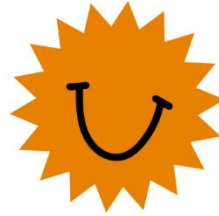




ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ



# 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

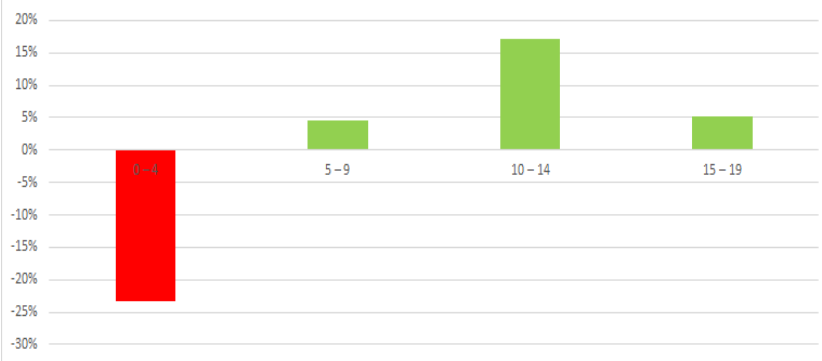
# ВЫЗОВЫ

## ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ КРИЗИС

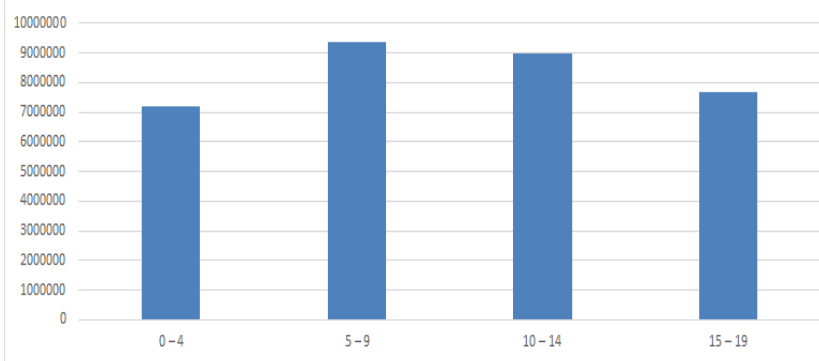
За последние 5 лет наблюдается снижение возрастной группы 0-4 года на 23%, что к 2027 году скажется на сегменте 5-9 лет.



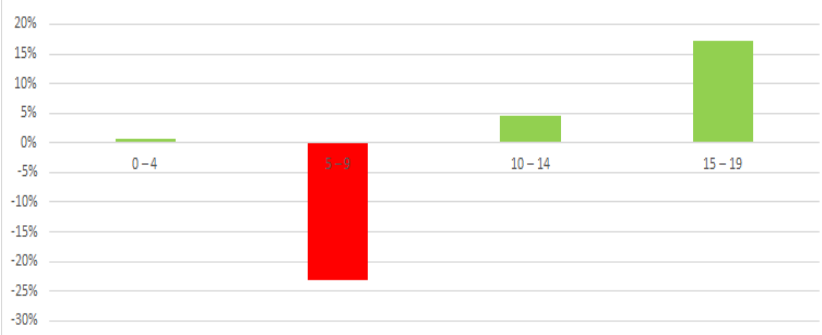
Динамика по возрастным группам за период 2017-2022



