



Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка лубрикантов и
смазок для секса в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – брендов, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Рбк, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	11
Резюме	12
Глава 1. Методология исследования	13
Объект исследования	13
Цель исследования	13
Задачи исследования.....	13
Метод сбора и анализа данных.....	13
Источники получения информации	14
Объем и структура выборки.....	15
Глава 2. Классификация и основные характеристики лубрикантов и смазок для секса.....	16
Глава 3. Объем и темпы роста рынка лубрикантов и смазок для секса в России	19
Объем и темпы роста рынка	19
<i>Объем рынка по брендам.....</i>	<i>23</i>
Глава 4. Производство лубрикантов и смазок для секса в России	31
Производство	31
<i>Производство по брендам</i>	<i>33</i>
Глава 5. Импорт лубрикантов и смазок для секса в Россию и экспорт лубрикантов и смазок для секса из России.....	37
Импорт	37
<i>Импорт по брендам</i>	<i>39</i>
<i>Импорт по странам происхождения.....</i>	<i>43</i>
<i>Импорт по производителям и брендам</i>	<i>47</i>
Экспорт.....	49
<i>Экспорт по брендам.....</i>	<i>49</i>
<i>Экспорт по странам назначения</i>	<i>49</i>
<i>Экспорт по производителям и брендам</i>	<i>50</i>
Глава 6. Основные события, тенденции и факторы развития рынка лубрикантов и смазок для секса в России	52
Российский рынок товаров sexual wellness (для сексуального здоровья) в 2022 году.....	52

Брендинговые стратегии	52
Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность ключевых игроков рынка лубрикантов и смазок для секса	53
ЗАО «ЛАБОРАТОРИЯ ЭМАНСИ»	53
ООО «БЕРГУС»	54
ООО «ЛАБОРАТОРИЯ БИОРИТМ»	55

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 26 таблиц и 22 диаграммы.

Таблицы:

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка лубрикантов и смазок для секса в России , шт.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка лубрикантов и смазок для секса в России , тыс. \$.

Таблица 3. Объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России по брендам , шт.

Таблица 4. Объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России по брендам , тыс.\$.

Таблица 5. Объем производства лубрикантов и смазок для секса в России , шт.

Таблица 6. Объем производства лубрикантов и смазок для секса в России , тыс. \$.

Таблица 7. Объем производства лубрикантов и смазок для секса по брендам и субъектам федерации в России , шт.

Таблица 8. Объем производства лубрикантов и смазок для секса по брендам и субъектам федерации в России , тыс.\$.

Таблица 9. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию , шт.

Таблица 10. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию , тыс. \$.

Таблица 11. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по брендам, шт.

Таблица 12. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по брендам, тыс. \$.

Таблица 13. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по странам происхождения, шт.

Таблица 14. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по странам происхождения, тыс.\$.

Таблица 15. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по производителям и брендам , шт.

Таблица 16. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса из России , шт.

Таблица 17. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса из России , тыс. \$.

Таблица 18. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса из России по брендам, шт.

Таблица 19. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса из России по брендам, тыс. \$.

Таблица 20. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса из России по странам назначения, шт.

Таблица 21. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса из России по странам назначения, тыс.\$.

Таблица 22. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по производителям и брендам , шт.

Таблица 23. Финансовые показатели ЗАО «ЛАБОРАТОРИЯ ЭМАНСИ» , тыс. руб.

Таблица 24. Финансовые показатели ООО «БЕРГУС» , тыс. руб.

Таблица 25. Финансовые показатели ООО ЛАБОРАТОРИЯ БИОРИТМ , тыс. руб.

Таблица 26. Финансовые показатели ООО БИОР-ОПТ , тыс. руб.

Диаграммы:

- Диаграмма 1. Объем и темп прироста рынка лубрикантов и смазок для секса в России , шт.
- Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта рынка лубрикантов и смазок для секса в России в натуральном выражении, %.
- Диаграмма 3. Объем и темп прироста рынка лубрикантов и смазок для секса в России , тыс. \$.
- Диаграмма 4. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка лубрикантов и смазок для секса в России в стоимостном выражении, %.
- Диаграмма 5. Доли брендов в общем объеме рынка лубрикантов и смазок для секса в России , % от натурального объема.
- Диаграмма 6. Доли брендов в общем объеме рынка лубрикантов и смазок для секса в России , % от стоимостного объема.
- Диаграмма 7. Объем и темп прироста производства лубрикантов и смазок для секса в России , шт.
- Диаграмма 8. Объем и темп прироста производства лубрикантов и смазок для секса в России , тыс. \$.
- Диаграмма 9. Доли производителей лубрикантов и смазок для секса в объеме производства , % от натурального объема.
- Диаграмма 10. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме производства , % от стоимостного объема.
- Диаграмма 11. Объем и темп прироста импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию , шт.
- Диаграмма 12. Объем и темп прироста импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию , тыс. \$.
- Диаграмма 13. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта в Россию , % от натурального объема.
- Диаграмма 14. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта в Россию , % от стоимостного объема.
- Диаграмма 15. Доли по странам происхождения лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта , % от натурального объема.
- Диаграмма 16. Доли по странам происхождения лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта , % от стоимостного объема.
- Диаграмма 17. Объем и темп прироста экспорта лубрикантов и смазок для секса из России , шт.
- Диаграмма 18. Объем и темп прироста экспорта лубрикантов и смазок для секса из России , тыс. \$.
- Диаграмма 19. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме экспорта из России , % от натурального объема.
- Диаграмма 20. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме экспорта из России , % от стоимостного объема.
- Диаграмма 21. Доли по странам назначения лубрикантов и смазок для секса в объеме экспорта , % от натурального объема.
- Диаграмма 22. Доли по странам назначения лубрикантов и смазок для секса в объеме экспорта , % от стоимостного объема.

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка лубрикантов и смазок для секса в России.

Объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2022 г. составил 10 979 686 шт. Крупнейшими игроками рынка лубрикантов и смазок для секса в 2022 г. стали: CONTEX, DUREX, RABBY, SHUNGA, COBECO, DARING, DESIRE, DONA, EXSENS, FORPLAY, FUN FACTORY, JO, LAVA, LELO, LOVEHONEY, LOVELY PLANET, ORGIE, PJUR, ROSPARFUM, SAGAMI, SEXUS, STIMUL8, SWISS NAVY, TENGA, YESFORLOV, АО ВЕРТЕКС (ГИНОКОМФОРТ), ЗАО ЛАБОРАТОРИЯ ЭМАНСИ (NASICO, TITAN, АКТИФЕРТ), ООО АЛЬТЕРХИМ-ПРО (Balunty), ООО БЕРГУС (TOREX, ARLETTE, SHEFOX), ООО ГЕЛТЕК-МЕДИКА (GELTEK, VIZIT, SICO), ООО КОРОЛЕВФАРМ (LUBRIMAX), ООО ЛАБОРАТОРИЯ БИОРИТМ (BIORITM, УСЛАДА, ОКЕЙ, ТЫ И Я), ООО СИБЕРИНА (SIBERINA), ООО ХБО ФИРМА ВИТА (EROTIST, JULEJU, SPRING).

Производственные мощности по выпуску лубрикантов и смазок для секса сосредоточены в г. Москве, Московской обл., Нижегородской обл., Владимирской обл., г. Санкт-Петербург. Отечественными брендами лубрикантов и смазок для секса являются: ГИНОКОМФОРТ, NASICO, TITAN, АКТИФЕРТ, BALUNTY, TOREX, ARLETTE, SHEFOX, GELTEK, LUBRIMAX, BIORITM, УСЛАДА, ОКЕЙ, ТЫ И Я, SIBERINA, EROTIST, JULEJU, SPRING.

Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2022 г. составил \$ 36 437,6 тыс.

Наибольшую долю импорта лубрикантов и смазок для секса в 2022 г. заняли производители: CONTEX, DUREX, HOT, JO, JOYDIVISION, LUBRY, PJUR, RABBY, SHUNGA, STIMUL8, SWISS NAVY, UNILATEX GEL, VIZIT, SICO.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок лубрикантов и смазок для секса в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка лубрикантов и смазок для секса в России.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка лубрикантов и смазок для секса в России.
2. Объем импорта в Россию и экспорта из России лубрикантов и смазок для секса
3. Объем и темпы роста производства лубрикантов и смазок для секса в России.
4. Рыночные доли брендов на рынке лубрикантов и смазок для секса в России.
5. Конкурентная ситуация на рынке лубрикантов и смазок для секса в России.
6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) лубрикантов и смазок для секса/ аппаратов ингаляционной анестезии в России.
7. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка лубрикантов и смазок для секса в России.

