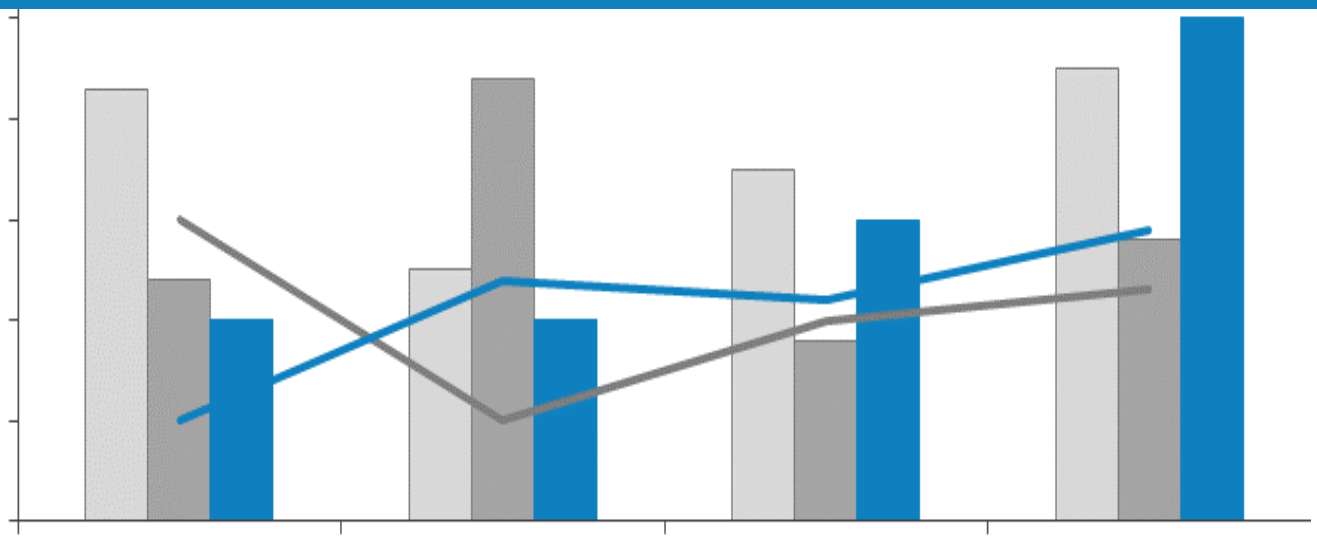
Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Рынок интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) 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 – производителей, 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 малопригодной 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 иключевых 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 анализируем 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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. МатериалыВТО (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!!!

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch 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 Adhoc 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 Компания, Профиль, Рбк-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

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

Содержание

Содержание 8

Список таблиц и диаграмм 10

Таблицы: 10
Диаграммы: 10

Резюме 12

Глава 1. Технологические характеристики исследования 13

Цель исследования 13
Задачи исследования 13
Объект исследования 13
Метод сбора и анализа данных 13
Источники получения информации 14
Объем и структура выборки 14

Глава 2. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России 15

Объем и темпы роста рынка интимных товаров для взрослых 15
Объем и темпы роста рынка интимных вибромассажеров 16

Глава 3. Импорт вибромассажеров в Россию и экспорт вибромассажеров из России 17

Импорт в натуральном и стоимостном выражении ... **Ошибка! Закладка не определена.**
Импорт по торговым маркам 17
Импорт по странам происхождения ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт в натуральном и стоимостном выражении ... **Ошибка! Закладка не определена.**
Экспорт по странам-получателям ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 4. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

В Петербурге резко сократился рынок товаров «для взрослых» ***Ошибка! Закладка не определена.***

Различное позиционирование интим-магазинов . ***Ошибка! Закладка не определена.***

Россияне стали чаще ходить в секс-шопы после просмотра «50 оттенков серого» ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 5. Факторы развития рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 6. Потребительские предпочтения на рынке интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 7. Каналы сбыта ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Торговые сети ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Крупнейшие оптовые дилеры ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Интернет-игроки ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Глава 8. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Doc Johnson ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
California Exotic Novelties ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Toy Joy ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Pipedream ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Seven Creations ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Scala Playhouse ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
TOY4FUN ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 13таблиц и 9 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем и темпы роста рынка интимных товаров (весь рынок) в России в стоимостном выражении, 2010-2014 гг., прогноз на 2015-2016 гг., млн. руб. и %.....15
Таблица 2. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт. и %.....16
Таблица 3. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и %..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 4. Импорт вибромассажеров в Россию в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт. и % ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 5. Импорт вибромассажеров в Россию в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и % ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 6. Импорт вибромассажеров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт.....17
Таблица 7. Импорт вибромассажеров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 8. Импорт вибромассажеров в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт. **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 9. Импорт вибромассажеров в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 10. Экспорт вибромассажеров из России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. и % ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 11. Экспорт вибромассажеров из России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. и % ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 12. Экспорт вибромассажеров из России по странам-получателям в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Таблица 13. Экспорт вибромассажеров из России по странам-получателям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграммы:

