



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ



Рынок ★ 2023 ★ детской книги

Итоги года и тренды 2024



ВЫЗОВЫ



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

Сегмент детской литературы
показывает снижение продаж в
рознице и сокращение доли
сегмента

Экономическая ситуация

+25% себестоимости книг
(комплектующие, краска, бумага)
Рост цен **15%** к 2022 году

Демографическая ситуация

С 2017 по 2022



детей от 0 до 4 лет

К 2027



детей в возрасте
5–9 лет

Потребительские привычки

Диверсификация и огромное количество форматов
(в книгах, онлайн-кинотеатрах, играх, цифровизация
потребления контента)

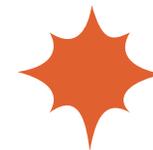
Цифровизация продаж

Маркетплейсы – основной канал продаж для большинства книг, продажа в сегменте детской литературы больше в WB более чем в 2,5 раза, нежели в офлайн рознице

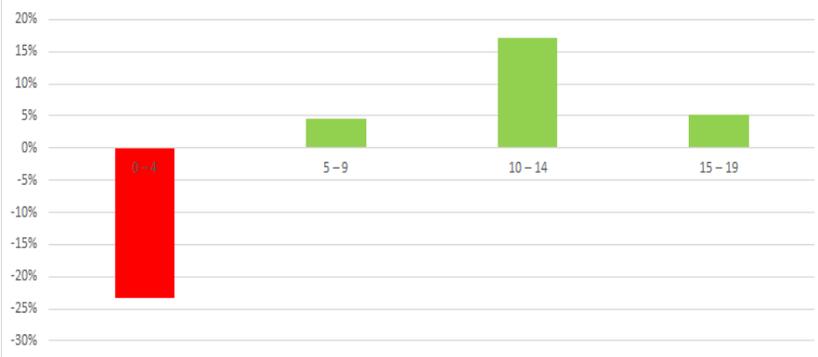
ВЫЗОВЫ

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ КРИЗИС

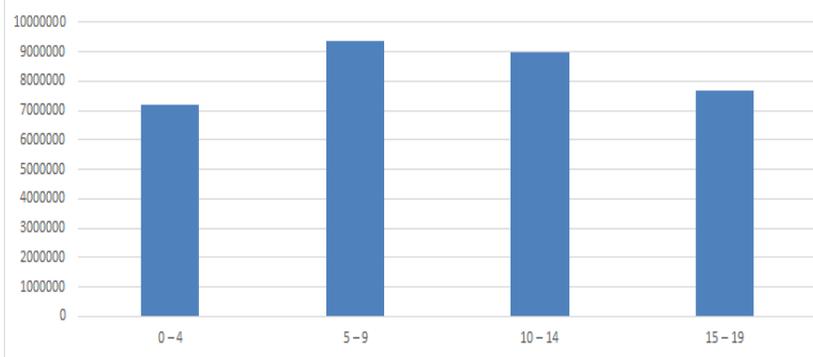
За последние 5 лет наблюдается снижение возрастной группы 0-4 года на 23%, что к 2027 году скажется на сегменте 5-9 лет.



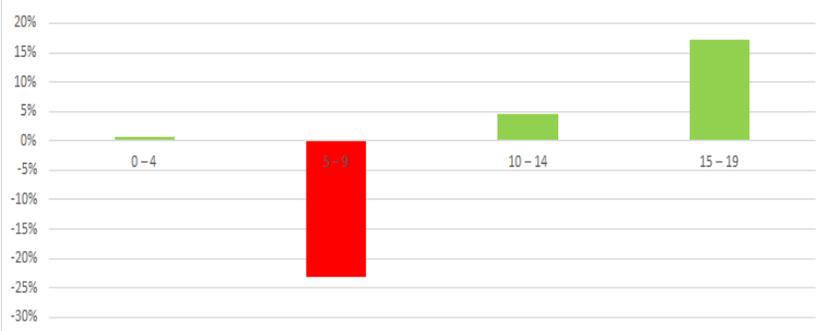
Динамика по возрастным группам за период 2017-2022



