



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

874 от 27 мая 2025

- www.junwex.com

НЕДЕЛЯ ПОСЛЕ JUNWEX ДЕЛАЕМ ВЫВОДЫ, МЕНЯЕМСЯ К СЕНТЯБРЮ



В. Дуганов

НЕДЕЛЯ, ПРОШЕДШАЯ ПОСЛЕ ВЫСТАВКИ «JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ» ЕЩЕ РАЗ ПОДТВЕРДИЛА ПРАВИЛЬНОСТЬ ИЗБРАННОГО НОВОГО МЕСТА ПРОВЕДЕНИЯ.

Об этом говорят и хорошие отзывы, и возросшее число заявок от ранее воздерживающихся от участия из-за тесноты и низкого сервиса в разрозненных залах ВДНХ в период строительства нового пространства и закрытия 75 павильона.

Интерес к сентябрьской выставке, наряду с отечественными предприятиями, повысили и зарубежные участники. Надеюсь, они найдут варианты путей, которые помогут им работать на российском рынке в условиях санкций. В сентябре увидим результат. Надеемся, и наши постоянные участники подвели итоги работы на выставке и поделятся с нами впечатлениями и своими предложениями по совершенствованию программы работы и организации сервиса на следующем отраслевом мероприятии.

**УЧИТЫВАЯ ПОЖЕЛАНИЯ
БОЛЬШИНСТВА
УЧАСТНИКОВ И ОПТОВЫХ
ПОСЕТИТЕЛЕЙ, СРОКИ
СЛЕДУЮЩЕЙ МАЙСКОЙ
ВЫСТАВКИ В 2026 ГОДУ
ПЕРЕНЕСЕНЫ НА 27-31 МАЯ.**

Абсолютное большинство нашло эти сроки проведения наиболее удобными для работы и посещения выставки.

Подтвердилась правильность новой системы допуска в зал экспонентов, оптовиков и посетителей. Она обеспечивает и безопасность работы выставки в сегодняшних условиях, и более четкую статистику посещаемости, исключая проход в зал по чужим беджам.

В этом еженедельнике мы приведем примеры с выставки, подтверждающие эти оценки.

ОСОБОЕ ВНИМАНИЕ НА ПРОШЕДШЕЙ НЕДЕЛЕ БЫЛО УДЕЛЕНО ПЕРЕПЛАНИРОВКЕ РОЗНИЧНО-ОПТОВОГО ЗАЛА.

Помните, мы говорили о проблеме оставшихся стендов на субботу-воскресенье, связанную с «дырами», образовавшимися после покидания зала работающими только в опт?.. Оргкомитет обращался к уезжающим с просьбой не нарушать правила и воздержаться от преждевременного выезда, уважая интересы своих соседей. PLATA, GRAF КОЛЬЦОВ, ЮД АВРОРА, ЮК СЛАВНОВ, ПК МАГНАТ, Бархатный СЕЗОН и даже компания ЛАЙК с упаковкой вняли нашим просьбам и не оголили стенды, оставшись работать вместе со своими соседями. Оргкомитет



выражает им благодарность за понимание и уважение своих коллег.

Однако целый ряд стендов, общим числом 13, решили по-своему. Среди них "Русский Стил", "Золотой Дракон", "Высоковы 585", "Голден Глоб", "Ривьера", "Золотая ладья", GOLDMAN и некоторые другие. Будет правильно изменить их местоположение. И не в наказание, конечно! Просто из целесообразности и в интересах большинства.

ЭТИМ УЧАСТНИКАМ БУДУТ ПРЕДЛОЖЕНЫ МЕСТА В ОПТОВОЙ ЗОНЕ ЗАЛА, КОТОРАЯ НА ВЫХОДНЫЕ ДНИ БУДЕТ ЗАКРЫТА СТЕНОЙ ДЛЯ УДОБСТВА РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ В СУББОТУ-ВОСКРЕСЕНЬЕ.

Это обеспечит интересы работающих в эти дни стендов и станет шагом уважения в отношении розничных посетителей, приходящих за подарками на выставку.

Как мы уже отмечали, в этом мае розничный посетитель в "Тимирязев Центре" был реальным покупателем, пришедшим целенаправленно приобрести подарки себе или близким, чему располагает логистика и доступность места для различных категорий покупателей.