Метод сбора и анализа данных

ФСГС РФ (Росстат): часто информация об **объемах производства продукции** не содержится в данных ФСГС РФ (Росстат) и процесс ее получения является очень трудоемким и сложным. В текущем исследовании мы имеем дело именно с таким случаем.

Анализа финансово-хозяйственной деятельности брендов: сведения о ряде брендов были получены в результате анализа показателей их финансово-хозяйственной деятельности, информации из открытых источников об их деятельности, мнений экспертов и наших собственных знаний о компаниях.

Интервью с брендами: также мы провели **интервью с брендами** и получили сведения как о них самих, так и о деятельности их конкурентов.

Mystery-Shopping с брендами: кроме того, информацию об объемах производства и ценах мы получили, вступив в **переговоры** с брендами в **завуалированной форме (Mystery-Shopping)** от имени потенциального заказчика.

Мониторинг документов: в качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке лубрикантов и смазок для секса и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

К отчету прилагается обработанная и пригодная к дальнейшему использованию **база данных с подробной информацией об импорте в Россию и экспорте из России** лубрикантов и смазок для секса. База включает в себя большое число различных показателей:

1. Категория продукта
2. Бренд
3. Год импорта/экспорта
4. Месяц импорта/экспорта
5. Компании получатели и отправители товара
6. Страны получатели, отправители и производители товара
7. Объем импорта и экспорта в натуральном выражении
8. Объем импорта и экспорта в стоимостном выражении

Содержащиеся в базе данных сведения позволят Вам самостоятельно выполнить любые требующиеся запросы, которые не включены в отчет.

Глава 2. Классификация и основные характеристики лубрикантов и смазок для секса

Лубрикантом называют средство, которое обеспечивает комфортное проникновение и продолжительное скольжение во время секса. Он несет защитную функцию, предотвращая раздражение и защищая слизистые от микротравм, через которые в организм может попасть инфекция.

Лубриканты различают по назначению.

Здесь нет четкой градации, потому что одни и те же средства можно использовать в разных целях. Бывают **спермицидные** лубриканты, снижающие риск нежелательной беременности, но не заменяющие контрацептивы.

Возбуждающие или разогревающие смазки усиливают кровообращение и повышают остроту ощущений. Важно, что такие гели могут вызывать аллергические реакции, поскольку в них входят сильные активные вещества, например, корица, перец или камфора.

Пролонгирующие смазки, наоборот, притупляют чувствительность рецепторов, продлевая любовные игры. Это достигается за счёт анестетиков, входящих в состав лубриканта.

Помимо основы лубриканта, в его состав входят всевозможные отдушки и химические составляющие. Кроме сознательно добавленных компонентов, есть такие, которые являются побочным продуктом производства.

Смазки классифицируются по составу, а точнее, по типу основы. Именно основа, на которой она была сделана, определяет её качество, свойства и особенности. Также есть ещё незначительные подкатегории вроде ароматизированных смазок или субстанций с дополнительными эффектами.

На водной основе

Это самые дешёвые лубриканты, которые, тем не менее, не лишены своих отличительных положительных особенностей.

Они практически не способны вызвать аллергическую реакцию, а также выгодны покупателю за счёт более низкой цены.

Преимущества:

- очень хорошо отстирываются от одежды и постельного белья, не оставляют следов и даже запаха, если изначально смазка была ароматизирована;
- гипоаллергенны;
- совместимы с контрацептивами.

К сожалению, для активных интимных действий смазка на водной основе может не подойти – она быстро расходуется.

На масляной

Не просто так производители продолжают поддерживать линейку смазок с эффектами масел – ими пользуются для интимного массажа как в салонных, так и в домашних условиях. Как правило масляные лубриканты ароматизированы – большинство потребителей делает выбор в их сторону именно из-за этого.

Преимущества:

- в угоду целевой аудитории масляные смазки имеют огромный каталог запахов;
- хорошо втираются в кожу, идеально подходят для массажа;
- действуют достаточно для среднего полового акта время, экономнее, чем аналоги на водной основе.

Так как продукт специфический, недостатков у него тоже хватает:

- Во-первых, лубриканты на основе масла очень плохо отстирываются, как и любой другой масляной продукт – перед использованием следует подготовиться и отложить всё то, что жалко будет испачкать (возможно даже необратимо испачкать).
- Во-вторых, в смазках такого типа используется больше всего больше всего компонентов при изготовлении, а значит, шанс на аллергическую реакцию выше всего. Также лубрикант не совместим с презервативами.

На силиконе

Самый дорогой и по большинству критериев самый качественный вариант. Появившись позже всех на рынке, силиконовая смазка буквально перевернула индустрию, совмещая практичность, экономичность и безопасность.

Преимущества:

- совместимы с любыми контрацептивами;
- очень экономичны – при обычном половом акте достаточно одного использования;
- наименее аллергенны из всех трёх типов смазок.

Единственный недостаток силиконового лубриканта – его цена. Обычно она выше, чем цена за масляный или водный, но за качество приходится платить не только в сфере интимных товаров.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка лубрикантов и смазок для секса в России

Объем и темпы роста рынка

Объем рынка рассчитан по формуле видимого потребления (импорт + производство – экспорт = объем рынка). Для расчета объема производства использовались официальные данные ФСГС РФ, а также данные компаний-брендов. Для расчета объемов импорта и экспорта использовались базы данных ФТС РФ (с последующей обработкой на уровне товарных категорий, брендов).

Показатели объема рынка и производства рассчитаны в ценах брендов изучаемых в исследовании периодов времени (год). Все цены выражены в долларах США.

Показатели объема импорта и экспорта рассчитаны в ценах ФТС РФ в долларах США (в ценах поставки товаров по информации в декларациях)

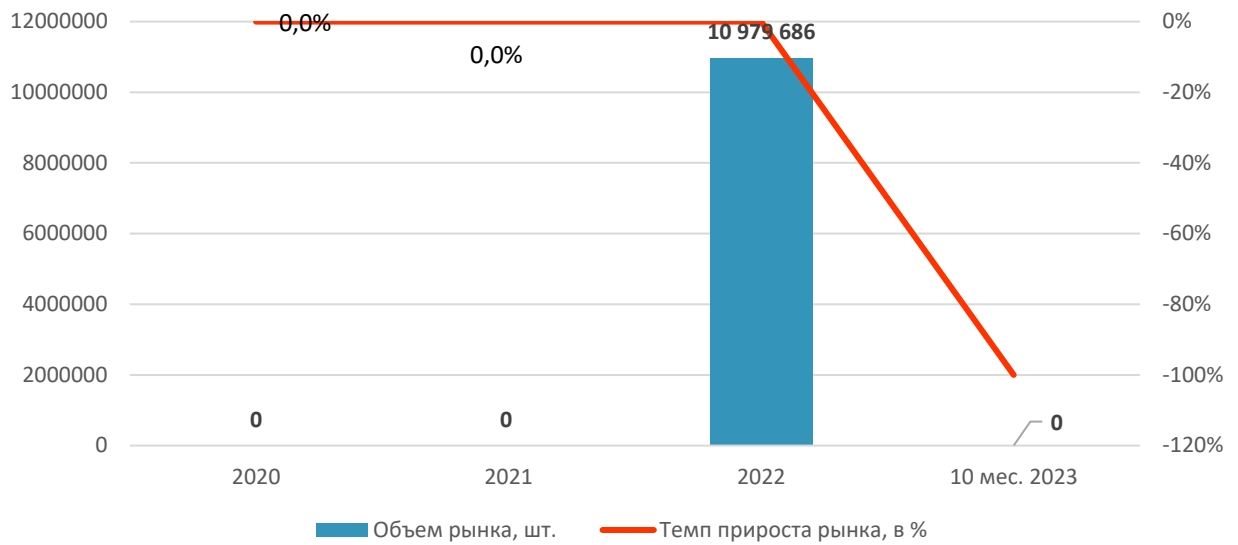
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 г. был равен шт. В 2021 г. этот показатель до шт. (.....%). В 2022 г. объем рынка составил 10 979 686 шт. Темп прироста в 2022 г. составил% в натуральном выражении. По итогам 10 мес. 2023 г. объем рынка достиг шт.

Таблица 1. Объем импорта, экспорта, производства и рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., шт.