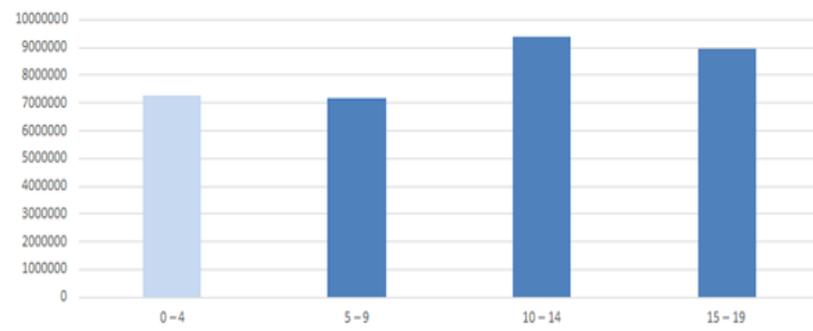
Распределение по возрастам 2022



Динамика по возрастным группам к 2027 году

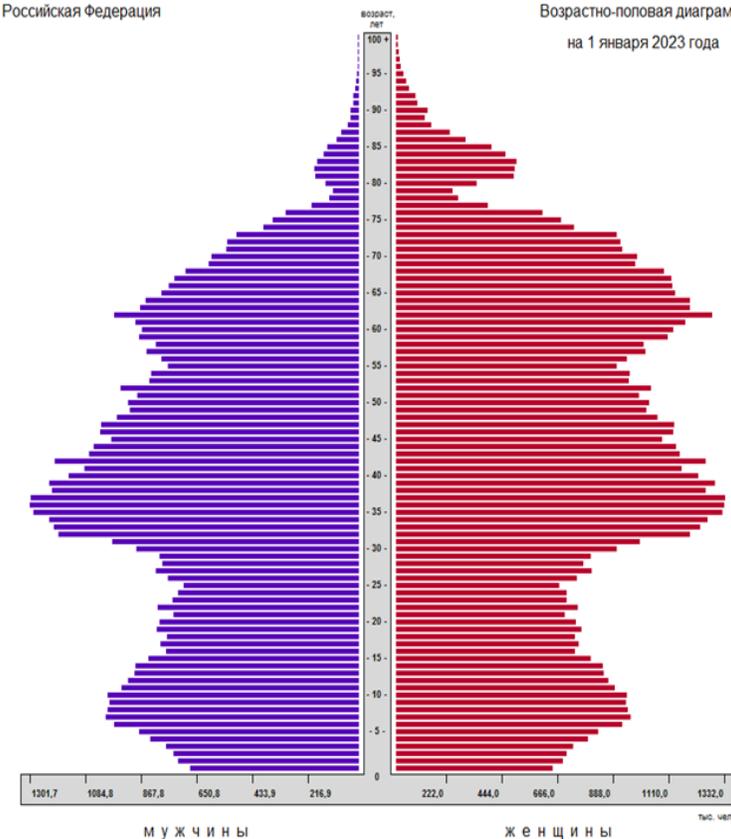


Распределение по возрастам 2027



Российская Федерация

Возрастно-половая диаграмма на 1 января 2023 года



ВЫЗОВЫ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ



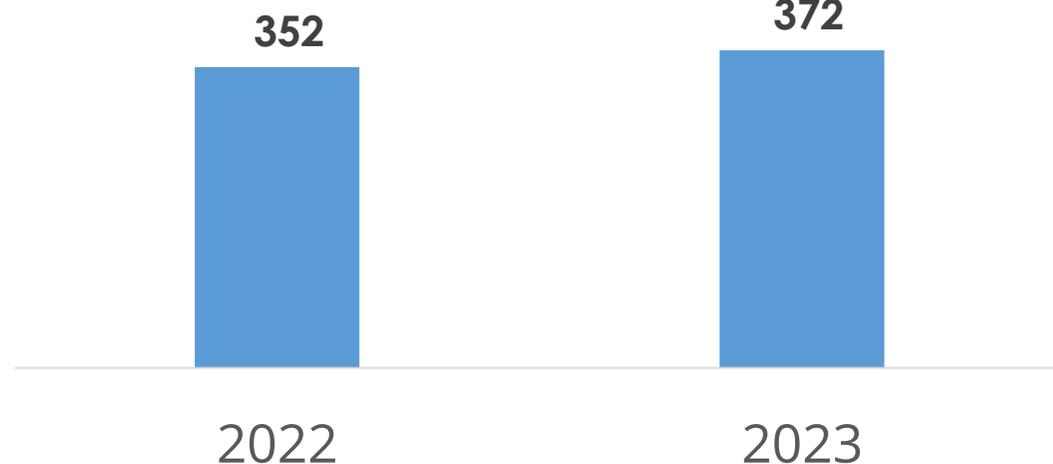
ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

+25% себестоимости книг (комплектующие, краска, бумага).

Рост цен составил всего **15%** к 2022 году.

	2022	2023	2023/2022
Детская и учебная литература	352	372	6%
Художественная литература	461	488	6%
Прикладная литература	584	622	7%
Комиксы	756	821	9%

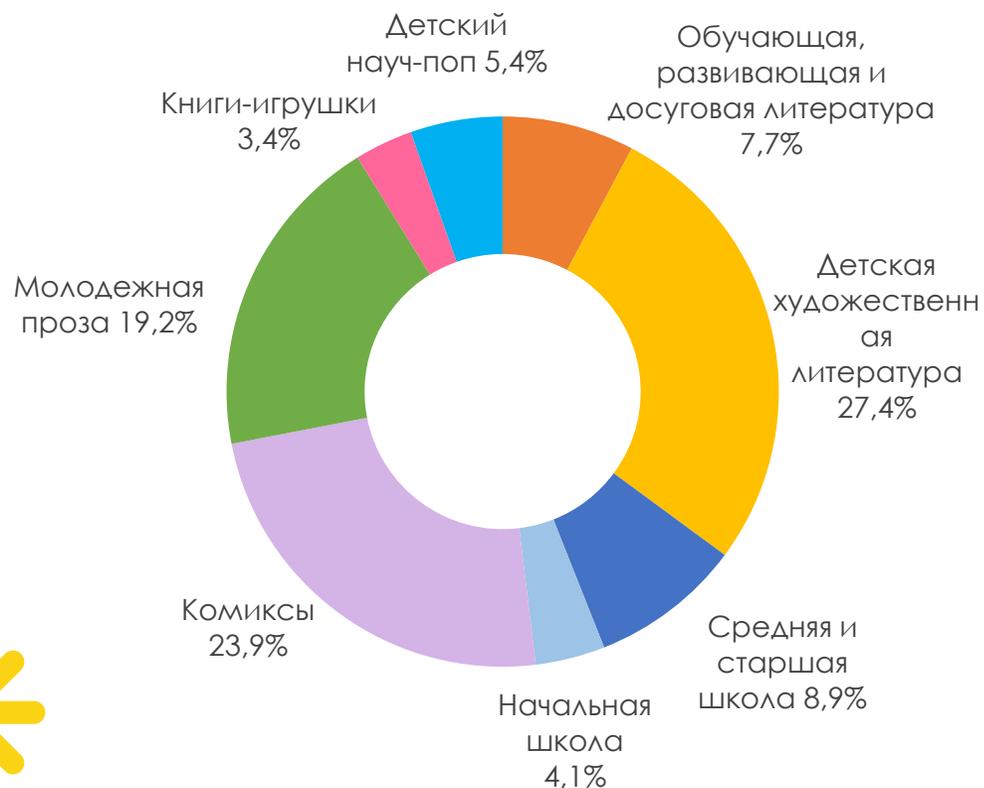
Средняя цена в ОРС Детской и учебной литературы