Положительно был воспринят участниками премиальный раздел выставки, расположенный в холле. Бесплатная просторная стоянка напротив зала, в дополнение к ней - VIP парковка внутри комплекса, да и некий престиж места привлекли платежеспособных, избранных покупателей, отметившихся на выставке с первых минут начала её работы.

ЗАДАЧА СЛЕДУЮЩЕГО ШАГА - ДОБИТЬСЯ БОЛЬШЕЙ ВИЗУАЛЬНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РАЗДЕЛА ЗА СЧЕТ ПРЕМИАЛЬНОЙ ЗАСТРОЙКИ, ИНДИВИДУАЛЬНОГО ДИЗАЙНА СТЕНДОВ И СВЕТА.

В пример можно поставить уже показавших статусный характер застройки в премиальном разделе - Cassiopea, Roman Nikonov, Natasha Libelle.

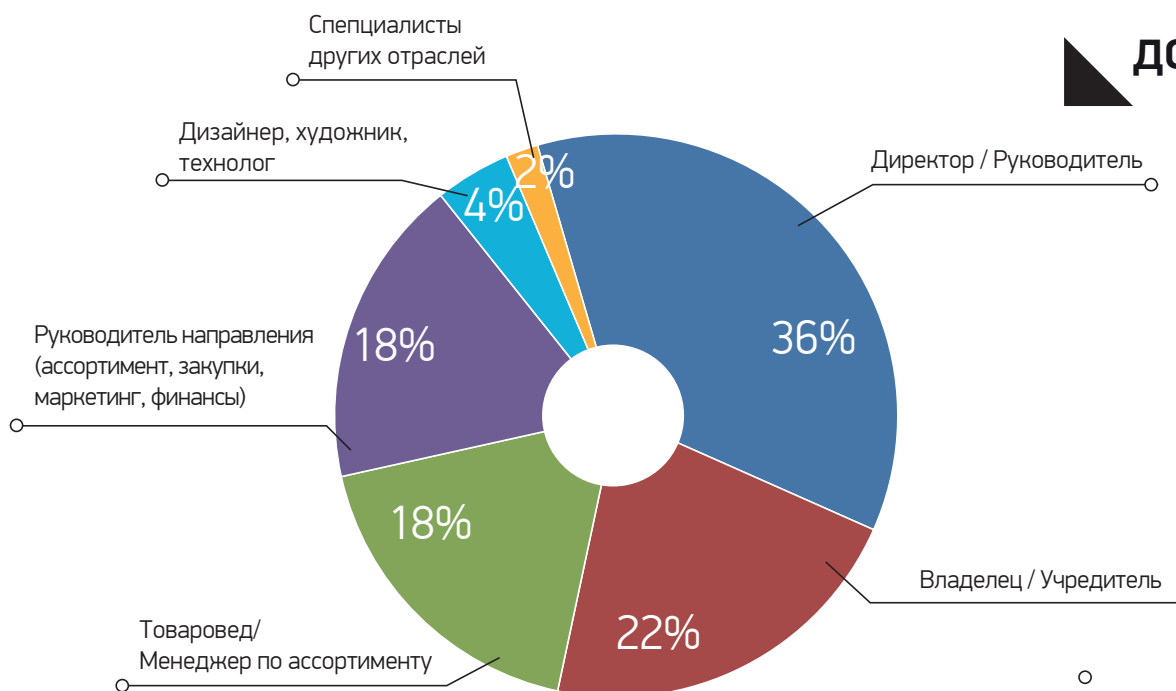


Обобщенный портрет посетителей-специалистов выставки «JUNWEX Новый Русский Стил 2025»

ГЕОГРАФИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ



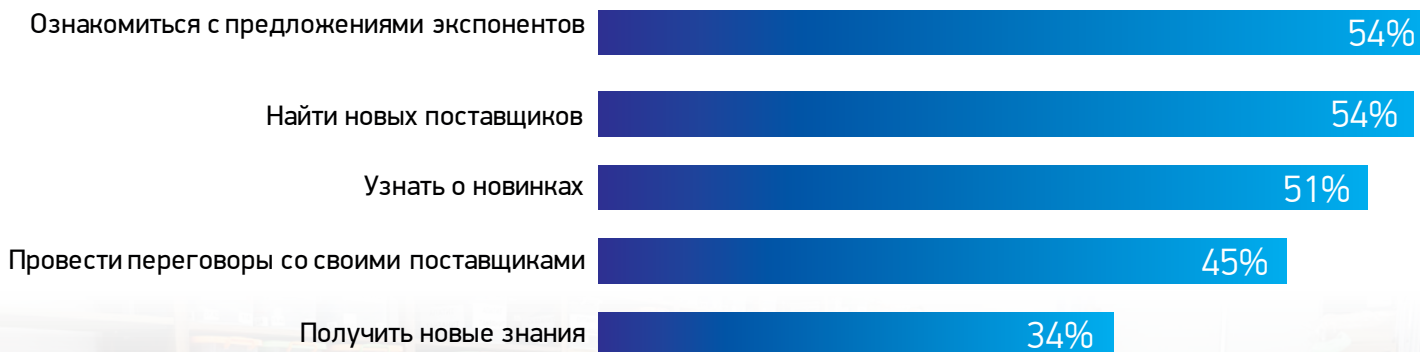
ДОЛЖНОСТЬ



СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



ЦЕЛЬ ПОСЕЩЕНИЯ ВЫСТАВКИ



Знаем об уже произведенной закупке нового стенда на следующую выставку дизайнерами семейного предприятия ЮД КЛАССИКА и поздравляем их с новым важным шагом к успеху! Надеемся, что и другие участники раздела продемонстрируют свой статусный характер в следующих экспозициях.

В целом, сегодня мы работаем над подготовкой к сентябрьской выставке «JUNWEX МОСКВА»

(ВК «ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР»: 24-28 сентября 2025 г.) с учетом первого опыта работы в новом зале и выявленных особенностей.

Надеюсь, к выставке будут найдены пути решения проблем со связью и интернетом, организации презентации новых коллекций, взаимопонимания всех сторон участвующих в процессе в целях высокой организации главной выставки года в преддверии высокого сезона продаж.

До встречи!



Консолидированное мнение Союза ювелиров Северо-Западного ФО высказал на выставке один из представителей этой общественной организации.

«Единственное, что способно стабилизировать внутренний рынок – это экспорт, активный выход на внешний рынок. А это реально только при минимальном администрировании отрасли. РЭЦ должен работать в тесном взаимодействии с Гильдией ювелиров России, которая глубоко понимает рынок и может порекомендовать игроков с конкурентоспособной продукцией».





Mehmet Sezen, Mostar

Ювелирный рынок переживает период стагнации, вызванный ослаблением потребительского интереса. Сковывает развитие избыточное государственное регулирование и непомерное налоговое бремя.

СПРОС СМЕСТИЛСЯ В СТОРОНУ БОЛЕЕ ДОСТУПНЫХ ИЗДЕЛИЙ, "массовки", в то время как продажи украшений премиум-сегмента, стоимостью свыше 100 000 рублей, заметно сократились до единичных случаев, уступив место редким эксклюзивным покупкам.



Александр Рубинов, RUBINOV jewelry

Рынок демонстрирует стагнацию, и в краткосрочной перспективе рост не прогнозируется. Основной причиной является снижение потребительского спроса, который смещается в сторону более экономичных предложений.

Одновременно наблюдается сокращение доли малых и средних предприятий, испытывающих трудности в связи с налоговой нагрузкой и ужесточением условий ведения бизнеса.



Алексей Чернышев, СБ золото

Мы реально оценивали ситуацию и не ждали большого потока как оптовых, так и розничных Клиентов, так как объективно знаем и понимаем ситуацию с продажами в марте-апреле 2025.

Ситуация на ювелирном рынке сейчас не самая простая: рост стоимости золота и серебра, активные продажи ювелирных украшений на маркетплейсе по оптовым ценам безусловно влияют на розничные продажи. Это объективная ситуация на ювелирном рынке.

