Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

745 от 11 октября 2022

- www.junwex.com

“Лучшие украшения России”

предлагаем готовые стендовые решения

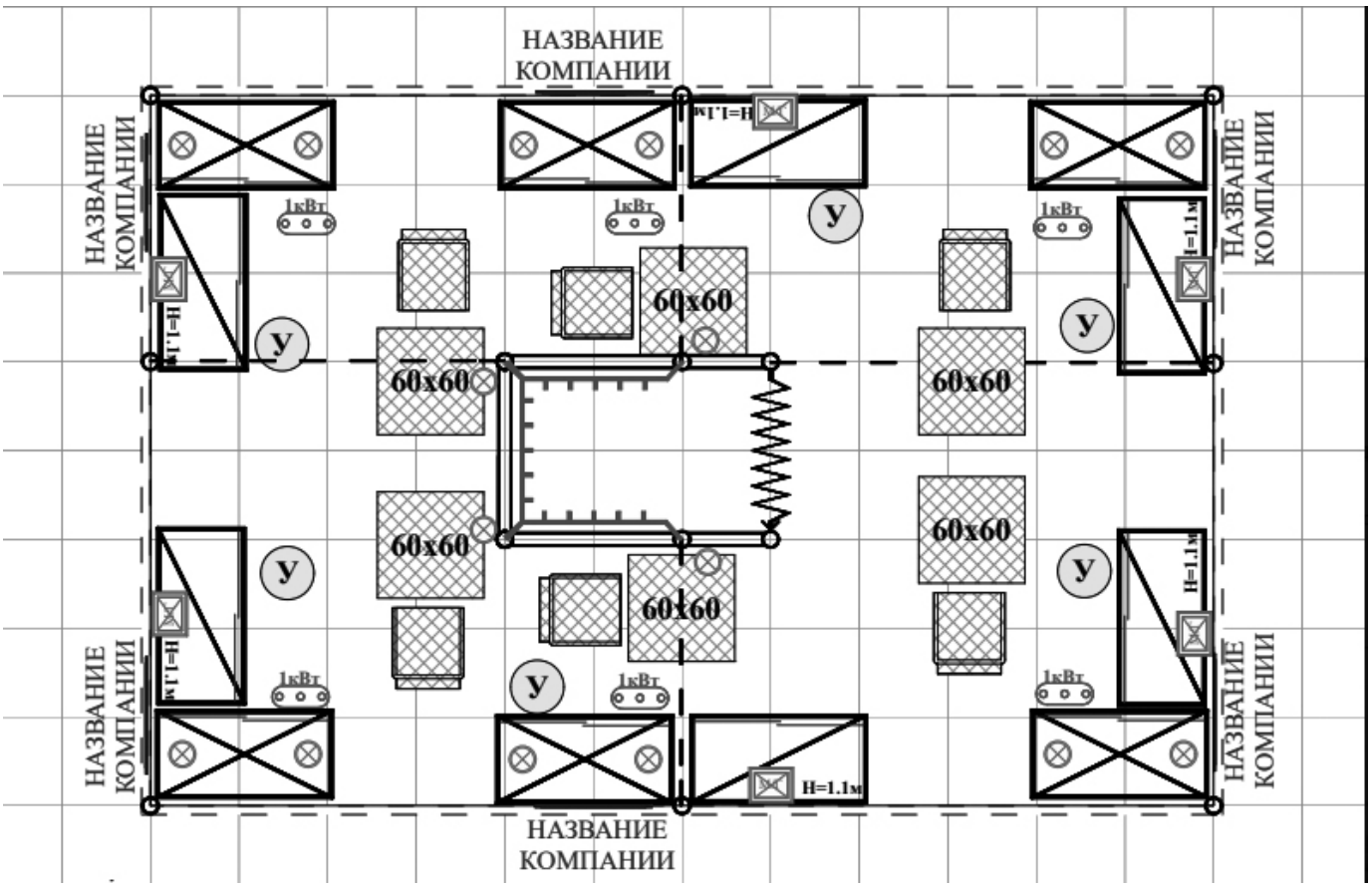
Оргкомитет JUNWEX продолжает формирование предновогодней выставки “Лучшие украшения России”, которая пройдет в Гостином дворе.

Хорошо знакомый и любимый москвичами зал исторического здания в самом сердце столицы будет наполнен блеском драгоценных коллекций от лучших ювелирных брендов. Chamovskikh JH, Maxim Demidov, Peraskeva, «Сияние Сибири», Bagiryan, «Бриллианты Беломорья», Sun Stone, Seven Diamonds, Sarkissian, Rubinov, Matveev & Co, Clarity, ТД «Меркурий» и многие другие компании уже готовят для москвичей драгоценные новогодние подарки.