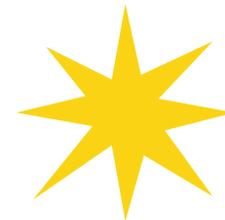
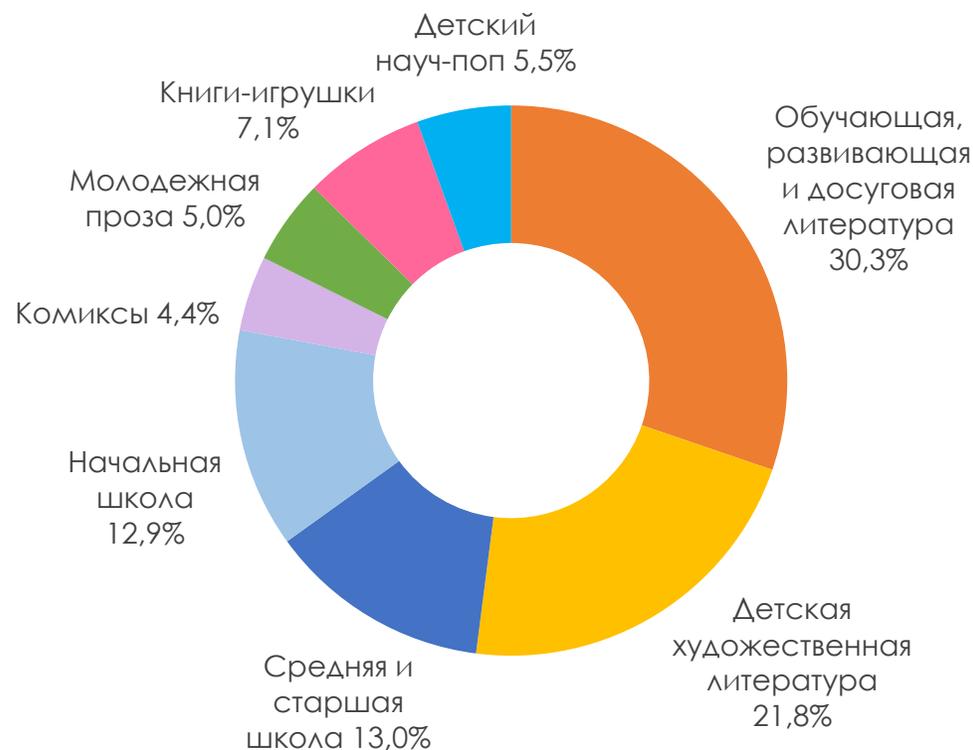
+6%
к 2022

Доля по нишам детской учебной и молодёжной литературы

Доля по нишам офлайн-розница



Доля по нишам маркетплейсы



ИНОСТРАННЫЕ ПРАВА И ЛИЦЕНЗИИ



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

Уход иностранных издательств
с российского рынка.



Возможность для развития
и популяризации современных
российских авторов.

Уход мировых франшиз
с российского рынка, прежде
всего, в области кино.



Важность синхронизации
с анимационными
и киностудиями.

Формирование рынка
отечественных франшиз
в том числе и с брендами
популярных блогеров.



