

PMR MARKET
EXPERTS

HANDEL DETALICZNY PRODUKTAMI DLA DZIECI W POLSCE 2025

ANALIZA RYNKU I PROGNOZY
ROZWOJU NA LATA 2025-2030



Główny cel

Przedstawić kompleksową charakterystykę polskiego rynku detalicznego produktów dla dzieci z uwzględnieniem podziału kanały sprzedaży oraz kategorie produktowe, a także perspektywy ich rozwoju (ryнку, segmentów i kanałów).

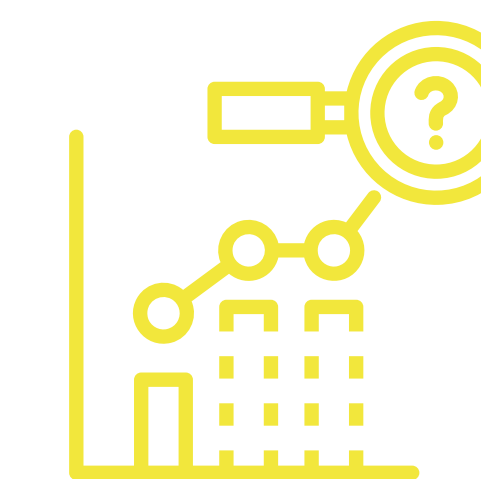
Cele dodatkowe

- **szczegółowa analiza kanałów sprzedaży produktów dla dzieci:** internet, sklepy spożywcze, specjalistyczne sklepy dziecięce, sklepy sieciowe odzieżowe i obuwnicze, sklepy niezależne (m.in. z artykułami dziecięcymi), drogerie, sieci meblowe, pozostałe kanały, oraz przedstawienie prognoz ich rozwoju
- **szczegółowa analiza poszczególnych kategorii produktów dla dzieci,** w tym: odzież dziecięca, obuwie dziecięce, kosmetyki i artykuły higieniczne dla dzieci, żywność dla niemowląt, wózki i foteliki, zabawki, meble dziecięce i artykuły wyposażenia pokoi dziecięcych, oraz przedstawienie prognoz ich rozwoju
- **przedstawienie kluczowych czynników i trendów na rynku produktów dla dzieci** (demograficznych, makroekonomicznych, popytowych, podaźowych, prawnych)
- **przedstawienie i analiza zachowań konsumentów** kupujących produkty dla dzieci, ogółem i w ramach poszczególnych kategorii produktowych



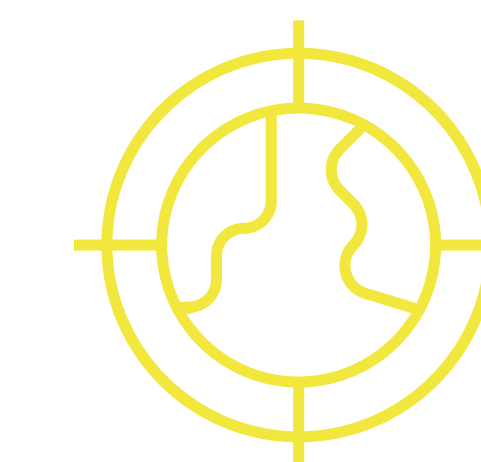
Zakres czasowy

2021-2024



Perspektywa prognoz

2025-2030



Zakres przestrzenny

Polska

Jakie informacje zawiera raport?

- **wartość rynku** w latach 2021-2024 wraz z prognozami jego rozwoju do roku 2030
- **struktura rynku** w latach 2020-2023 wraz z prognozami rozwoju do roku 2030 w podziale na kanały sprzedaży i kategorie produktowe
- **prognozy zmiany cen** na rynku produktów dla dzieci i innych czynników makroekonomicznych
- **prognozy zmian demograficznych**
- **czynniki wpływające na rynek:** popytowe, podażowe i prawne
- **zachowania konsumenckie** determinujące zakupy produktów dla dzieci
- **główni gracze** na detalicznym rynku produktów dla dzieci, w tym w podziale na kanały sprzedaży i kategorie produktowe
- **wyniki badań konsumenckich i rynkowych**, obejmujące m.in. penetrację zakupów w poszczególnych kategoriach, częstotliwość zakupów, preferencje co do marek i kanałów sprzedaży, znaczenie opinii i rekomendacji, średnie wydatki oraz znajomość marek i sieci



Zakres rzeczowy

Rynek produktów dla dzieci ogółem

Kategorie produktowe:

1. odzież dziecięca
2. obuwie dziecięce
3. kosmetyki i artykuły higieniczne dla dzieci
4. żywność dla niemowląt
5. wózki, foteliki i akcesoria do nich
6. zabawki
7. meble dziecięce i artykuły wyposażenia pokoi dziecięcych
8. akcesoria do higieny i karmienia