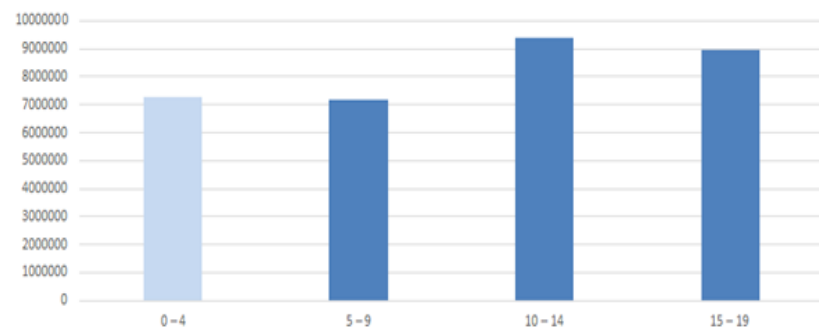
Распределение по возрастам 2022



Динамика по возрастным группам к 2027 году

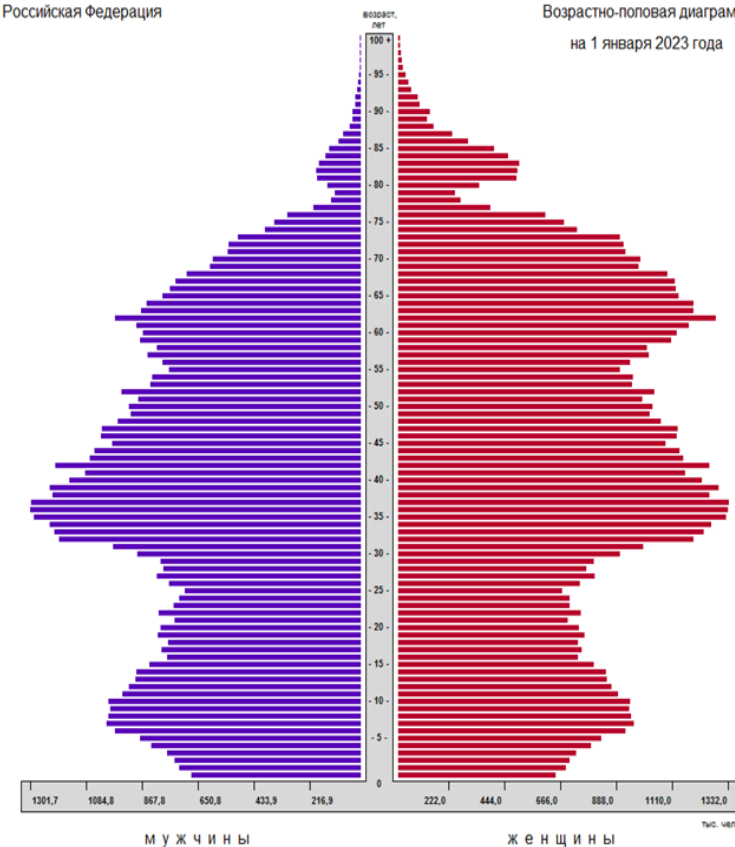


Распределение по возрастам 2027



Российская Федерация

Возрастно-половая диаграмма на 1 января 2023 года



# ВЫЗОВЫ

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ



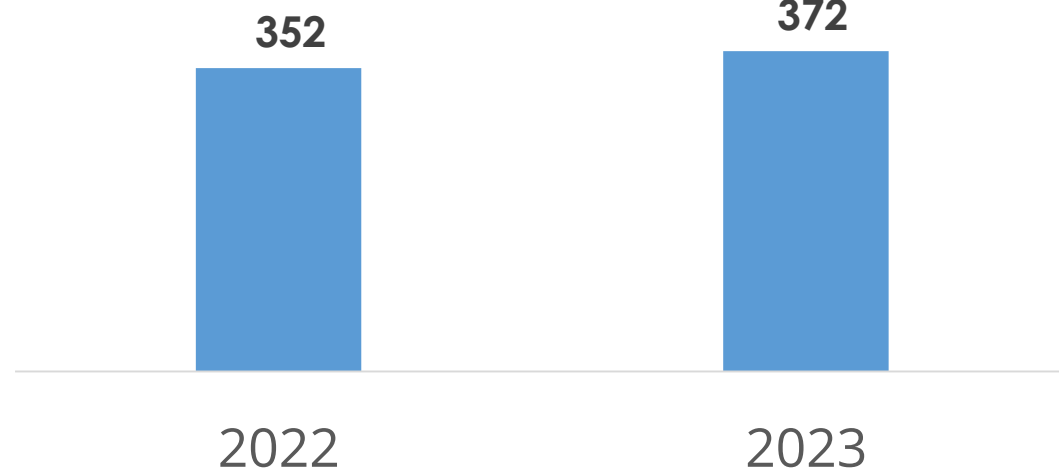
ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