ОРГКОМИТЕТ ПРЕДЛАГАЕТ КОМПАНИЯМ-УЧАСТНИКАМ ГОТОВЫЕ СТЕНДОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Одним из нововведений выставки в этом году станет обновленная структура. В дополнительном разделе будут представлены компании, предлагающие сувениры и изделия народнохудожественных промыслов высокого уровня.

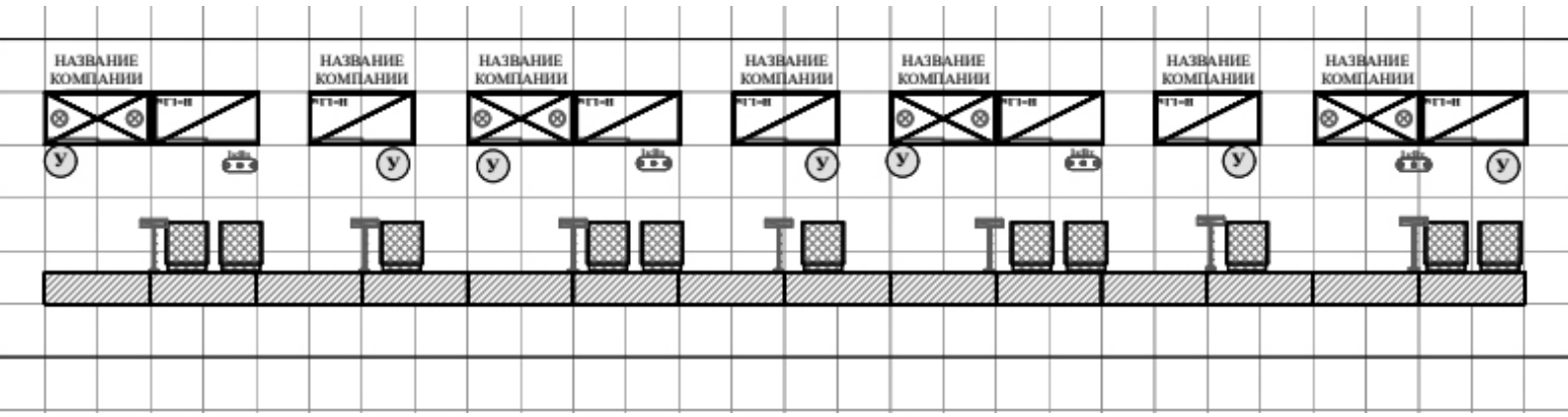
24 кв.м.



Отдельное пространство предусмотрено и для раздела JUNWEX DESIGN, в котором предусмотрен блок с витринами для начинающих авторов.

Таким образом, экспозиция будет рассчитана на широкую аудиторию покупателей и обеспечит им возможность выбора самых достойных подарков в предверии новогодних праздников.

28 кв.м.



Международная выставка
ювелирных украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

8–11
декабря
2022

Москва,
Гостиный Двор

ЛР

@JUNWEXLUR

www.junwex.com

junwex_fair

Istanbul Jewelry Show
Обзор прошедшей выставки

В Стамбуле завершила работу выставка Istanbul Jewelry Show, на которой побывала делегация Клуба “Российская Ювелирная Торговля”. Делимся с вами некоторыми выводами и мнениями.

В.В. Будный:

Как говорят оптовые специалисты, “нового не видим, но Турция - это, прежде всего, изобилие! Весь мир скрывается от денег, ища спасение в золоте”

Видимо, по этой причине на октябрьской выставке и серебра мало. Не просто мало, а мизерно мало. Наши ритейлеры обрадовали своими оценками: по их общему мнению, дизайнерских новинок, новых ценовых решений на JUNWEX в Москве было больше. Они вообще там были.

К сожалению и иностранных компаний мало. Нет привычных отдельных павильонов Италии,

Франции, Гонконга и Таиланда. Но справедливости ради надо сказать, что главная выставка вТурции все же в марте, а не сейчас.

“Смотрели раздел оборудования. Нового нет, но для продолжения нормального функционирования производства выбор вполне достаточный”, - отметил В.В.Будный.