Показатель	2020	2021	2022	10 мес. 2023
Импорт				
Экспорт				
Производство				
Рынок			10 979 686	
Темп прироста				

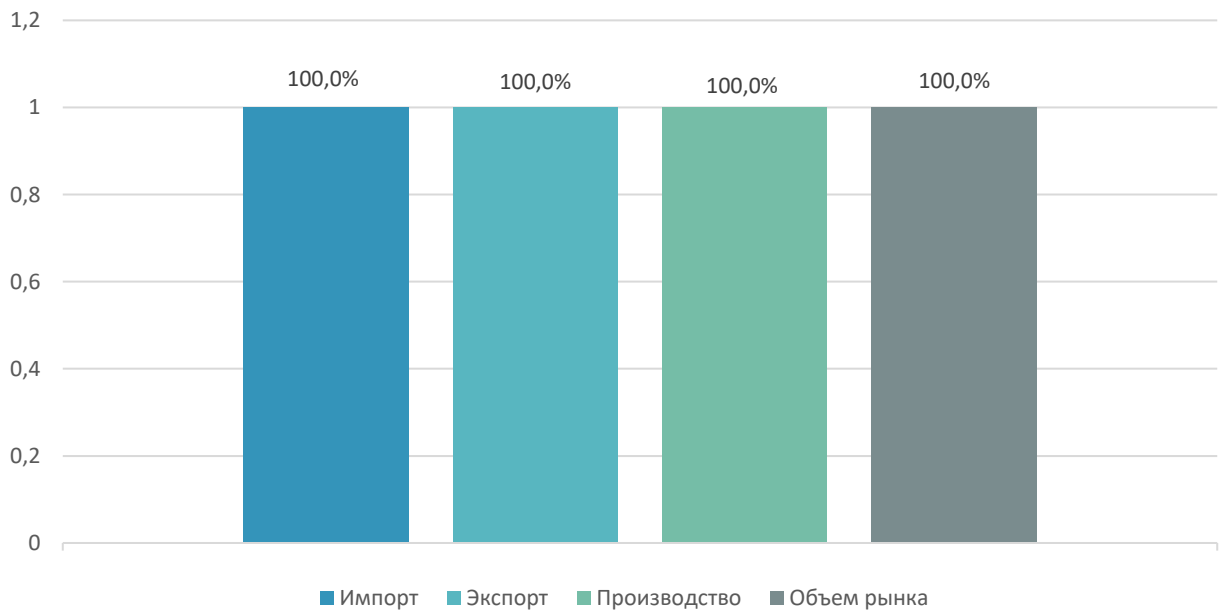
Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 1. Объем и темп прироста рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 г., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 2. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2022 г. в натуральном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

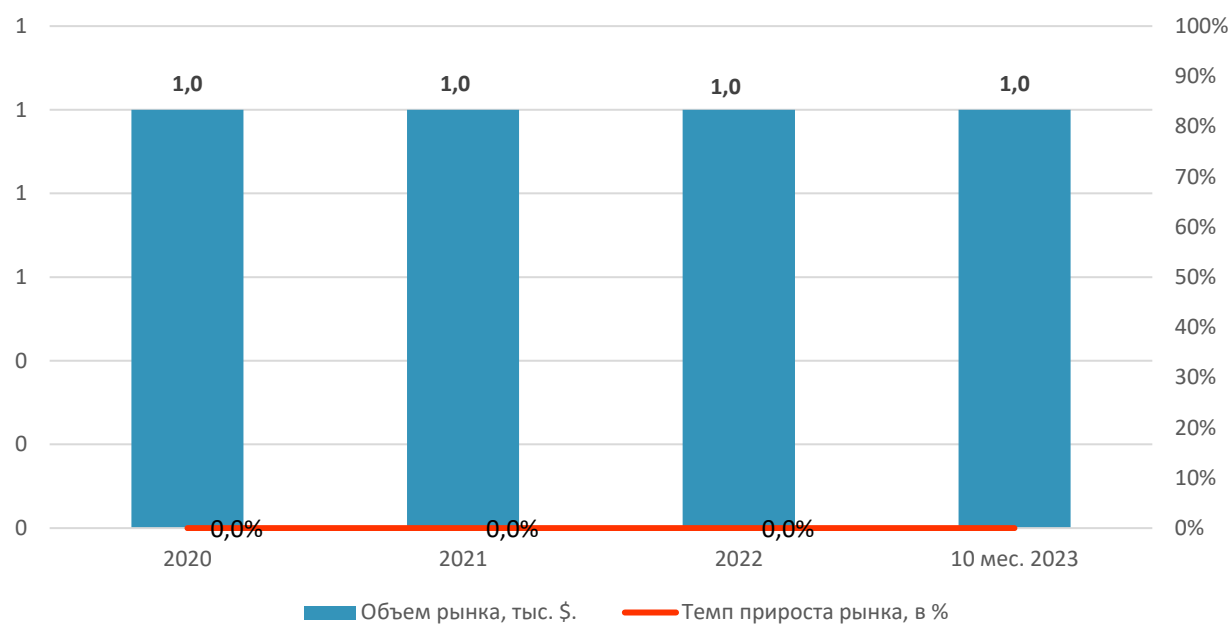
Объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2019 г. был равен \$ тыс. В 2020 г. этот показатель до \$ тыс. Темп прироста в 2020 г. составил%. В 2021 г. объем рынка лубрикантов и смазок для секса достиг \$ тыс. (.....%). По итогам 2022 г. объем рынка достиг \$ тыс. Темп прироста в 2022 г. составил -.....% в стоимостном выражении.

Таблица 2. Объем импорта, экспорта, производства и рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс. \$.

Показатель	2020	2021	2022	10 мес. 2023
Импорт				
Экспорт				
Производство				
Рынок				
Темп прироста				

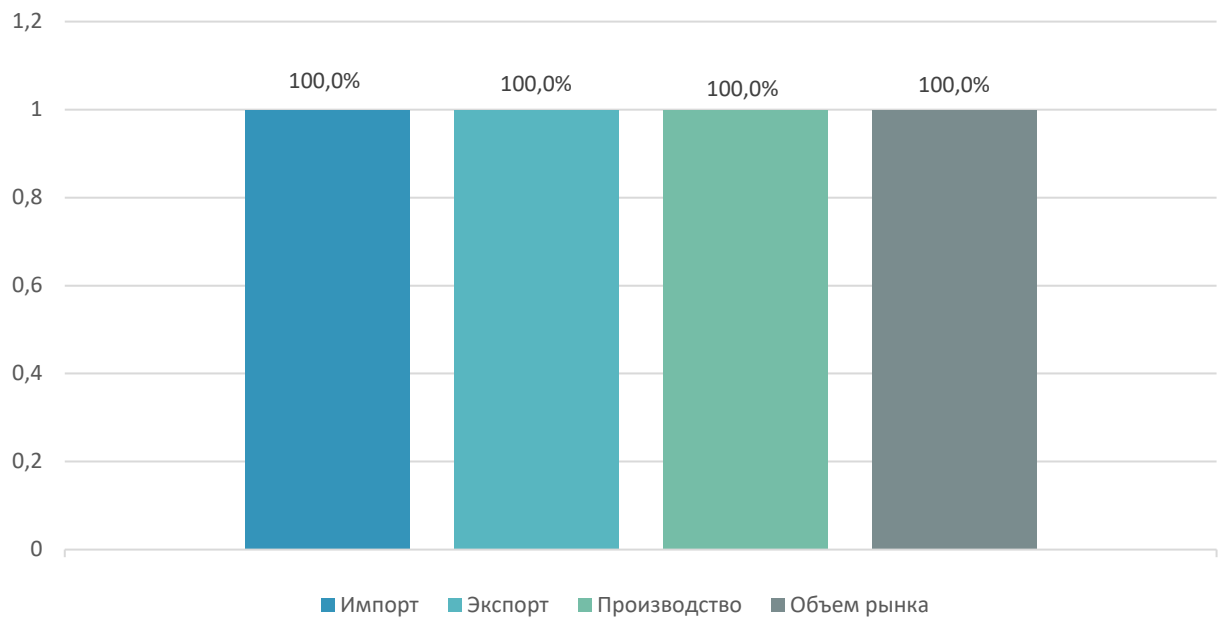
Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 3. Объем и темп прироста рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс. \$.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 4. Темпы прироста объемов производства, импорта, экспорта и рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2022 г. в стоимостном выражении, %.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Объем рынка по брендам

Наибольшую долю рынка лубрикантов и смазок для секса в 2022 г. занял бренд Его доля составила% в натуральном выражении. На втором месте бренд с%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого производителя в 2022 г. составила% в натуральном выражении.

Наибольшую долю рынка лубрикантов и смазок для секса в 2022 г. занял бренд Его доля составила% в стоимостном выражении. На втором месте бренд с%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого производителя в 2022 г. составила% в стоимостном выражении.

Таблица 3. Объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России по брендам в 2021 – 10 мес. 2023 гг., шт.