Kanały sprzedaży:

- internet
- sklepy spożywcze
- specjalistyczne sklepy dziecięce
- sklepy sieciowe odzieżowe i obuwnicze
- drogerie
- sieci meblowe
- pozostałe kanały

Zakres przedmiotowy

- wartość rynku
- struktura całkowitej wartości rynku w podziale na kanały sprzedaży
- struktura całkowitej wartości rynku w podziale na kategorie
- prognozy dla:
 - ↳ całego rynku
 - ↳ kanałów sprzedaży
 - ↳ kategorii produktowych
- najwięksi detaliści:
 - ↳ na rynku produktów dla dzieci
 - ↳ w poszczególnych kategoriach produktów dziecięcych



WYNIKI BADANIA

1 000

**KONSUMENTÓW
KUPUJĄCYCH
PRODUKTY
DLA DZIECI**

Badanie ankietowe

Analiza zachowań konsumentów kupujących produkty dla dzieci, w tym m.in.:

- wpływ inflacji na zakupy produktów dla dzieci
- wzory zachowań konsumenckich rodziców dzieci do 12 roku życia (w porównaniu do pozostałych osób)
- zakup produktów używanych dla dzieci, najczęściej wybierane kategorie i najpopularniejsze miejsca zakupu
- otrzymywanie i wydatkowanie świadczeń socjalnych zorientowanych na gospodarstwa domowe z dziećmi
- wpływ blogów, stron internetowych i profili w mediach społecznościowych o tematyce parentingowej na zakup produktów dla dzieci
- zakup produktów dla dzieci pod markami własnymi
- najczęściej wybierane miejsca zakupu dla poszczególnych kategorii produktowych
- ważność opinii i rekomendacji przy wyborze poszczególnych kategorii produktowych

Prognozy dodatkowych wskaźników ujęte w raporcie

Opracowując raport sporządzono długoterminowe prognozy rozwoju rynku z wykorzystaniem modeli ekonometrycznych oraz historycznych szeregów czasowych.

Prognozy obejmują okres 2025-2030.

Oprócz prognoz dla wartości rynku, kanałów sprzedaży i segmentów rynku, raport zawiera również prognozy wybranych wskaźników demograficznych i makroekonomicznych, w tym:

- liczba urodzeń żywych, liczba dzieci w poszczególnych grupach wiekowych (0-3, 4-6, 7-12),
- PKB per capita oraz realna dynamika PKB,
- inflacja CPI oraz cen produktów dla dzieci,
- średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce,
- realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz spożycia indywidualnego.

**Sprawdzalność prognoz
PMR Market Experts
publikowanych w raportach
jest wysoka - typowy
poziom błędu (MAPE)
to zwykle mniej niż 3%.**



10 powodów, dla których warto zainwestować w raport „Handel detaliczny produktami dla dzieci w Polsce 2025”

1 **Kompleksowy obraz rynku produktów dziecięcych w Polsce**
Wartość i struktura polskiego rynku produktów dla dzieci w latach 2021-2024 oraz szczegółowe prognozy rozwoju do 2030 r.

2 **Dostęp do precyzyjnych prognoz ekonometrycznych**
Prognozy wartości i dynamiki sprzedaży z uwzględnieniem czynników makroekonomicznych i demograficznych.

3 **Zwyczaje zakupowe i wydatki rodziców na produkty dla dzieci**
Unikalne badania PMR o wydatkach Polaków na produkty dziecięce: kwoty, częstotliwość i struktura zakupów z podziałem na grupy społeczne, typy gospodarstw domowych, miejsca zakupu i marki.

4 **Marki najczęściej wybierane przez rodziców**
Zestawienia popularności marek w odzieży, kosmetykach, zabawkach czy żywności dla dzieci – dane z badań PMR.

5 **Analiza konkurencji i udziałów rynkowych**
Przychody i dynamika sprzedaży produktów dziecięcych w e-sklepach i na platformach handlowych, wraz z porównaniem udziałów rynkowych.

6 **Szczegółowa segmentacja rynku**
Dane i prognozy dla odzieży, obuwia, żywności dla niemowląt, zabawek, mebli i akcesoriów dziecięcych w Polsce do 2030 r.

7 **Rola social mediów w decyzjach zakupowych**
Wpływ blogów i profili parentingowych na wybór produktów dla dzieci, z rozbiciem na pokolenia i grupy demograficzne.

8 **Wsparcie decyzji strategicznych i inwestycyjnych**
Dane jako podstawa do decyzji zarządu, działów strategii, sprzedaży i marketingu, a także analiz dla banków i funduszy inwestycyjnych.

9 **Dodatkowe materiały – dane źródłowe w Excelu**
Umożliwiają samodzielne agregowanie danych, analizę własną i tworzenie modeli wewnętrznych w organizacji.

10 **Autorskie badania i doświadczenie**
Łączone źródła danych (pierwotne, wtórne), 20+ lat doświadczenia na rynku, metodologia oparta na dziesiątkach zmiennych.

Na jakie pytania odpowiadamy w raporcie?

- Ile wart jest rynek produktów dla dzieci w Polsce?
- Jaka jest wartość poszczególnych kategorii produktów dla dzieci i które z produktów będą rozwijać się najszybciej w ciągu najbliższych 5 lat?
- Jaka jest wartość kanałów sprzedaży produktów dla dzieci ogółem i w ramach poszczególnych kategorii produktowych?
- Jakie są dominujące trendy na rynku produktów dla dzieci w Polsce?
- Jaki jest wpływ inflacji na rynek produktów dla dzieci?
- Które kategorie produktów dziecięcych są najczęściej kupowane z drugiej ręki i dlaczego?
- Ile Polacy średnio wydają na wózek czy fotelik i które marki cieszą się największym zaufaniem?
- Jak wygląda struktura zakupów online vs. offline i które kanały sprzedaży będą rosły najszybciej?
- Jakie są różnice w zwyczajach zakupowych rodziców w zależności od wieku dziecka i typu gospodarstwa domowego?
- Które sieci handlowe mają największe udziały w sprzedaży dziecięcej?



BAZA DANYCH - wraz z raportem otrzymają Państwo najważniejsze dane do samodzielnej agregacji w arkuszu Excel.

PMR Market Experts to marka raportów rynkowych opracowywanych przez Hume's Institute

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe. Nasze główne specjalizacje:

- Digital & ICT
- Retail
- Pharma & Healthcare
- Construction

Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczach.

Jesteśmy częścią Hume's Institute – agencji badawczej 360° specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych PMR Market Experts, **unikatowe insighty** oraz **sprawdzone prognozy** dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad 600 klientów na całym świecie. **Przebadaliśmy ponad 5 000 marek, działając na ponad 50 rynkach.** Zaufaniem obdarzyły nas największe firmy - **współpracujemy z 70% marek z prestiżowej listy Fortune 500.**