Хочется также отметить культуру организации выставки и строительства стендов. Тут совсем другой век строительных конструкций, стандартных видов конструкторов, из которых создаются совсем другого вида стенды. Они представительнее, выше нашего стандарта. Нет унылости белых стен. Ну и, конечно, фантазии самих участников, стремящихся выразить свою эксклюзивность. Может ее и нет в витринах, но стенд зазывает!”

Александр Чамовских, Chamovskikh JH

“Istanbul Jewelry Show 2022 – выставка очень живая. Гораздо более живая, чем другие отраслевые форумы в Европе (возможно, в последние годы на них влияли слишком жесткие ковидные ограничения).

Народу много, даже на третий день выставки, в субботу, стенды заполнены посетителями. Вероятно, накопился отложенный спрос, после пандемии люди хотят встречаться, работать, развивать свой бизнес.

Традиционно экспозиция Istanbul Jewelry Show отличается обширным блоком оборудования для ювелирной индустрии. Ранее столь же масштабный технологический раздел был в Швейцарии, но сейчас его нет ни в Базеле, ни в Гонконге, ни в Виченце. Однако все представленные технологии, как и сама стамбульская выставка, ориентированы на сегмент массовой продукции. Поэтому представители уральских ювелирных предприятий для себя ничего нового существенно не почерпнули. Люкса здесь нет.

Если говорить о дизайне коллекций, представленных на стендах, то он мультинациональный. Турецкие ювелиры активно работают на экспорт, поэтому выпускают украшения на любые вкусы. Это высокотехнологичные изделия, производство которых требует серьезных вложений в специализированные технологические линии («алмазка», пустотелые модели и т.д.)”.

ISTANBUL
JEWELRY
SHOW

UĞUR İNCİ

И конечно, новые эмоции!

Какая же поездка без культурной программы? Вот и мы так подумали, выбрав на этот раз сразу несколько великолепных достопримечательностей для осмотра группой и программу “Неизведанный Стамбул”.

Храм Святой Софии

Премудрости Божией есть величайший памятник византийской эпохи, и наше путешествие должно было неизбежно начаться именно с него.

Парк Гульхане

Занимая очень большую территорию, парк Гюльхане имеет красивые сады, деревья, бассейны и кафе под открытым небом с впечатляющим видом на Босфор.

Вокзал “Восточный экспресс” и Галатский мост

Не мог не стать частью программы, ведь оттуда открывается вид на залив Золотой рог и пролив Босфор. И, конечно известный рыбный рынок!

А еще... мы попутешествовали по Босфору и оказались в азиатской части города, где попробовали лучший турецкий кофе и полюбовались потрясающим по красоте закатом.

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

ПРОГРАММА «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

XXXI Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

1–5 февраля 2023

ЭКСПОФОРУМ

E-mail: junwex@junwex.com; Internet: www.junwex.com junwex_fair

На правах рекламы

Итоги конкурса молодых дизайнеров

Международный конкурс молодых дизайнеров ювелиров, прошедший в рамках JUNWEX Москва привлёк к участию более 400 достойнейших работ. Жюри в течении 10 дней рассматривало работы, чтобы сделать сложный выбор. Итак, победителями стали:

- Светлана Лузанова.
- Холина Дарья и Козлова Анастасия
- Киселкина Юлия
- Никишатова Анна
- Чехова Юлия
- Багджян Мария
- Волкова Диана

Никишатова Анна

ВЫБОР
ANDREA MARCON

генерального директора
итальянской ювелирной
выставки Palakiss

Андреа особо отметил
работы двух участников:

Анны Никишатовой и
Светланы Лузановой

Лузанова Светлана

#COVID FREE

Киселкина Юлия

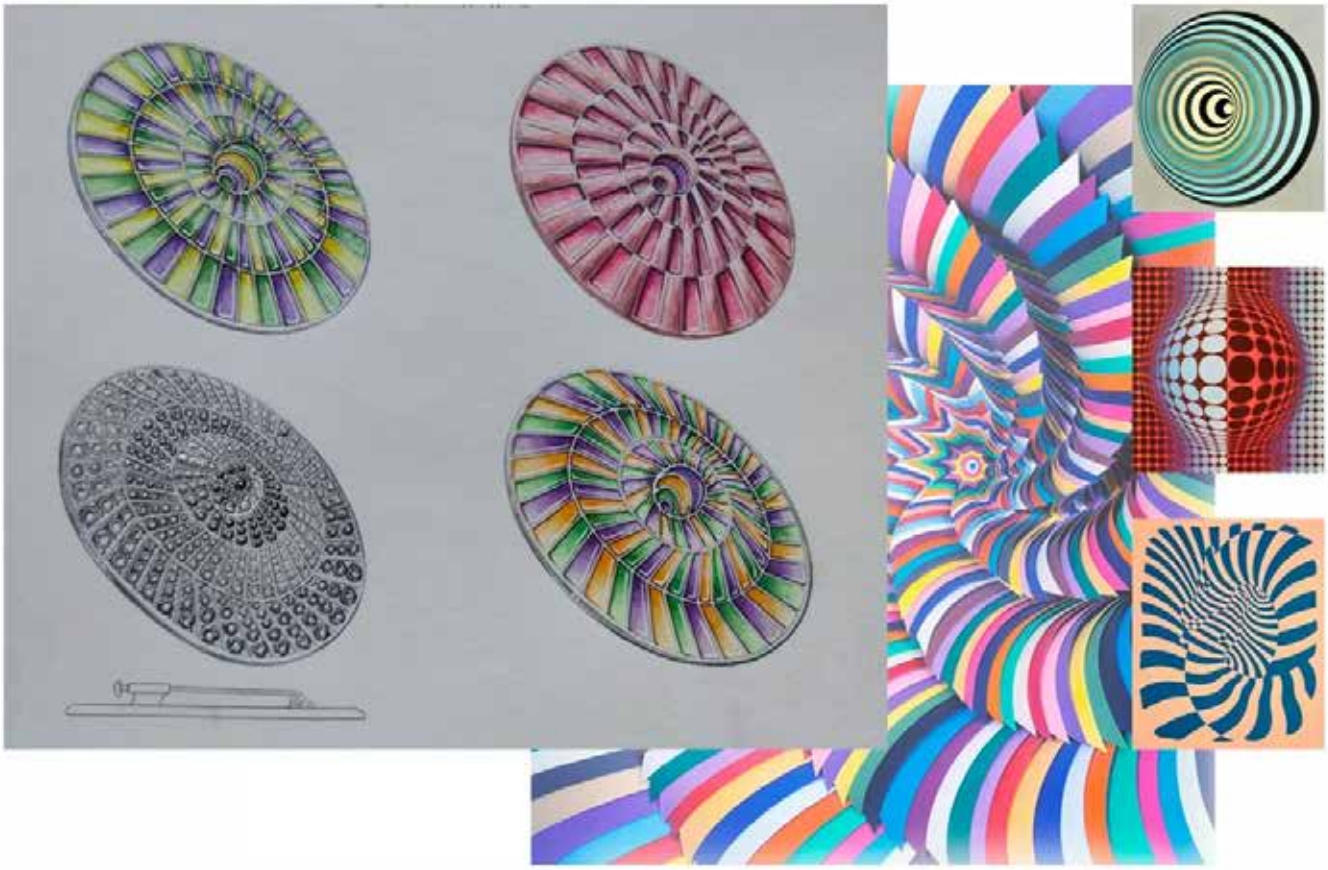
ВЫБОР
MUSTAFA KAMAR

Главы ювелирного дома
Roberto Bravo

Киселкина вызвала у меня полное восхищение и восторг! Это креативный символизм современности.

Волкову я отметил за творческое прочтение природы реальности (мы увидели в изображении - квантовую физику).

Волкова Диана



ВЫБОР
HELENA CATTANEO

редактора латиноамериканского журнала Joya & Cia и партнера JVF в южноамериканской области

Коллекция Чеховой хоть и использует очень популярные образы, но стоит выделить свежий взгляд на них и новую перспективу.

Багджян удалось придать точным геометрическим формам естественную легкость, используя природные элементы. Все это смотрится очень гармонично! Стоит отметить презентацию этой безупречной работы во всех деталях.

Багджян Мария

Чехова Юлия

Спрос на украшения смещается в сторону низкого ценового сегмента

Объём российского рынка ювелирных изделий, по данным агентства INFOLine, в первом полугодии 2022-го составил 152 млрд рублей. По объёмам продаж лидерами стали сети Sunlight, “585*Золотой” и Sokolov, чья совокупная доля составила 29,8%.

Всего на крупнейшие ювелирные сети в стране приходится 42,4%. Вместе с тем аналитики INFOLine отмечают, что совокупное количество ювелирных магазинов крупнейших сетей по итогам полугодия уменьшилось на 174 торговые точки, до 2893.

ЛОЖНЫЙ РОСТ

По данным агентства M. A. Research, в первом полугодии 2022-го розничные продажи ювелирных изделий выросли на 10,3% по сравнению с аналогичным периодом 2021-го, розничные продажи часов сократились на 12,7%, а бижутерии — выросли на 11%.

“Рост обусловлен повышением стоимости ювелирных изделий и часов, поскольку в сопоставимых ценах розничные продажи ювелирных изделий в январе-июне снизились на 13,7%, часов — на 20,7% (данные Росстата)”, — подчёркивает при этом партнёр агентства M. A. Research Анна Синявская.

В Петербурге розничные продажи ювелирных изделий в январе-июне 2022 года в стоимостном выражении выросли на 2,4%, часов — на 27,9%. Количество сетевых торговых точек в городе по состоянию на май 2022 года составляло 684, что на 36 магазинов больше, чем в январе 2021 года.

Представители сети “585*Золотой” фиксируют в Петербурге нехарактерные для всей страны тенденции. Так, доля продаж золотых и серебряных украшений, а также средний чек и пользование услугами сокращаются.

Директор по маркетингу и организации розничных продаж сети “585*Золотой” Андрей Шляев отмечает, что в среднем по стране продажи обручальных колец выросли на 17,5%, но в Петербурге такой динамики не наблюдается. Зато значительно увеличились продажи отдельных товарных категорий: в 2 раза больше приобретают золотые ювелирные часы, в 3 раза больше — брендовые часы.

“Мы активно работаем с неювелирным ассортиментом и пользуемся новыми возможностями, которые обусловлены уходом поставщиков и брендов.

*В то же время сократился люксовый сегмент в связи с уходом некоторых мировых брендов. Прогнозируя эти тренды, мы создали и активно развиваем новый торговый формат — сеть 585*Diamonds. Вскоре эти магазины появятся в Петербурге”, — добавляет Андрей Шляев.*

Однако Анна Синявская подмечает, что в этом году спрос начал смещаться в сторону товаров средне- и низкоценового сегментов, недорогих изделий из серебра и золота, в том числе с бриллиантами низкой каратности. До конца года спрос на дорогие изделия продолжит снижаться.

“В прошлом году было восстановительное увеличение после пандемии, рост онлайн-продаж с нуля. А в этом будет сокращение спроса на фоне изменения потребительского поведения и рост исключительно за счёт увеличения розничных цен. В Петербурге будет либо околонулевой рост (не более 2%), либо небольшой минус в деньгах без учёта инфляции”, — считает эксперт.

НАЧАЛО КОНЦА

Тем не менее у крупных торговых сетей дела всё-таки идут относительно неплохо, если сравнивать с малым бизнесом. За последнее время было принято сразу несколько законов, которые сильно усложняют работу малых и микропредприятий.

Индивидуальный предприниматель и представитель Ассоциации

ювелиров Санкт-Петербурга Армен Манукян в разговоре с “ДП” отмечает, что введение в ювелирной отрасли автоматизированной государственной системы в сфере контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них (ГИИС ДМДК) осложнило жизнь малому бизнесу.

Система оказалась недоработанной: в ней не учтены многие детали, а на работу с ней уходит много времени. Как итог — с рынка ушли около 9–10 тыс. компаний. До введения ГИИС ДМДК в России было зарегистрировано более 32 тыс. компаний, на сегодняшний день осталось только 22 тыс.

“Из-за введения системы маркировки ювелирных изделий нам пришлось нанять трёх товароведов вместо одного. Для такого небольшого бизнеса, как наш, это огромная финансовая и организационная нагрузка.
На фоне весенних событий, когда из-за санкций мы остались без рекламы в соцсетях, с рухнувшими сайтами, подорожавшими материалами и просто паническим страхом, это всё выглядело как начало конца. Пришлось значительно поднять цены. Я всерьёз думала закрыть бизнес или перейти на бижутерию”, — рассказывает основатель ювелирной марки E. Tolstaya Jewelry и мультибрендовых магазинов 47 Store Екатерина Толстая.

ПУТЬ В ТЕНЬ

Но и это, по словам предпринимательницы, оказалось не пределом в череде плохих новостей. В марте был принят закон № 47-ФЗ, по которому с 2023 года весь малый ювелирный бизнес должен платить в 4 раза больше налогов. Представители ювелирной отрасли утратят право на упрощённую систему налогообложения. Теперь даже мелким дизайнерам, которые выпускают по три кольца в месяц, нужно будет думать об НДС и платить налоги наравне с крупными предпринимателями.

“Они даже ИП открывать боятся, а НДС на 100% отталкивает их от идеи оформлять свой бизнес. Из-за всего этого дизайнерская составляющая ювелирной отрасли сильно сокращается. Мелкие производства не могут держать демократичные цены в такой системе”, — отмечает Екатерина Толстая. Поэтому вероятно, что

из небольших производителей останутся только те, кто выпускает очень дорогие изделия.

Армен Манукян добавляет, что рентабельность бизнеса снижается, а административное давление растёт. Под влиянием новых законов происходит укрупнение бизнеса. А значит, скоро может не остаться малых предприятий, которые изготавливают украшения вручную и в небольших объёмах.

“В малых городах закроются небольшие магазины, а крупные компании там работать не станут, так как это для них нерентабельно. Доступность ювелирных украшений сильно упадёт. При сокращении малого бизнеса произойдёт рост цен и появится огромный чёрный рынок”, — заключает он.

// Деловой Петербург

> Ударом по бизнесу может стать отъезд из страны представителей креативного класса

Основательница ювелирного бренда Avgvst Наталья Брянцева рассказывает о снижении среднедневной выручки компании после 21 сентября на 22% по сравнению с уровнем августа и начала сентября. Наибольшее падение, по словам предпринимательницы, наблюдается в Москве — на 36%.

Брянцева связывает снижение покупательской активности с «шоком от тревожных новостей» и уверена, что годового спада по выручке Avgvst не избежать. Она считает, что ювелирный рынок ждет кризис и закрытие большого количества бизнесов. Помимо последствий «спецоперации» и мобилизации,

этому может поспособствовать отмена упрощенной системы налогообложения в ювелирной отрасли, говорит Брянцева.

Сооснователь ювелирного бренда Leta Михаил Танцура и основатель Sinitsyn Jewelry Александр Синицын говорят, что после 21 сентября продажи на несколько дней практически встали. Спустя неделю показатели начали восстанавливаться, но пока не вернулись к уровню начала сентября.

«В прошлые разы было то же самое: и когда были объявлены нерабочие дни из-за коронавируса, и [когда началась «спецоперация»] 24 февраля — три–четыре дня люди в шоке, потом полегче», — описывает Танцура.

Сложнее других приходится ювелирным брендам, создающим обручальные и помолвочные кольца. Михаил Егоров, основатель одного из таких брендов, Ring Studio, рассказывает о снижении объема заказов после 21 сентября на 60% по сравнению со средними показателями в предыдущие три месяца. Он объясняет это совпадением сразу трех факторов.

Во-первых, в марте Ring Studio наблюдал ажиотажный спрос на свою продукцию и связывал его со скачками стоимости драгоценных металлов и доллара. На фоне этого люди предпочли купить кольца заранее, и это привело к спаду спроса в дальнейшем.

Кроме того, период с августа по ноябрь — традиционно низкий сезон для брендов свадебных украшений. Третий фактор — общая неопределенность, с которой столкнулись люди после объявления частичной мобилизации. «Свадьбы отменяются или переносятся», — констатирует Егоров.

Предприниматель не ждет восстановления спроса в ближайшее время. К низкому сезону в компании подготовились, создав запас средств, который поможет пережить октябрь и ноябрь.

«Далее, если спрос восстанавливаться не будет, мы будем принимать какие-то меры, реструктурировать бизнес. Возможно, будем уменьшать объемы оказываемых услуг, изменять график работы, чтобы сохранить компанию и снизить расходы», — предполагает он.

И Егоров, и Танцура опасаются, что серьезным ударом по их бизнесу может стать массовый отъезд из России представителей креативного класса, которые являются основной аудиторией нишевых ювелирных брендов.

«Мы создаем украшения для людей с определенными ценностями. И наши покупатели уезжают. Конечно, наши украшения по-прежнему можно купить с доставкой в любую страну, но за рубежом меняется и структура трат эмигрантов», — рассуждает Танцура.

По словам Егорова, если костяк аудитории бренда покинет Россию, компании придется «пересобирать не только бюджетную часть, но и позиционирование». Релокацию бизнеса основатель Ring Studio пока не рассматривает как возможный вариант решения проблемы.

«Мы сильно зависим от локальных поставщиков драгметаллов. Эти партнерства выстраиваются годами — за месяц такое не повторить.

Есть и ментальные различия: наше предложение вряд ли будет интересно в другой стране. Для нас возможна релокация, только если оставить здесь все и строить бизнес заново в другом месте», — заключает он.

// Forbes

• Фото: Павел Щукин

JUNWEX
Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69
Fax : (812) 320 01 41

www.junwex.com
press@rjexpert.ru

@junwex_fair