Бренд	2021				2022				10 мес. 2023			
	Им-т	Экс-т	Пр-во	Рынок	Им-т	Экс-т	Пр-во	Рынок	Им-т	Экс-т	Пр-во	Рынок
CONTEX												

Анализ рынка лубрикантов и смазок для секса в России

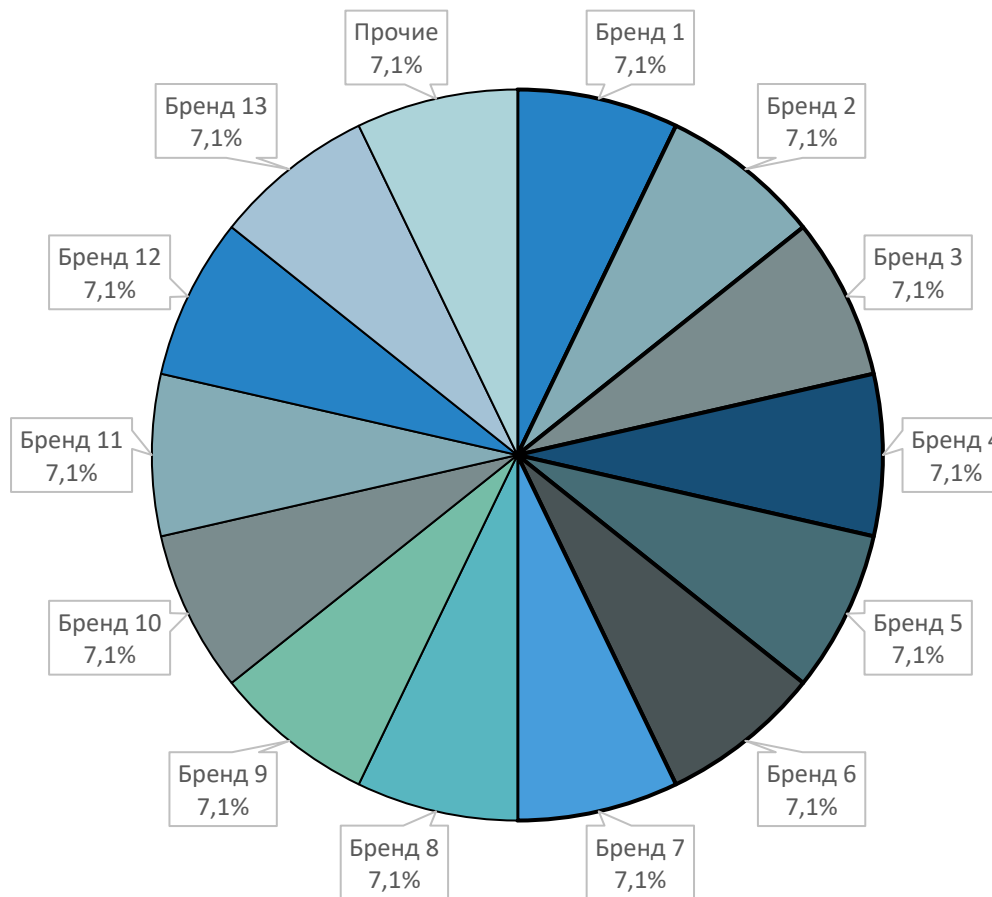
LAVA													
TENGA													

Анализ рынка лубрикантов и смазок для секса в России

АО ВЕРТЕКС (ГИНОКОМФОРТ)													
Прочие													
Итого:													

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Диаграмма 5. Доли брендов в общем объеме рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2022 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 4. Объем рынка лубрикантов и смазок для секса в России по брендам в 2021 – 10 мес. 2023 гг., тыс.\$.

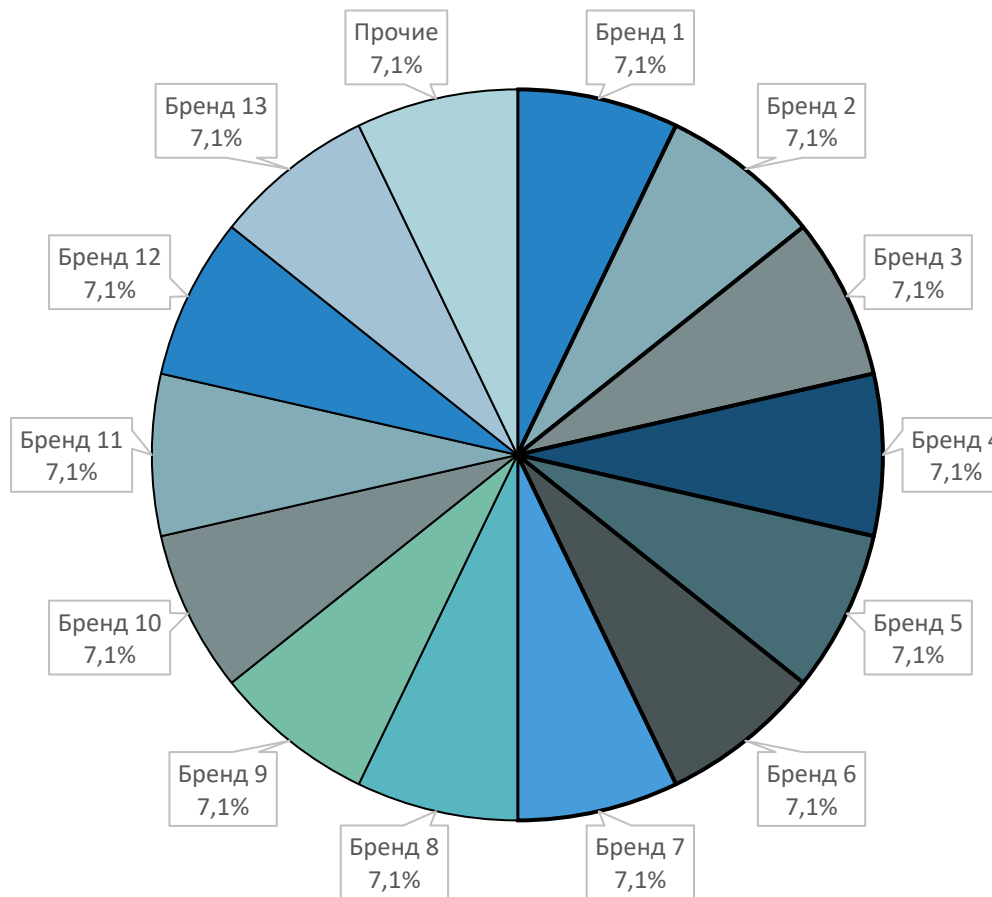
Бренд	2021				2022				10 мес. 2023			
	Им-т	Экс-т	Пр-во	Рынок	Им-т	Экс-т	Пр-во	Рынок	Им-т	Экс-т	Пр-во	Рынок
CONTEX												
LAVA												

Анализ рынка лубрикантов и смазок для секса в России

АО ВЕРТЕКС (ГИНОКОМФОРТ)													
Прочие													
Итого:													

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 6. Доли брендов в общем объеме рынка лубрикантов и смазок для секса в России в 2022 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 4. Производство лубрикантов и смазок для секса в России

Производство

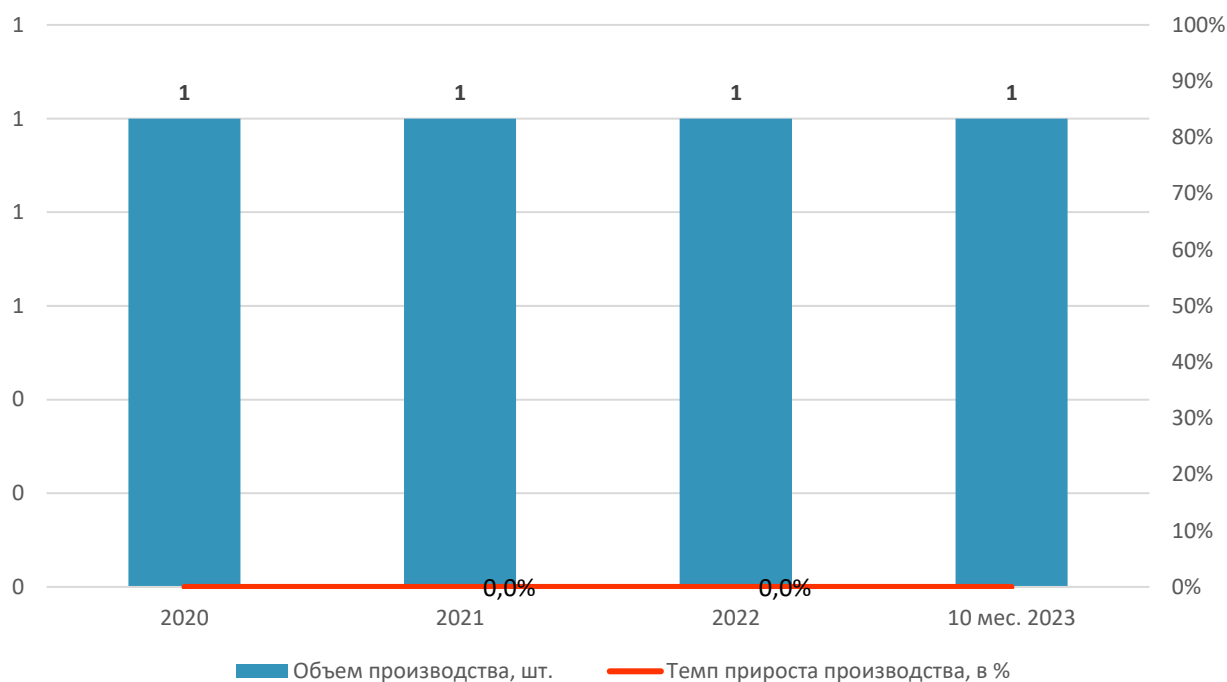
Объем производства лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 г. составил шт. В 2021 г. объем производства до шт., темп прироста составил% в натуральном выражении. В 2022 г. объем производства лубрикантов и смазок для секса достиг шт. Темп прироста в 2022 г. составил% в натуральном выражении. По итогам 10 мес. 2023 г. объем рынка составил шт.