ЧЕБУРАШКА

ВЛАД А4

ВЛАД А4

Рост продаж
бренда Влад А4

+550% в шт,

+669% в руб

к 2022 году



ТРЕНДЫ

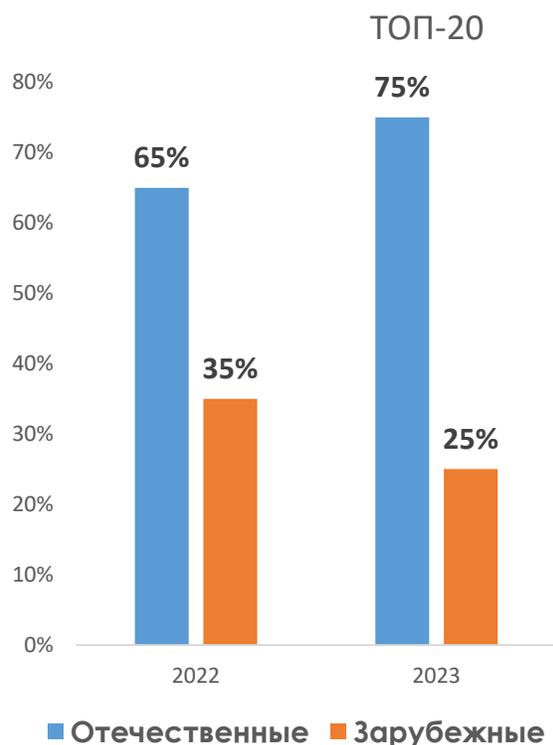
2023-2024



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

СНИЖЕНИЕ ИНТЕРЕСА К ИНОСТРАННЫМ АВТОРАМ

Доля российских авторов в ТОП-20, по данным Книжной палаты: 65% в 2022 – 75% в 2023.



ВРЕМЯ ПЕРСОНАЖЕЙ

Для детей самое главное — это герой. Причем не обязательно супергерой.

- Рост продаж бренда Чебурашки **+1746%** в шт, **+1799%** в руб. к 2022.
- Рост продаж книг Э. Успенского **+69%** к 2022.
- Продажи Чебурашка (кино) в 2023 году – **более 155 тысяч шт.!**

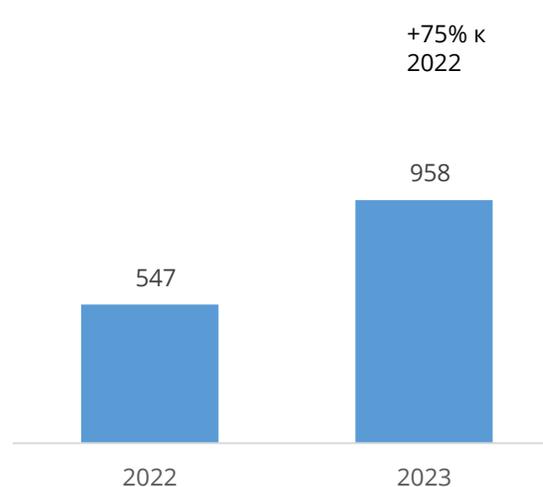


ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

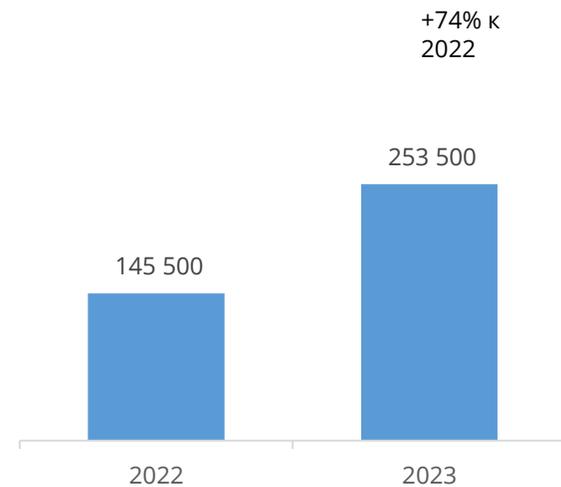
Рост интереса к художественным произведениям и познавательной литературе с патриотической или регионоведческой составляющей.