**+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



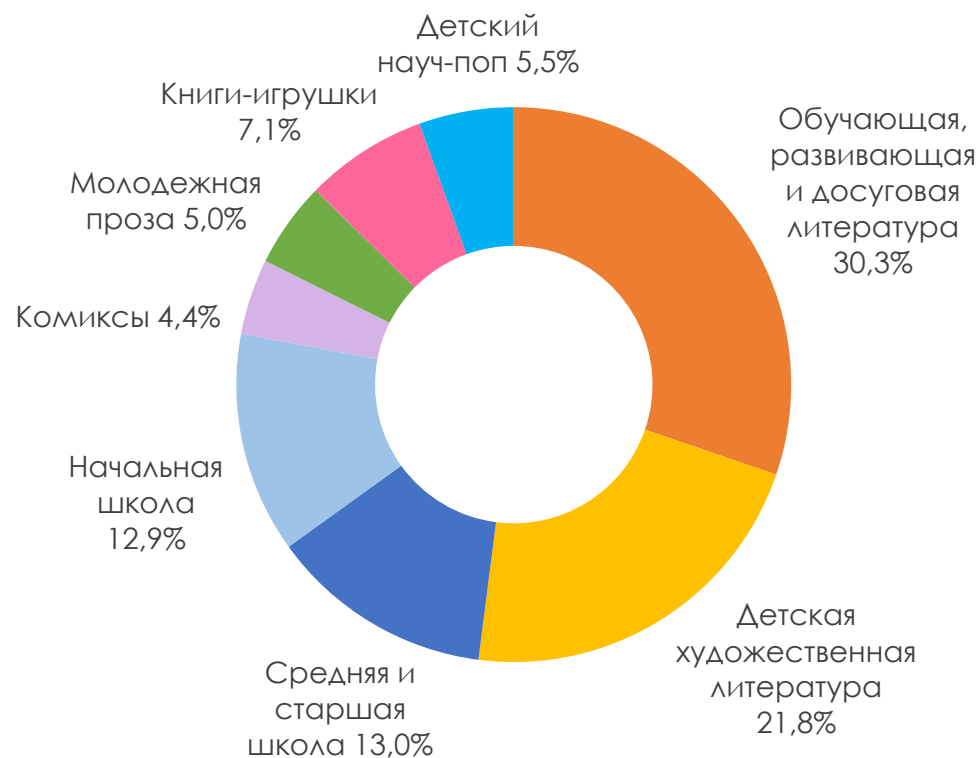
**+6%**  
к 2022

### Доля по нишам детской учебной и молодёжной литературы

#### Доля по нишам офлайн-розница



#### Доля по нишам маркетплейсы



# ИНОСТРАННЫЕ ПРАВА И ЛИЦЕНЗИИ

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.