Таблица 5. Объем производства лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., шт.

2020	2021	2022	10 мес. 2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 7. Объем и темп прироста производства лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

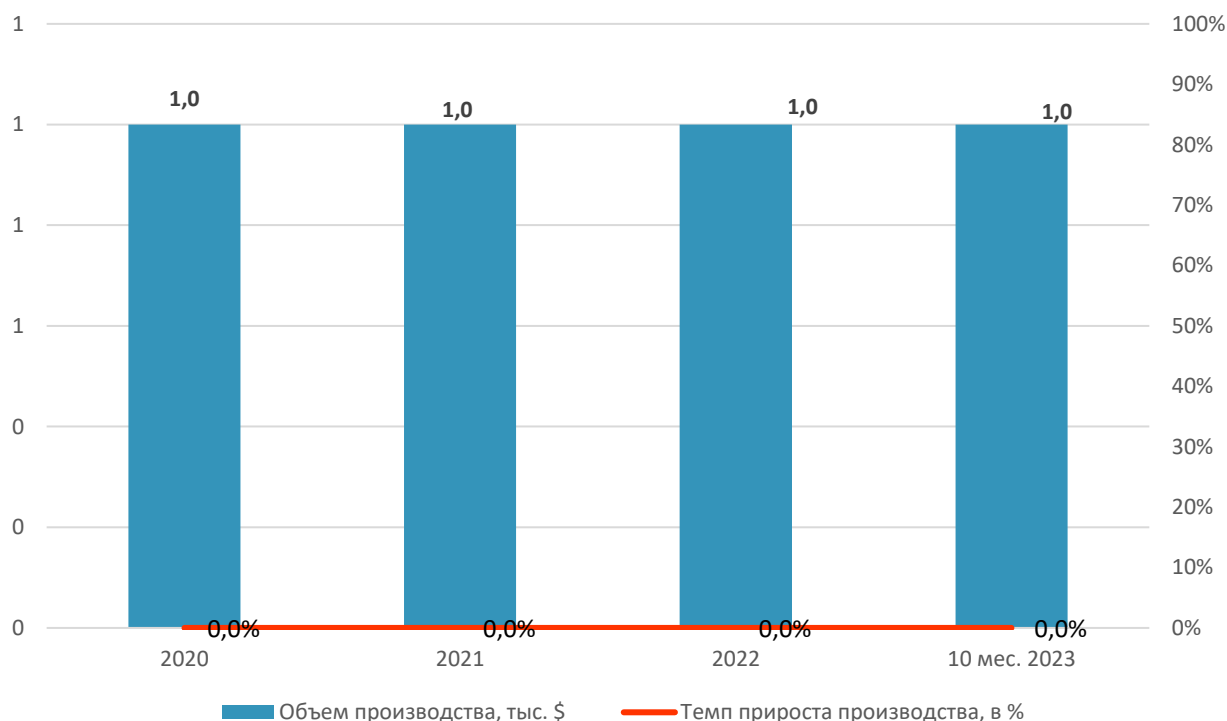
Объем производства лубрикантов и смазок для секса в 2020 г. составил \$ тыс. В 2021 г. объем производства вырос до \$ тыс., темп прироста составил% в стоимостном выражении. В 2022 г. объем производства лубрикантов и смазок для секса достиг \$ тыс. Темп прироста в 2022 г. составил% в стоимостном выражении. По итогам 10 мес. 2023 г. объем производства составил \$ тыс.

Таблица 6. Объем производства лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс. \$.

2020	2021	2022	10 мес. 2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 8. Объем и темп прироста производства лубрикантов и смазок для секса в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс. \$.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Производство по брендам

Таблица 7. Объем производства лубрикантов и смазок для секса по брендам и субъектам федерации в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., шт.

Производитель	Бренд	2020	2021	2022	10 мес. 2023
ООО БЕРГУС	ARLETTE*, SHEFOX*, TOREX, ГЛАДИАТОР, BAYAN,				
ООО ФАВОРИТ ФАРМ	FAVO				
Прочие					
Итого:					

* Красным указаны бренды лубрикантов, выпускаемые производителями по контрактному производству

Источник: расчеты Discovery Research Group.

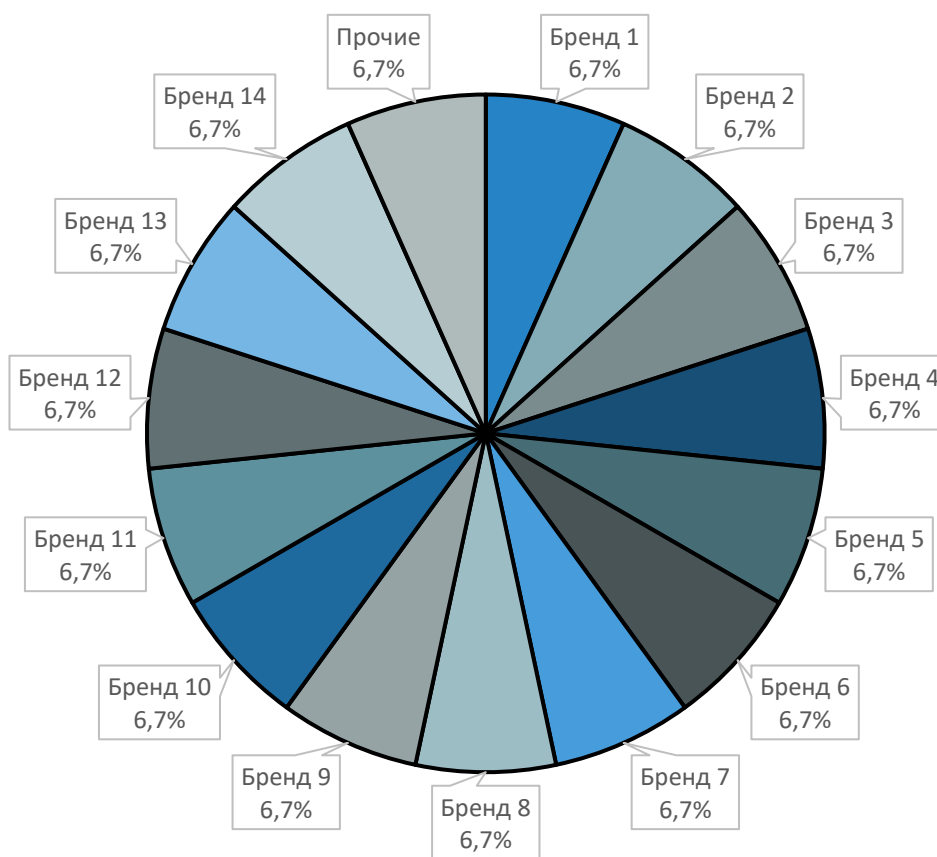
Таблица 8. Объем производства лубрикантов и смазок для секса по брендам и субъектам федерации в России в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс.\$.
 * Красным указаны бренды лубрикантов, выпускаемые производителями по контрактному производству

Производитель	Бренд	2020	2021	2022	10 мес. 2023
ООО БЕРГУС	ARLETTE*, SHEFOX*, TOREX, ГЛАДИАТОР, BAYAN,				
ООО ФАВОРИТ ФАРМ	FAVO				
Прочие					
Итого:					

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю производства лубрикантов и смазок для секса в натуральном выражении в 2022 г. занял производитель Его доля составила%. На втором месте с%. Также в тройку лидеров входит Доля этого производителя в 2022 г. составила% в стоимостном выражении.