Диаграмма 1. Объем и темпы роста рынка интимных товаров (весь рынок) в России в стоимостном выражении, 2010-2014 гг., прогноз на 2015-2016 гг., млн. руб. и %.....15
Диаграмма 2. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт. 16
Диаграмма 3. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 4. Импорт вибромассажеров в Россию в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 5. Импорт вибромассажеров в Россию в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. долл. ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 6. Импорт вибромассажеров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, I пол. 2014 г., тыс. шт. и %.....18
Диаграмма 7. Импорт вибромассажеров в Россию по торговым маркам в стоимостном выражении, I пол. 2014 г., тыс. долл. и %.. **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 8. Импорт вибромассажеров в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2013г., тыс. шт. и %..... **Ошибка! Закладка не определена.**
Диаграмма 9. Импорт вибромассажеров в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2013 г., тыс. долл. и %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Резюме

В марте 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров).

…

…

…

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в 2011 – I пол. 2014 гг.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в 2011 – I пол. 2014 гг.
3. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России.
4. Составить различные сценарии прогноза ключевых показателей рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России до 2016 г. в натуральном и стоимостном выражении.
5. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России в ближайшие несколько лет.
6. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России.
7. Определить факторы, препятствующие росту рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России.
8. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка интимных товаров для взрослых (вибромассажеров).

Объект исследования

Рынок интимных товаров для взрослых (вибромассажеров) в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке интимных товаров для взрослых (вибромассажеров)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. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. МатериалыВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
14. Материалы International Trade Centre.
15. Материалы Index Mundi.
16. 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.

Глава 2. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России

Объем и темпы роста рынка интимных товаров для взрослых

Суммарный объем российского рынка интимных товаров для взрослых в 2014 году составил … млн. руб., что на …% …, чем в 2013 году.

Таблица1. Объем и темпы роста рынка интимных товаров (весь рынок) в России в стоимостном выражении, 2010-2014 гг., прогноз на 2015-2016 гг., млн. руб. и %

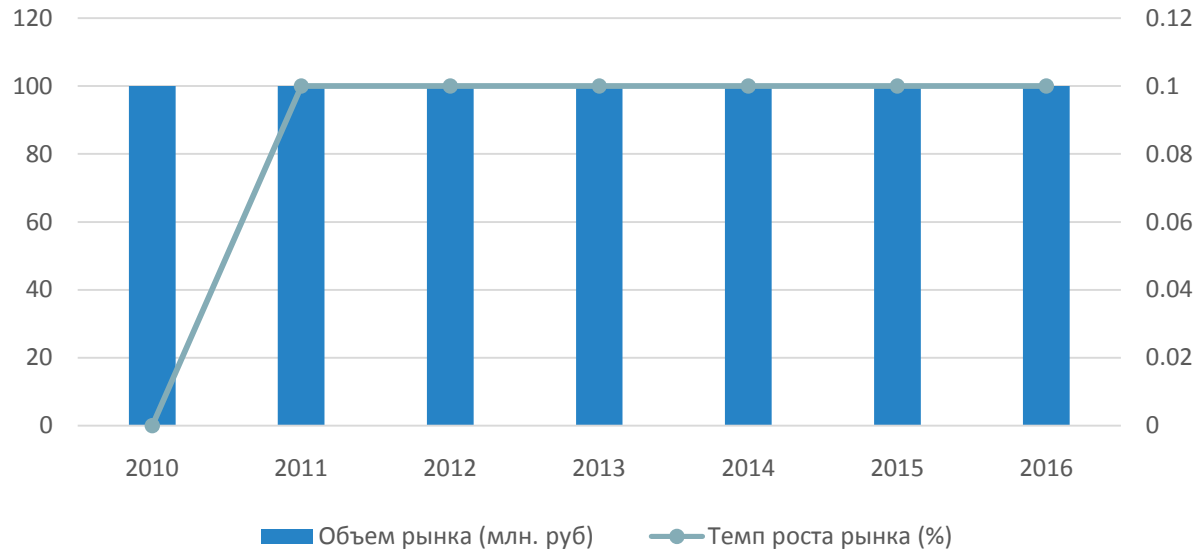
Показатель	Год						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*
Объем рынка, млн. руб.	…	…	…	…			
% роста к предыдущему году	-	…	…				

** прогнозные показатели*

Источник: по данным сайта dpomsk.ru

Темпы роста рынка интимных товаров для взрослых в России за период с 2011 по 2014 гг. сохраняются на уровне …%.