**ВЛАД А4**

Рост продаж  
бренда Влад А4

**+550%** в шт,

**+669%** в руб

к 2022 году



# ТРЕНДЫ

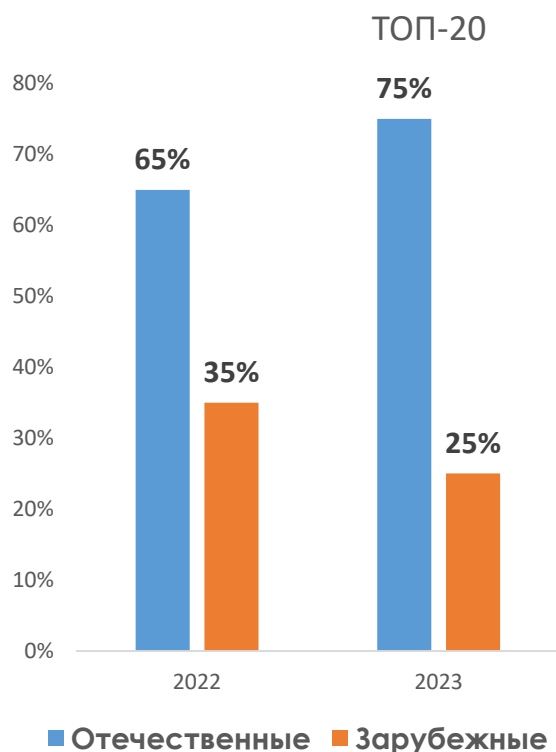
## 2023-2024



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.!**

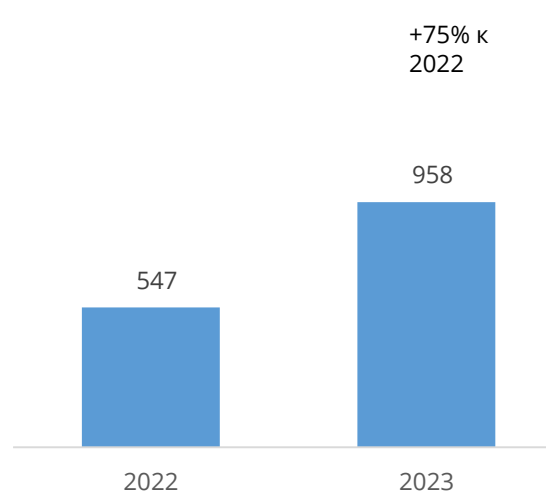


### ПАТРИОТИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

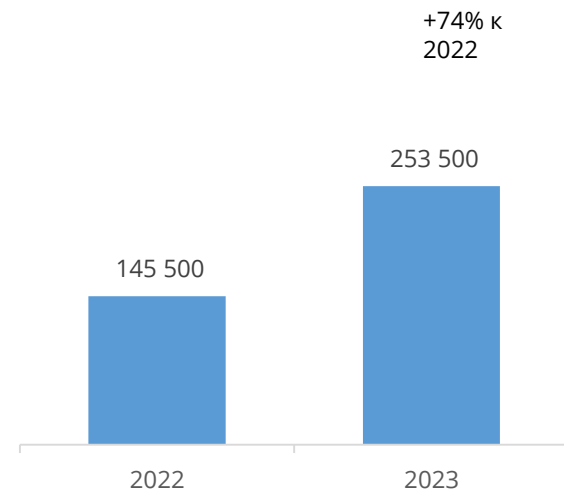
Рост интереса к художественным произведениям и познавательной литературе с патриотической или регионоведческой составляющей.



Выпуск, кол-во наименований



Выпуск, экз

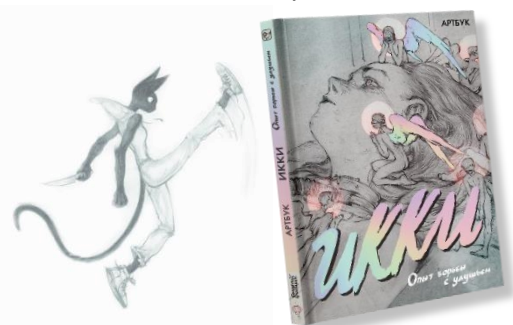


# ОТВЕЧАТЬ ЗАПРОСУ СОВРЕМЕННОЙ АУДИТОРИИ

## ИЛЛЮСТРАЦИИ:



Яркая анимация,  
синхронизация с визуалом  
медийных проектов.



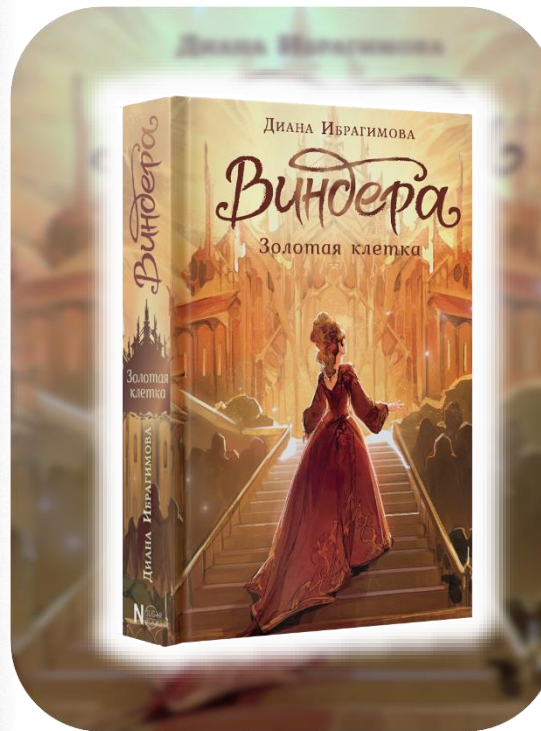
Иллюстрации для ценителей,  
когда книга является неким  
арт-объектом, формируя и  
воспитывая эстетический вкус.

## РЕТЕЛЛИНГИ



В России особенно популярны  
славянское фэнтези и истории  
про попаданцев.

## ТЕМА ЭСКАПИЗМА

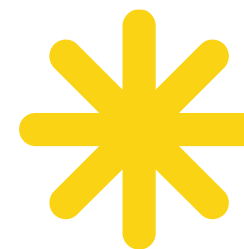


## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ —

главный канал  
коммуникации с  
молодыми читателями.







Спасибо за внимание!



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ГРУППА АСТ