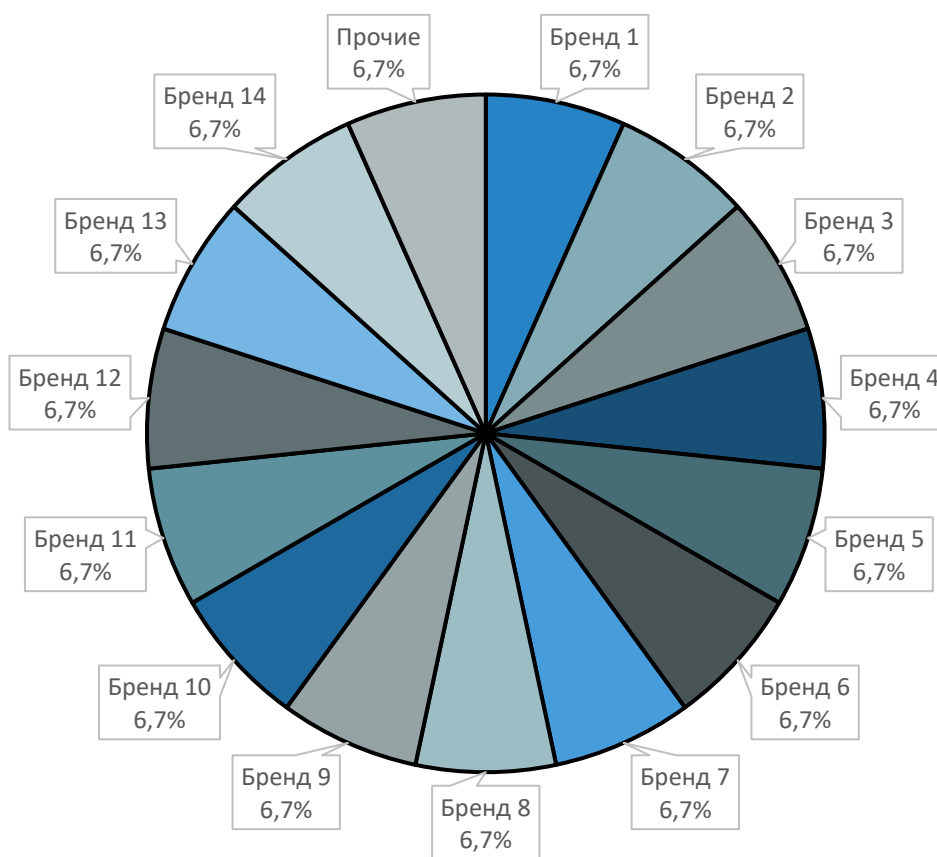
Диаграмма 9. Доли производителей лубрикантов и смазок для секса в объеме производства в 2022 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Наибольшую долю производства лубрикантов и смазок для секса в стоимостном выражении в 2022 г. занял производитель Его доля составила%. На втором месте с% от стоимостного объема. Также в тройку лидеров входит бренд с%.

Диаграмма 10. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме производства в 2022 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Глава 5. Импорт лубрикантов и смазок для секса в Россию и экспорт лубрикантов и смазок для секса из России

Импорт

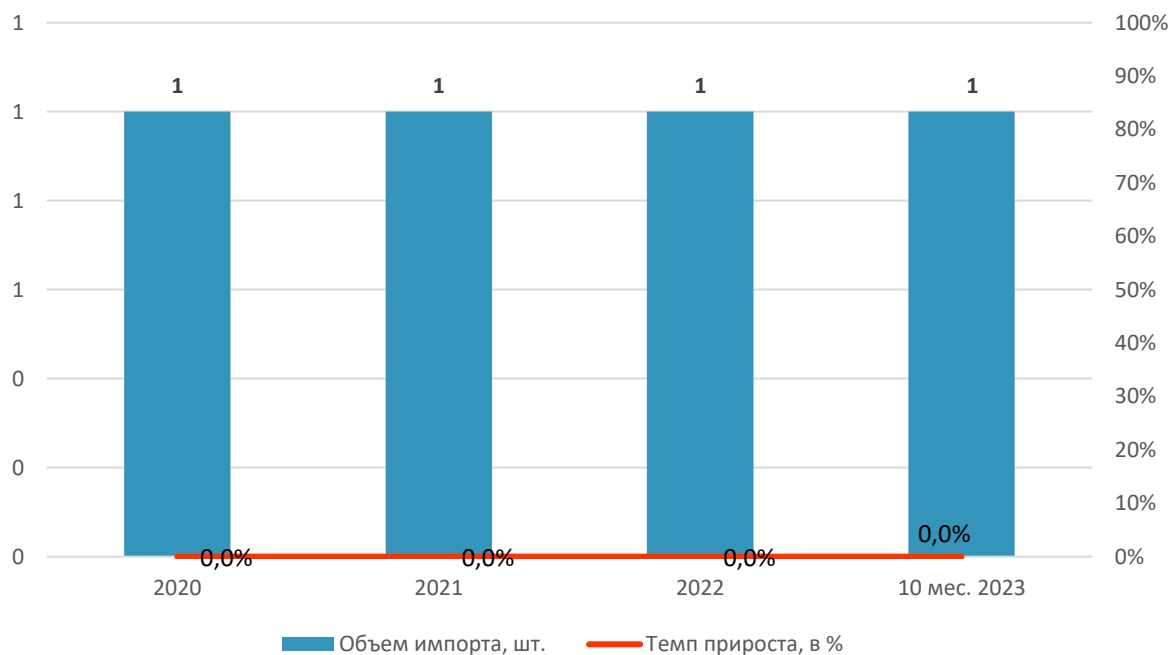
Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 г. составил шт. В 2021 г. объем импорта до шт. Темп прироста в 2021 г. был равен%. В 2022 г. объем импорта лубрикантов и смазок для секса составил шт. Темп прироста в 2022 г. составил% в натуральном выражении. По итогам 10 мес. 2023 г. объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию составил шт.

Таблица 9. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг., шт.

2020	2021	2022	10 мес. 2023

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 11. Объем и темп прироста импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг., шт.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

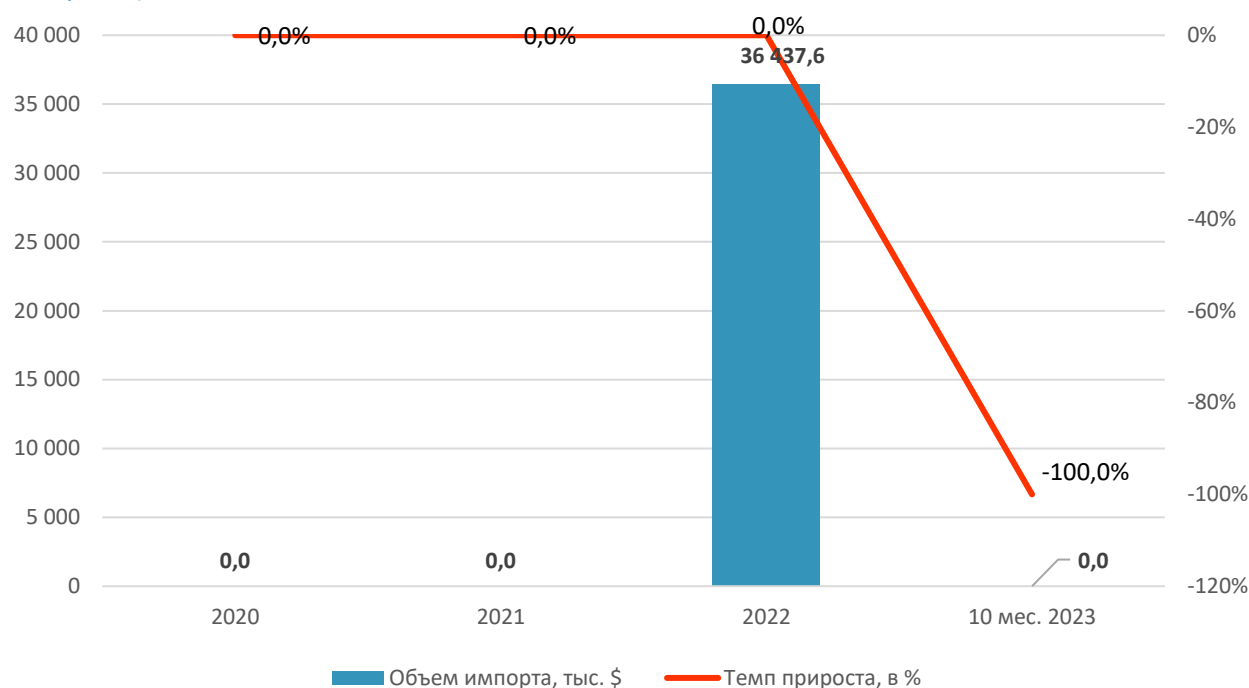
Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 г. составил \$ тыс. В 2021 г. объем импорта до \$ тыс. Темп прироста в 2021 г. был равен%. В 2022 г. объем импорта был равен \$ тыс. Темп прироста в 2022 г. составил% в стоимостном выражении. По итогам 10 мес. 2023 г. объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию составил \$ тыс.