Диаграмма 1. Объем и темпы роста рынка интимных товаров (весь рынок) в России в стоимостном выражении, 2010-2014 гг., прогноз на 2015-2016 гг., млн. руб. и %



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Объем и темпы роста рынка интимных вибромассажеров

Объем российского рынка вибромассажеров в натуральном выражении в 2013 году составил … тыс. шт., что на …% …, чем в 2012 году.

Таблица 1. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт. и %

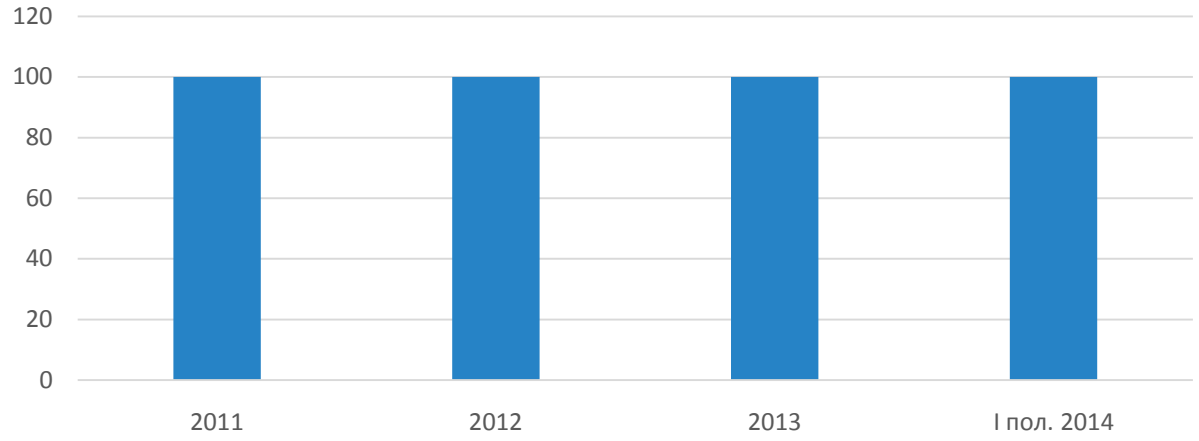
Показатель	Год			
	2011	2012	2013	I пол. 2014
Объем рынка, тыс. шт.	…	…	…	…
% роста к предыдущему году	-	…	…	

** по сравнению с I пол. 2013 года*

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

В I пол. 2014 года объем рынка составил … тыс. шт., что на …% … по сравнению с I пол. 2013 года.

Диаграмма 2. Объем и темпы роста рынка вибромассажеров в России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт.



Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Глава3. Импортвибромассажеров в Россию и экспорт вибромассажеров из России

…

…

…

…

Импорт по торговым маркам

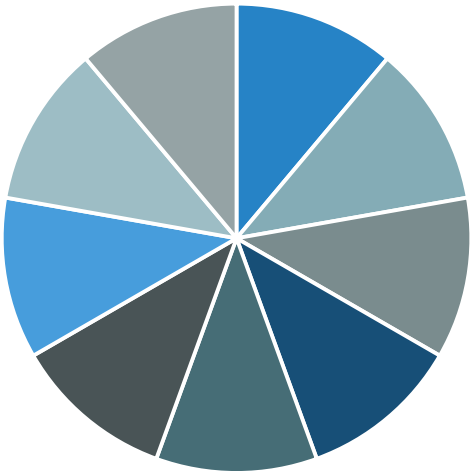
В натуральном выражении наибольшее количество импортированных интимных вибромассажеров в I пол. 2014 года пришлось на торговые марки …, … и … .

Таблица 2. Импорт вибромассажеров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2014 гг., тыс. шт.

Показатель	Год			
	2011	2012	2013	I пол. 2014
…	…	….	…	
…	…	…	…	
…	…	…		
…	…			
ВСЕГО				

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Импорт вибромассажеров в Россию по торговым маркам в натуральном выражении, I пол. 2014 г., тыс. шт. и %



Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда