



РЫНОК КОНТРАФАКТНЫХ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ В РОССИИ

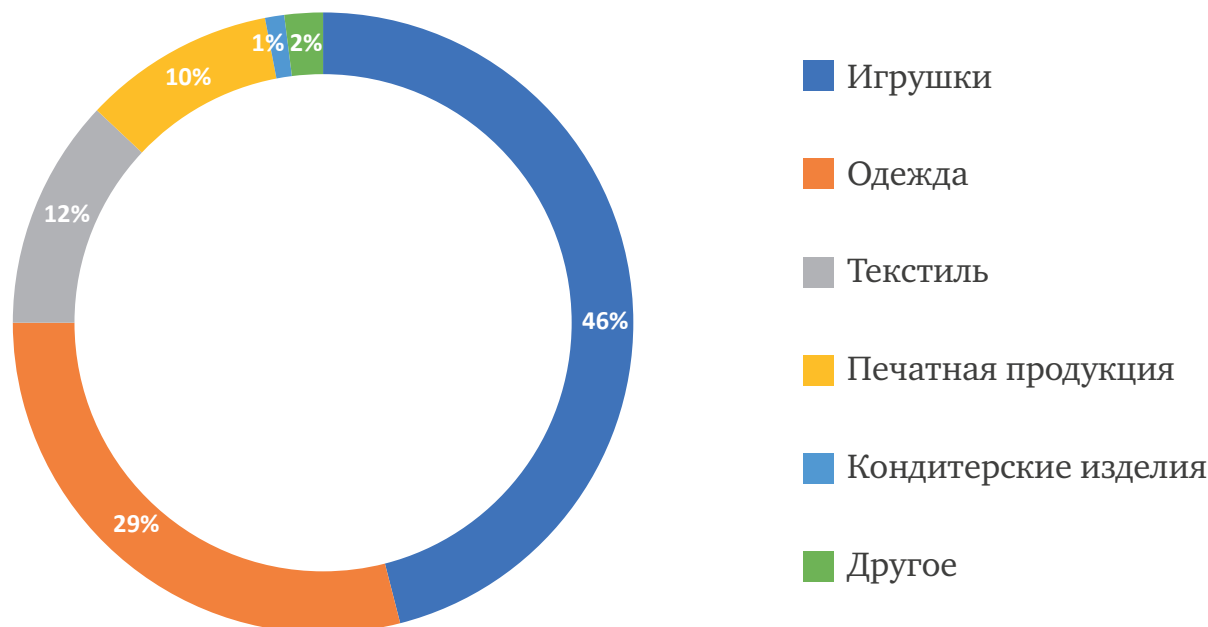
GORODISSKY IP SECURITY

Аналитики сервиса Gorodissky IP Security провели исследование онлайн рынка детских товаров по всей России, целью которого было выявить и оценить механизмы появления в интернет-магазинах контрафактных детских товаров.

Основой исследования стали независимые данные, собранные при помощи собственной автоматизированной системы, использующей алгоритмы машинного обучения и современные технические средства для поиска и обработки информации в сети «Интернет».

В ходе исследования были выявлены основные группы товаров контрафакта:

- Игрушки (в том числе велосипеды, самокаты, воздушные шары, праздничные принадлежности) – 46%
- Одежда (в том числе карнавальные костюмы и различного рода сумки)- 29%
- Текстиль (постельные принадлежности, полотенца и т.д.) – 12%
- Печатная продукция (тетради, раскраски, тематические журналы, книги и т.д.) -10%
- Кондитерские изделия – 1 %
- Другое (детская мебель, украшения, декор) -2 %



Среди общего объема контрафактных товаров наибольшее количество – 46% выявлено среди игрушек (другими словами, каждая вторая игрушка, покупаемая в Интернете, является контрафактной).

Около 40% всех контрафактных игрушек визуально распознаются без каких-либо проблем, однако, встречаются и высококачественные подделки (60%) - цель которых ввести в заблуждение покупателей лицензионной продукции, в том числе по известным мультипликационным брендам.

На втором месте лидирующей по доли от рынка контрафакта является детская одежда (29 %). Контрафактная детская одежда изготавливается во множестве стран, куда входят такие страны, как Вьетнам, Таиланд, КНР. Что примечательно, контрафактная одежда по российским мультипликационным брендам изготавливается преимущественно в таких странах, как Узбекистан, Кыргызстан, Таджикистан, Украина, Казахстан и Армения.

Механизм попадания на страницы российских интернет-магазинов, торговых площадок, социальных сетей и других ресурсов схож во всех случаях: через заранее созданные по российским законам индивидуальные предпринимательства осуществляется импорт, после чего, индивидуальное предпринимательство под видом дистрибьютора лицензионной продукции (или без) заключает договоры с известными онлайн ресурсами.

Ввиду низкого порога модерации (или его отсутствия) у товаров, размещаемых на интернет-ресурсах, товарам легко оказаться в свободной продаже.