Таблица 10. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс. \$.

2020	2021	2022	10 мес. 2023
		36 437,6	

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Диаграмма 12. Объем и темп прироста импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг., тыс. \$.



Источник: расчеты Discovery Research Group.

Импорт по брендам

Таблица 11. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг. по брендам, шт.

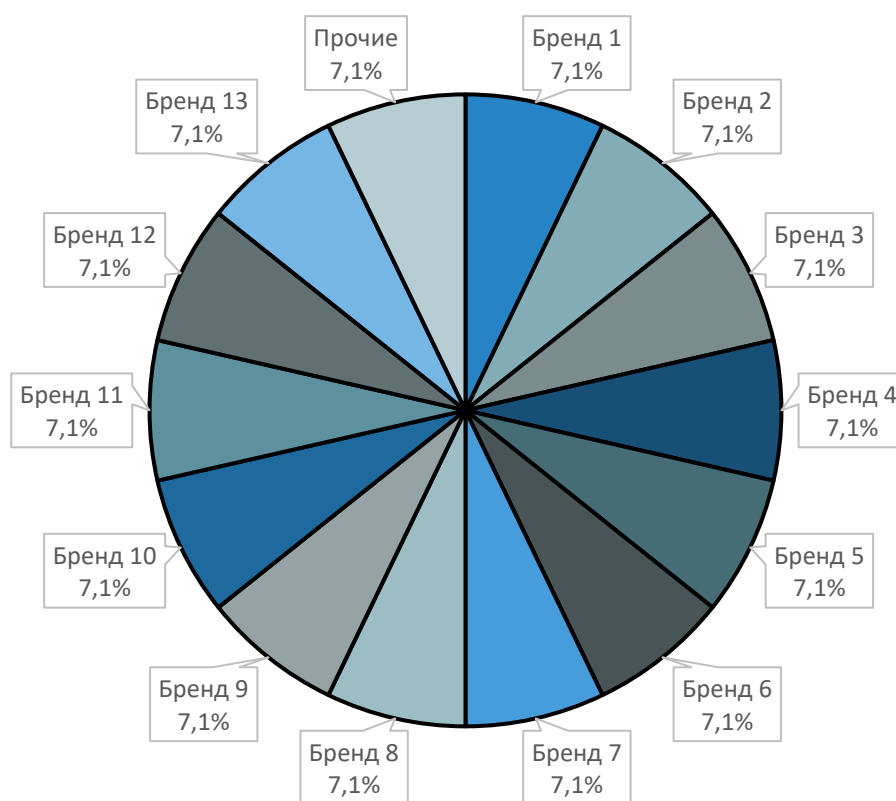
Бренд	2020	2021	2022	10 мес. 2023
CONTEX				
LAVA				
TOY JOY				
YESFORLOV				

Прочие				
Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта лубрикантов и смазок для секса в натуральном выражении в 2022 г. занял бренд Его доля составила% от натурального объема. На втором месте бренд с%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого производителя составила% от натурального объема.

Диаграмма 13. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта в Россию в 2022 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Таблица 12. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг. по брендам, тыс. \$.

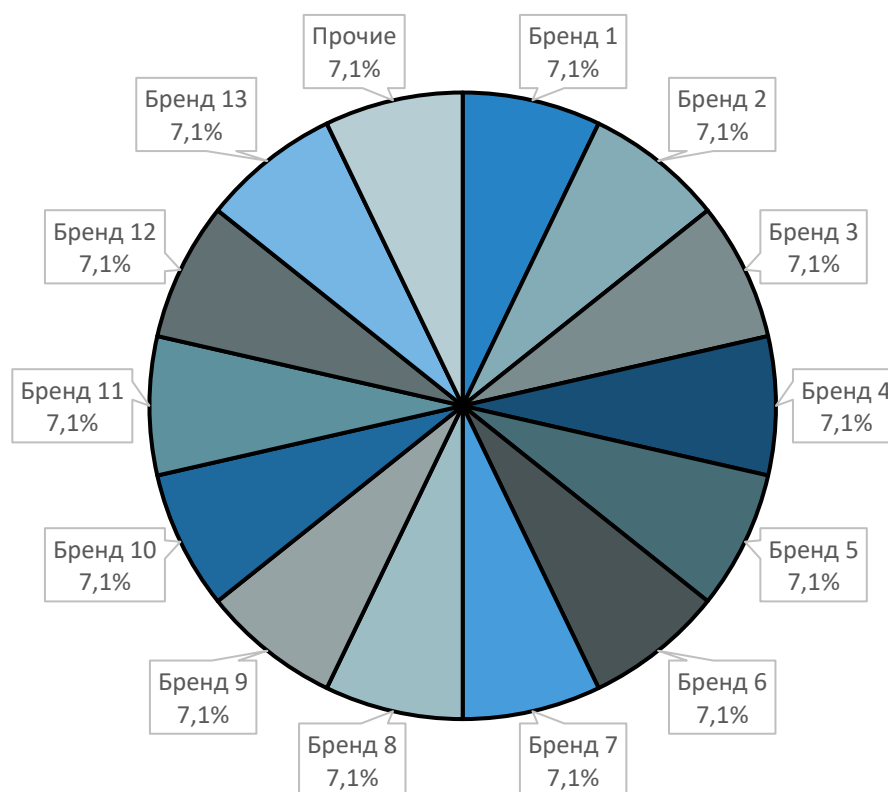
Бренд	2020	2021	2022	10 мес. 2023
CONTEX				
LAVA				
TOY JOY				
YESFORLOV				

Прочие				
Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта лубрикантов и смазок для секса в стоимостном выражении в 2022 г. занял бренд Его доля составила% от стоимостного объема. На втором месте с%. Также в тройку лидеров входит бренд Доля этого производителя в 2022 г. составила% в стоимостном выражении.

Диаграмма 14. Доли брендов лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта в Россию в 2022 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Импорт по странам происхождения

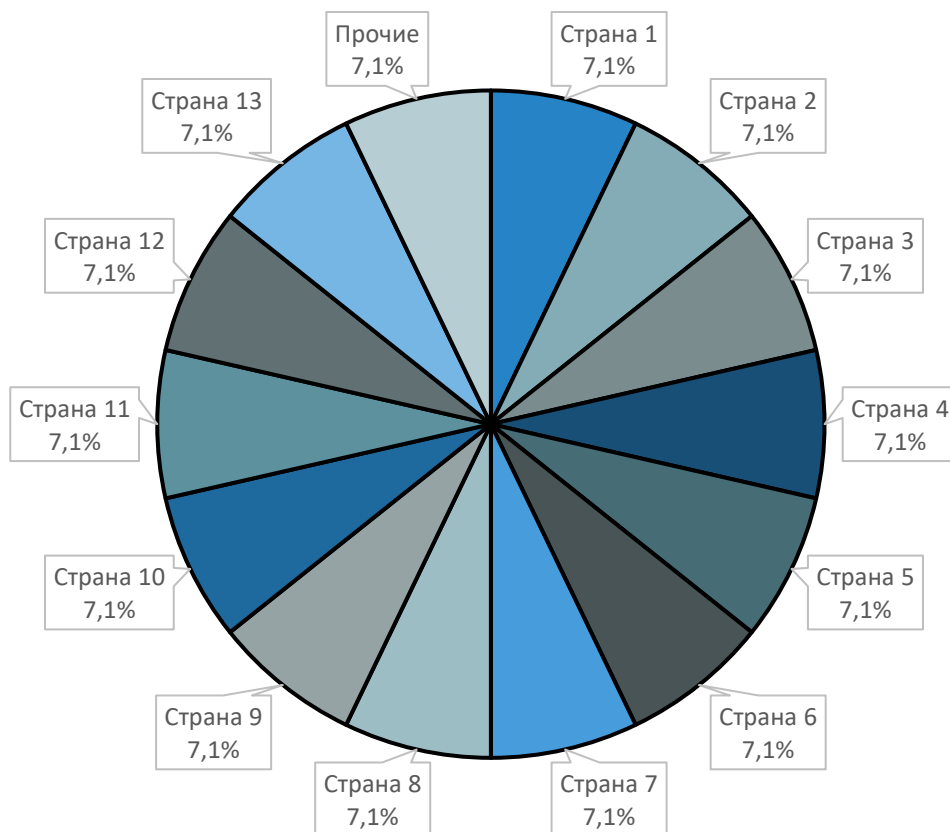
Таблица 13. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг. по странам происхождения, шт.