Выпуск, кол-во наименований



Выпуск, экз

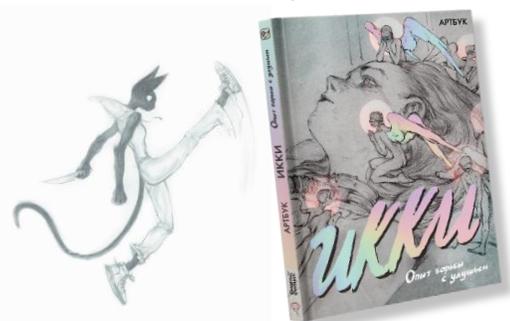


ОТВЕЧАТЬ ЗАПРОСУ СОВРЕМЕННОЙ АУДИТОРИИ

ИЛЛЮСТРАЦИИ:

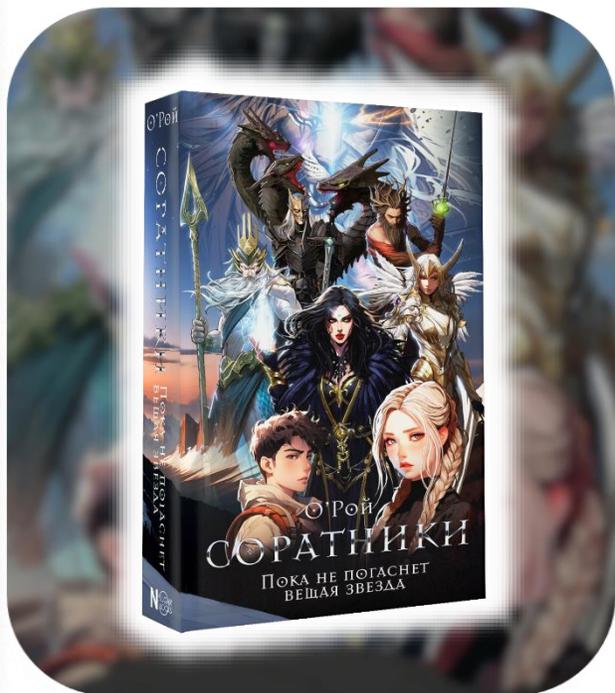


Яркая анимация,
синхронизация с визуалом
медийных проектов.



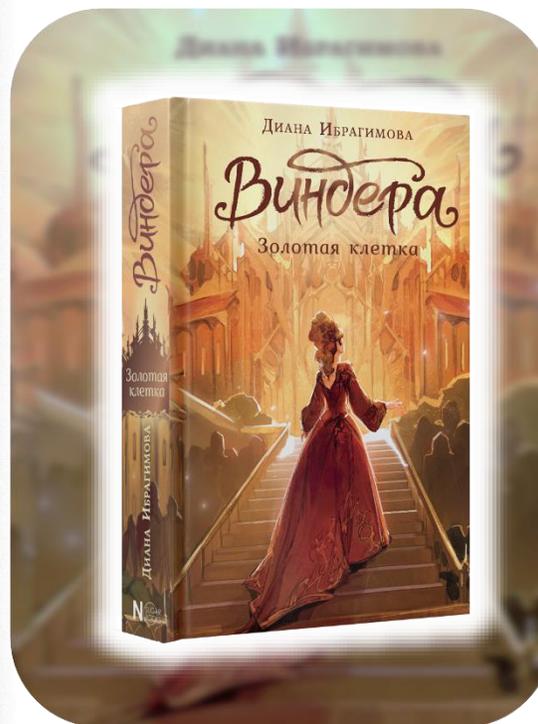
Иллюстрации для ценителей,
когда книга является неким
арт-объектом, формируя и
воспитывая эстетический вкус.

РЕТЕЛЛИНГИ



В России особенно популярны
**славянское фэнтези и истории
про попаданцев.**

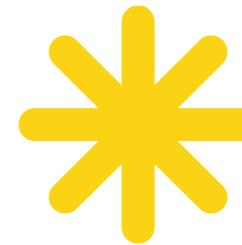
ТЕМА ЭСКАПИЗМА



СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ —

главный канал
коммуникации с
молодыми читателями.





Спасибо за внимание!



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