20+

lat doświadczenia

600+

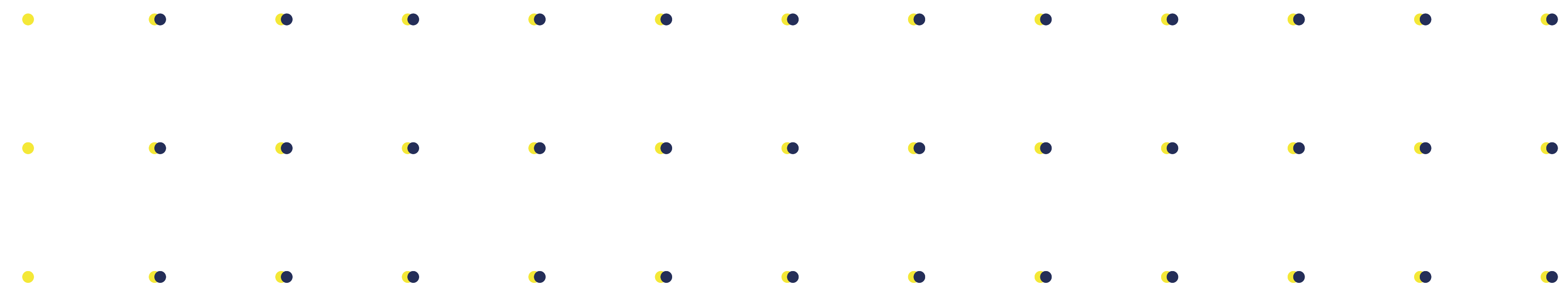
klientów globalnych

5 000+

przebadanych marek

50+

analizowanych krajów



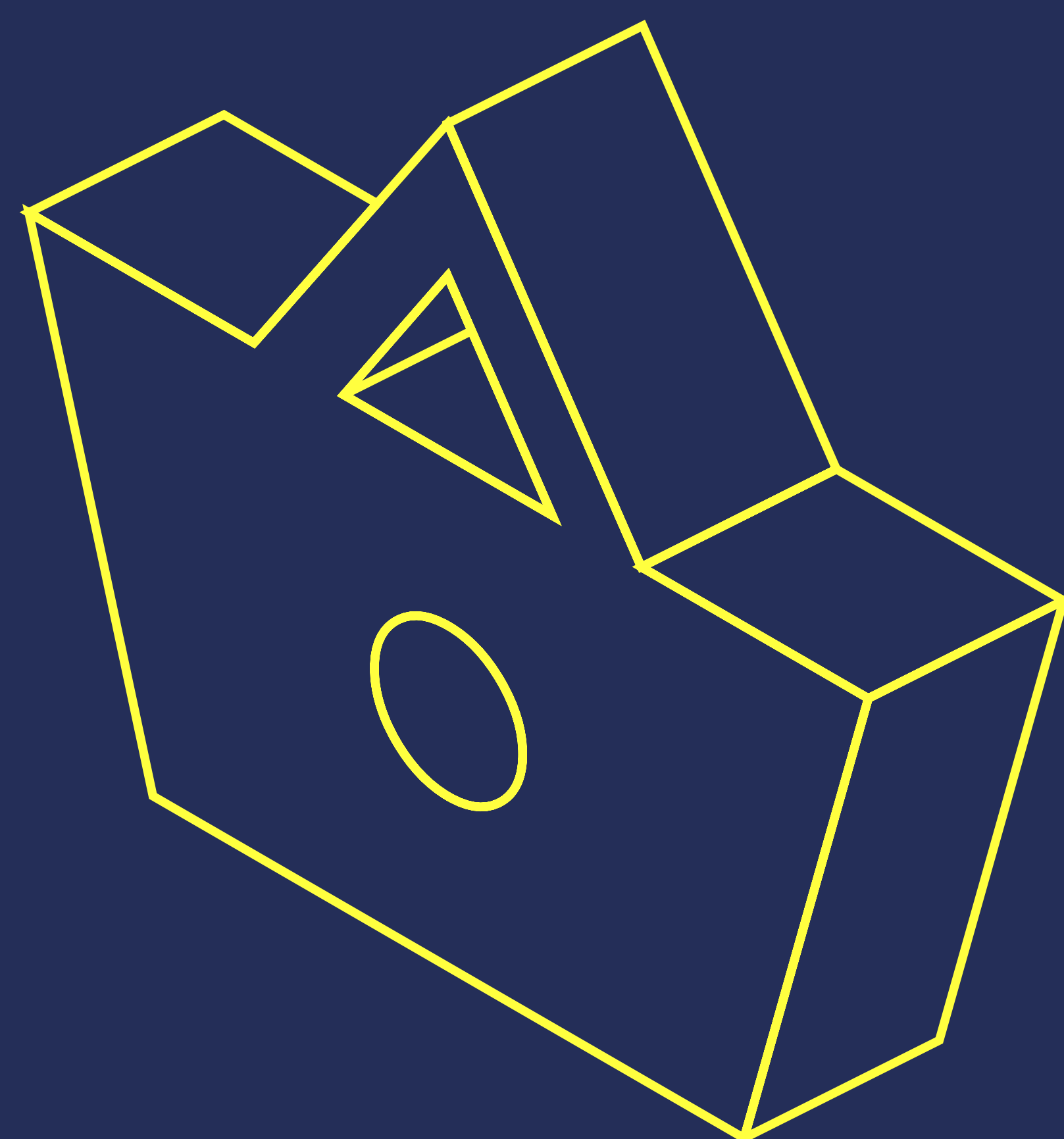
Zaufało nam już ponad 600 firm, w tym:

L'ORÉAL



SEPHORA





RETAIL

ANALIZA RYNKU
I 5-LETNIE PROGNOZY ROZWOJU

- Handel detaliczny **artykułami RTV, AGD i sprzętem elektronicznym** w Polsce
- Handel detaliczny **produktami Food to Go** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami kosmetycznymi** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami DIY** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami wyposażenia wnętrza** w Polsce
- Rynek **HoReCa** w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec, wrzesień, grudzień)
- Handel detaliczny **artykułami spożywczymi** w Polsce
- Handel detaliczny **odzieżą i obuwem** w Polsce
- Handel detaliczny **artykułami sportowymi** w Polsce
- Handel detaliczny **produktami dla dzieci** w Polsce
- **Handel internetowy** w Polsce (dodatkowa aktualizacja danych: marzec)
- Rynek **catering dietetycznego** w Polsce

- Handel detaliczny **artykułami nieżywnościowymi** w Polsce
- Rynek **opieki i produktów dla zwierząt** w Polsce
- Rynek **dostaw do HoReCa** w Polsce
- Rynek **dyskontów niespożywczych** w Polsce
- **Diet catering** market in Czech Republic

NOWOŚCI

- Tygodnik: **PMR Retail Insight** (Poland, Hungary, Romania, Slovakia, Czech Republic)



KONTAKT:

Beata Michalska

Business Development Manager

tel.: +48 607 636 904

beata.michalska@pmrmarketexperts.com



BIURO

Królewska 57
30-081 Kraków, Polska



KONTAKT

tel.: +48 609 290 093
+48 782 011 000
sales@pmrcorporate.com
info@pmrcorporate.com



WWW

pmrmarketexperts.com
mypmr.pro
humes.pl