Страна происхождения	2020	2021	2022	10 мес. 2023
Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта лубрикантов и смазок для секса в натуральном выражении в 2022 г. занял Его доля составила% от натурального объема. На втором месте с%. В тройку лидеров входит Её доля в 2022 года составила% от натурального объема импорта.

Диаграмма 15. Доли по странам происхождения лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта в 2022 г., % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

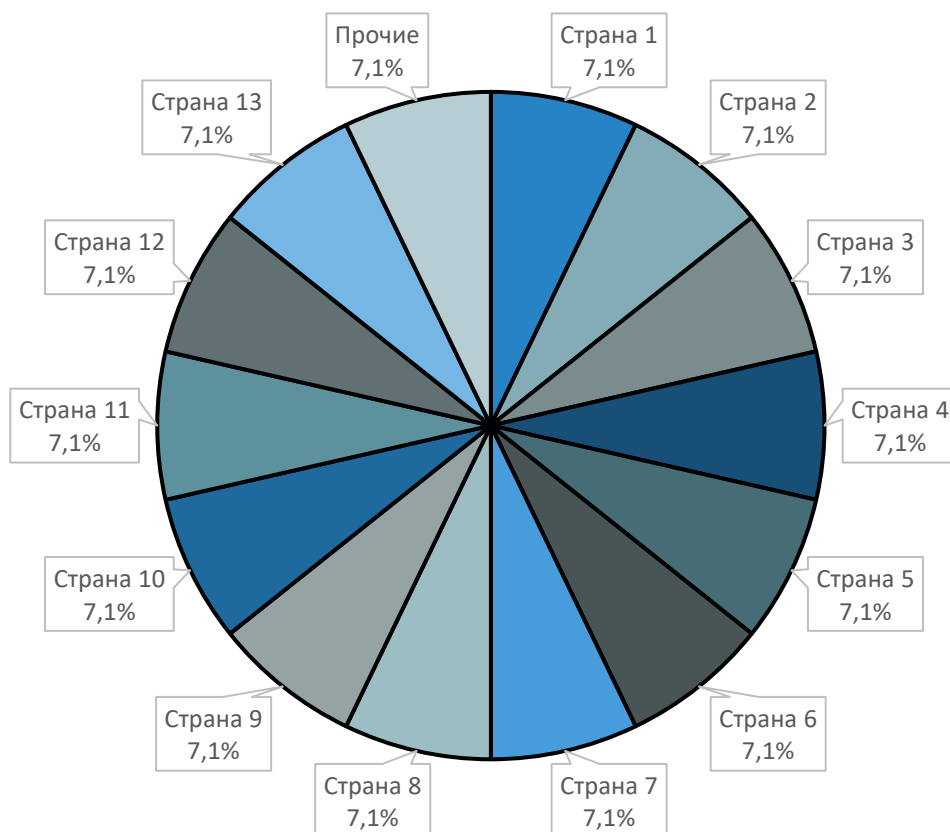
Таблица 14. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию в 2020 - 10 мес. 2023 гг. по странам происхождения, тыс.\$.

Страна происхождения	2020	2021	2022	10 мес. 2023
Итого:				

Источник: расчеты Discovery Research Group.

Наибольшую долю импорта лубрикантов и смазок для секса в стоимостном выражении в 2022 г. заняла Его доля составила% от стоимостного объема. На втором месте с%. В тройку лидеров входит Ее доля в 2022 года составила% от стоимостного объема импорта.

Диаграмма 16. Доли по странам происхождения лубрикантов и смазок для секса в объеме импорта в 2022 г., % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group.

Импорт по производителям и брендам

Таблица 15. Объем импорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по производителям и брендам в 2020-10 мес. 2023 гг., шт.

№	Производитель	Бренд	2020	2021	2022	10 мес. 2023
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						

22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						
41						
42						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ

Экспорт

.....

Экспорт по брендам

.....

Экспорт по странам назначения

.....

Экспорт по производителям и брендам

Таблица 16. Объем экспорта лубрикантов и смазок для секса в Россию по производителям и брендам в 2020-10 мес. 2023 гг., шт.

№	Производитель	Бренд	2020	2021	2022	10 мес. 2023
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						

Анализ рынка лубрикантов и смазок для секса в России

21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС РФ



125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 4, этаж 4
Телефон: +7 (499) 394-53-60; +7 (495) 968-13-14.
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Глава 6. Основные события, тенденции и факторы развития рынка лубрикантов и смазок для секса в России

Единственной движущей силой развития человечества является достижение комфорта. Комфорта во всем, начиная с жизнедеятельности и заканчивая общением между мужчиной и женщиной.

В настоящее время достаточно высоким спросом среди населения пользуется категория товаров, предназначенных для улучшения комфорта интимной жизни.

.....

Российский рынок товаров sexual wellness (для сексуального здоровья) в 2022 году

По итогам 2022 года российский рынок товаров 18+ показал отрицательную динамику —%, говорится в исследовании компании «Поставщик счастья» (один из крупнейших дистрибьюторов товаров для взрослых).

.....

Брендинговые стратегии

Принимая во внимание, что к продуктам сексуальной смазки часто относятся как к продуктам, которые продаются в тайне,

Глава 7. Финансово-хозяйственная деятельность ключевых игроков рынка лубрикантов и смазок для секса

ЗАО «ЛАБОРАТОРИЯ ЭМАНСИ»

Лаборатория «ЭМАНСИ» (прежнее название «Лаборатория «Диво») начала свою деятельность в 1992 г.

Лаборатория «ЭМАНСИ» располагает собственной лабораторией и производством. Современная технологическая база и квалифицированные сотрудники позволяют компании более 20 лет быть в числе самых уважаемых компаний в России.

.....

Таблица 23. Финансовые показатели ЗАО «ЛАБОРАТОРИЯ ЭМАНСИ» в 2020 - 2022 гг., тыс. руб.

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Себестоимость продаж			
Расходы по обычной деятельности (СМП)			
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Коммерческие расходы			
Управленческие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению (СМП)			
Доходы от участия в других организациях			
Проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налог на прибыль			
Налоги на прибыль (доходы) (СМП)			
в т.ч. текущий налог на прибыль			
отложенный налог на прибыль			
Прочее			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода			
Совокупный финансовый результат периода			

СПРАВОЧНО			
-----------	--	--	--

Источник: fira.ru.

ООО «БЕРГУС»

Компания «Бергус» была образована 4 апреля 2016 года (дата внесения записи в ЕГРЮЛ). В кратчайшие сроки с нуля было создано современное высокотехнологичное производство.

.....

Таблица 24. Финансовые показатели ООО «БЕРГУС» в 2020 - 2022 гг., тыс. руб.

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Себестоимость продаж			
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Коммерческие расходы			
Управленческие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях			
Проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налог на прибыль			
в т.ч. текущий налог на прибыль			
отложенный налог на прибыль			
Прочее			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода			
Совокупный финансовый результат периода			
СПРАВОЧНО			

Источник: fira.ru.

ООО «ЛАБОРАТОРИЯ БИОРИТМ»

В группу компаний Биоритм входят предприятия:

- ООО БИОР-ОПТ – занимается оптовыми поставками интимных товаров
- Научно-производственная компания Лаборатория «Биоритм»

Быстрым взлётом и признанием у потребителей компания обязана успешному союзу высококвалифицированных химиков Уральского отделения Российской Академии Наук и гинекологов Уральской Медицинской Академии.

.....

Таблица 17. Финансовые показатели ООО ЛАБОРАТОРИЯ БИОРИТМ в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Себестоимость продаж			
Расходы по обычной деятельности (СМП)			
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Коммерческие расходы			
Управленческие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях			
Доходы от участия в других организациях и проценты к получению (СМП)			
Проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налог на прибыль			
в т.ч. текущий налог на прибыль			
Налоги на прибыль (доходы) (СМП)			
отложенный налог на прибыль			
Прочее			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода			
Совокупный финансовый результат периода			
СПРАВОЧНО			

Таблица 18. Финансовые показатели ООО БИОР-ОПТ в 2020-2022 гг., тыс. руб.

Показатель	2020	2021	2022
Выручка (за минусом НДС, акцизов)			
Себестоимость продаж			
ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Коммерческие расходы			
Управленческие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ОТ ПРОДАЖ			
Доходы от участия в других организациях			
Проценты к получению			
Проценты к уплате			
Прочие доходы			
Прочие расходы			
ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК) ДО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ			
Налог на прибыль			
в т.ч. текущий налог на прибыль			
отложенный налог на прибыль			
Прочее			
ЧИСТАЯ ПРИБЫЛЬ (УБЫТОК)			
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода			
Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода			
Совокупный финансовый результат периода			
СПРАВОЧНО			

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

