году).

КОНКУРЕНЦИЯ, КОНСОЛИДАЦИЯ РЫНКА

Разделение рынка на лидеров и аутсайдеров. **Интенсивный рост лидеров, сокращение небольших компаний.** С 2014 года с рынка ушли сети Takko Fashion, Debenhams, Mexx, Podium Market, Motivi, Vis-à-Vis и др. Значительно сократились сети Oodji (-17%), Incity (-16%), Zolla (-14%). Стабильный прирост показывают такие компании, как Спортмастер (+22%), Familia (+122%).

Среди 15 европейских лидеров по кв. м. торговой площади 8 городов из РФ.

Высокий уровень представленности брендов: с 2014 года в РФ пришли более 60 новых международных fashion брендов, ушли 20.

Источник: Оценки FCG, АКИТ, РБК, Newsgeek

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА

ТРЕНД ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА

DIGITAL СИНЕРГИЯ ONLINE И OFFLINE

LIFESTYLE ФИЛОСОФИЯ ШОППИНГА

DIGITAL ТРАНСФОРМАЦИЯ ОФЛАЙНА

ВЫХОД ONLINE В OFFLINE

МУЛЬТИКАНАЛЬНЫЙ РИТЕЙЛ

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ РЫНКА

ТРЕНД ПОВОРОТА РЫНКА В СТОРОНУ ЛОКАЛЬНЫХ БРЕНДОВ

СДЕЛАНО В РОССИИ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ТРЕНД «MADE IN RUSSIA»

МУЛЬТИБРЕНДЫ ОТКРЫТЫ К РОССИЙСКИМ МАРКАМ

Крупные мультибрендовые ритейлеры (например, ЦУМ, Fashion House, LAMODA, WILDBERRIES, KupiVIP, AIZEL.RU) и нишевые/ дизайнерские проекты (Dressone.ru) все шире представляют локальные бренды одежды и обуви, а также модели российских дизайнеров

AIZEL ЦУМ TSUM MOSCOW KUPIVIP.RU МИРОВЫЕ БРЕНДЫ БЕЗ ПЕРЕПЛАТ lamoda

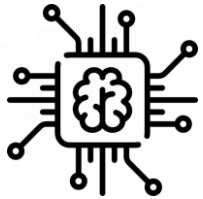
FH fashion house WB DressOne

- Uliana Sergeenko
- Alena Akhmadullina
- Alexander Terekhov
- ODRI
- VANUSHINA
- Ksenia Knyazeva
- IZBA Rouge
- Anna Steval
- AXENOFF
- Oh, My
- LEVVERONIKA
- Sorry. I’m not
- Alexander Arutyunov
- ANTEATER
- Volga Mama
- ZIQ&YONI
- BRUSNIKA
- Belucci
- I am Studio
- YANINA
- Волчок
- Parole
- T-Skirt
- Tattosweaters
- Mitya Veselkov
- LAROOM
- CANDYSHOP
- Oh, My
- Medooza
- Taiga
- Запорожец и др.

Источник: Оценки FCG, 2019

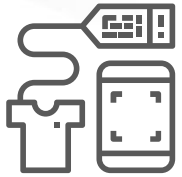
©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

УСПЕШНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «MADE IN RUSSIA»



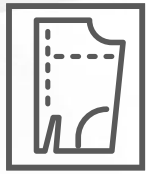
ТЕХНОЛОГИЧНАЯ ОДЕЖДА СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Производители одежды, обуви, экипировки для экстремального спорта и активного отдыха, для полярников и экспедиций



ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ

Российские марки, которые эффективно и технологично стартовали в Интернете



МАРКИ НА ОСНОВЕ СВОЕГО ПРОИЗВОДСТВА

ТМ, созданные на базе собственного производства в России

НИШЕВЫЕ АВТОРСКИЕ МАРКИ

Молодые концептуальные марки с фокусированным позиционированием

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

УСПЕШНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «MADE IN RUSSIA». ПРИМЕРЫ

ТЕХНОЛОГИЧНАЯ ОДЕЖДА СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

БАСК, A-Thermic, HISPO, Red Fox, Рок Пилларс, FARADEI, ТЕКСТАЙМ, TREK, Orlan и др.

НПФ "БАСК" (BASK) - научно-производственная компания, специализирующаяся на создании и производстве одежды для самых низких температур, снаряжения для активного отдыха и экстремального спорта. Основана в 1992 году

A-Thermic – российский бренд, производящий высокотехнологичные носки на одной из современных фабрик в Италии

HISPO - российский бренд высококачественной одежды для активного отдыха

Red Fox - ведущий российский производитель высококачественной, современной и удобной одежды и экипировки для экстремального спорта и активного отдыха, спецподразделений и спасателей

Текстайм — эксперт в области современных высокотехнологичных тканей и материалов для создания спецодежды, а также одежды, обуви и снаряжения для спорта и отдыха

Рок Пилларс - производственная компания. Основная продукция - пуховая одежда и туристическое снаряжение

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

УСПЕШНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «MADE IN RUSSIA». ПРИМЕРЫ

ТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТЫ

12 Storeez, 1001 платье,
Oh, my, BatNorton и др.

12STOREEZ

1001 dress

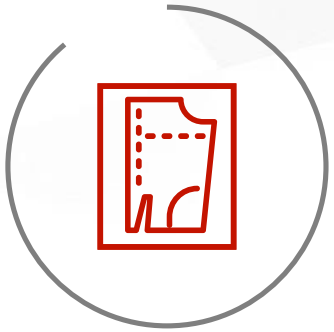
Oh, my®

BatNorton®

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

УСПЕШНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «MADE IN RUSSIA». ПРИМЕРЫ



МАРКИ НА ОСНОВЕ СВОЕГО ПРОИЗВОДСТВА

Melado, Canoe, Antiga, ФЭСТ, Юничел, VASSA&Co, Малина, PAROLE by Victoria Andreyanova и др.

Юничел

PAROLE by VICTORIA ANDREYANOVA

ФЭСТ

MELADO

ANTIGA

Canoe HEADWEAR

malina центр меха и кожи

VASSA&Co.

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

УСПЕШНЫЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «MADE IN RUSSIA». ПРИМЕРЫ

НИШЕВЫЕ АВТОРСКИЕ МАРКИ

УЗКАЯ НИШЕВАЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ

St. Friday Socks, Arny Praht, BodyPoetry, IZBA Rouge, Skill Shirts, Virronen, City Vagabond, Two-Ta, J.V., Check Ya Head и др.

РУССКАЯ ТЕМА В КОЛЛЕКЦИЯХ

Ulyana Sergeenko, Alena Akhmadullina, Polina Golub, YanaStasia, A LA RUSSE, Valentin Yudashkin, VilshenkoLevadnaja Details, Secret Garden, Varvara, Tsar Bird и др.

РОССИЙСКИЙ STREET WEAR

Сварка, Волчок, Рассвет, Клятва, Спутник 1985, Fiction Wear, ANTEATER, Volga Mama, Ritmika, Запорожец, Ziq&Yoni, Sever, Medooza, МЕЧ, Goldmans и др.

Источник: Оценки FCG, 2019

©Fashion Consulting Group, 2019. Все права защищены.

КОНТАКТЫ

https://www.facebook.com/**FCG.Russia**/

https://www.facebook.com/**ModaHSE**/

https://t.me/**fashionprokachka**

https://www.instagram.com/**modahse**/

Консалтинг, исследования рынка
+7 965 315-18-18

Образование
+7 (495) 629-69-85

info@fashionconsulting.ru
www.fashionconsulting.ru

125009 Москва, Малый Гнездниковский пер., 4