Мы постарались приготовить уникальные коммерческие предложения: легковесные украшения из золота, украшения из серебра в золотом качестве, и новые украшения с бриллиантами по самым комфортным ценам. Не буду лукавить, часть клиентов оценили наши новинки, а другая часть клиентов отнеслась к ним более спокойно, продолжая искать интересный дизайн.



МНЕ КАЖЕТСЯ ПРИШЛО ВРЕМЯ ДЛЯ УКРАШЕНИЙ СТМ: КОГДА МАГАЗИНЫ ПРОДАЮТ НЕ УКРАШЕНИЯ СБ ЗОЛОТА ИЛИ ДРУГИХ ФИРМ, А РАЗВИВАЮТ СОБСТВЕННЫЕ ТОРГОВЫЕ МАРКИ ПОД СВОИМ ЛИЧНЫМ БРЕНДОМ.

Это удобно и позволяет честно конкурировать. Я хочу сказать большое спасибо организаторам выставки, я понимаю, что новая площадка потребовала и от них дополнительных усилий. Все было хорошо, единственное, что хотелось бы, что в случае возникновения форс-мажорных ситуаций, организаторы тоже были вместе с нами!

Ирина Смирнова, Ювелирная компания «Статус»

Выставка не принесла ожидаемых результатов, что, впрочем, не стало неожиданностью в текущей экономической ситуации. Снижение покупательской способности населения негативно сказалось на объеме продаж. Однако, несмотря на это, не стоит предаваться унынию.

Необходимо искать новые возможности для развития и укрепления позиций на рынке, не рассчитывая на скорый рост потребительского спроса.

Мужской ассортимент, который мы производим, всегда был сложной товарной группой. Если ранее пользовались популярностью легкие изделия, то в настоящее время наблюдается повышенный интерес к массивным перстням, преимущественно из серебра. Вместе с тем, сохраняется спрос и на крупные золотые печатки.



Кирилл Маслов, «ФИТ»:

JUNWEX, как известно, проводит выставки на высшем уровне, опыт у медиахолдинга колоссальный, отработано все до мелочей.

Площадка новая, владельцам ее нужно раскручивать, потому что «бэкграунд» у этой локации специфический. Чтобы в сознании москвичей комплекс приобрел соответствующую репутацию, чтобы сломать «фермерский» ассоциативный ряд, необходимо вкладываться.

JUNWEX - в большей степени - и мы, участники выставки, создаем «лицо» нового комплекса.

ЭТО ДОЛГОСРОЧНЫЙ ПРОЕКТ, КОТОРЫЙ ТРЕБУЕТ УСИЛИЙ ВСЕХ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН.

Разумно, если бы его владельцы предложили организаторам какие-то сниженные тарифы, а те, в свою очередь, имели бы возможность сделать дисконт экспонентам, которые на эти средства смогли бы дополнительно привлечь посетителей. Таким образом мы все вместе написали бы новую - достойную и яркую историю «Тимирязев Центра»!



Артур Акопян, VIOLET

Покупательская способность населения неуклонно снижается: рост зарплат не поспевает за катастрофическим взлетом цен. В отдельных сегментах подорожание исчисляется уже не процентами, а кратным увеличением. Золото уверенно дорожает, и, по прогнозам аналитиков, эта тенденция сохранится. Неудивительно, что люди вынуждены тратить средства в первую очередь на самое необходимое. В ювелирном сегменте это приводит к поляризации спроса: выбирают либо ультрабюджетные варианты, либо эксклюзивные изделия.

СРЕДНИЙ ЦЕНОВОЙ СЕГМЕНТ ОЩУЩАЕТ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЙ ОТТОК ПОКУПАТЕЛЕЙ.

Российские ювелиры заметно подтянулись по уровню дизайна и качеству, успешно конкурируя

с турецкими и другими производителями. Однако технологическое отставание и высокая себестоимость пока не позволяют им прочно закрепиться в масс-маркете, выталкивая их продукцию в средний сегмент.

В денежном выражении масс-маркет, на мой взгляд, ограничивается суммой в 30-35 тысяч рублей — это его верхняя граница. Средний сегмент, охватывающий изделия стоимостью от 35 000 до 100 000 рублей, сейчас переживает особенно сложный период. Продажи же в сегменте от 100 000, 150 000, 200 000 рублей и выше демонстрируют стабильность. А о премиальном и говорить не приходится, это удел избранных. Думаю, премиум — это не более одного процента продаж, а то и меньше. Неудивительно, что все стремятся к массовым продажам.

АССОРТИМЕНТНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ВЫСТАВКИ



Подслушано:

"Майская выставка не привлекла ожидаемого числа оптовых покупателей, что объясняется нереализованными остатками продукции в магазинах. Представители отрасли выразили надежду на улучшение продаж и планируют посетить сентябрьскую выставку.

Небольшие магазины признались, что в случае сохранения текущей негативной динамики, дальнейшее их существование может оказаться под вопросом".



ИП Храмова Наталья

Честно говорят, нового особо не нашли. Цены кусаются и скачут, и уже непонятно, зарабатываем мы или просто работаем ради работы. PLATA (серебро) понравились, но не рискнули взять тоже из-за стоимости. Много сразу брать опасно, так как специфические украшения и опять же из-за веса очень дорогие для наших покупателей. Так что поработали с кем обычно.



Некоторые производители (точнее их менеджеры) тоже прям приуныли. Народа не особо много было, как мне показалось. Обычно очереди были на отборки, а в этот раз даже пустовато как-то.

Лариса Маштакова

В целом выставка понравилась, денег потратили даже больше чем планировали. Многих увидели, пообщались, это здорово, правда не успела ни на какие лекции от Клуба, ну ладно не в последний раз. Из негативного - это плохой интернет, но это не от нас зависит - Москва в безопасности. Очень любим мероприятия культурные от Клуба, жаль что в Москве их не бывает, развлекались сами.



Кристина Щекочихина

Выставка порадовала интересными новинками. Даже несмотря на высокую стоимость золота, есть много красивых легковесных украшений.

"Тимирязев центр" порадовал своей новизной, большими светлыми пространствами и уютной атмосферой. Выставка понравилась, много интересных мероприятий было в Клубе, спасибо организаторам!

Мария Климова, ИП Хариби

Впечатления от выставки положительные, конечно! Жаль, что я приехала только в пятницу, многое не успела увидеть, зал В собрался

очень быстро. Мне очень понравилось место проведения, отлично, что все в одном здании, все рядом, очень удобно. По украшениям нашла интересных поставщиков по бижутерии и серебру, будем смотреть.



Галина Летова

Место проведения понравилось, напоминает Питер. Только рядом гостиницы не хватает. Новинок нашли очень мало, так как нацелены были на них, да и покупателей очень мало. И все-таки, несмотря на эти минусы, выставка заряжает, мотивирует на развитие и общение с коллегами!



РЫНОК

53% ПОКУПАТЕЛЕЙ ПРИБРЕТАЮТ УКРАШЕНИЯ СПОНТАННО

Среди опрошенных россиян в 2024-м ювелирные украшения приобрели 37%, что на 9 процентных пункта больше, чем годом ранее. В 2025-м планируют совершить покупку 40%. Об этом говорится в результатах опроса «Яндекс Рекламы», опубликованных в «Известиях».

В текущем году ювелирными украшениями и часами в поиске интересовались около 19 млн человек.

**КАК ПРАВИЛО, ПОЛОВИНА
РЕСПОНДЕНТОВ ПРИОБРЕ-
ТАЕТ ПО 2-3 УКРАШЕНИЯ В
ГОД, А КАЖДЫЙ ЧЕТВЕРТЫЙ
— ОТ 4 ДО 5 ИЗДЕЛИЙ.**

Средний чек составляет 24 914 рублей. При этом 60% ищут акции и промокоды в таких случаях, а каждый второй покупает на распродажах.



«Каждый второй покупатель украшений обычно заранее знает, изделия каких брендов и в каких магазинах он приобретет. У таких покупателей уже есть любимые марки и привычные точки продаж — чаще всего сразу две-три.

ПРИМЕРНО ПОЛОВИНА ПОСТОЯННО ПЕРЕКЛЮЧАЕТСЯ МЕЖДУ РАЗНЫМИ МАРКАМИ, А ТРЕТЬ ОХОТНО ПРОБУЕТ НОВЫЕ БРЕНДЫ, О КОТОРЫХ В 40% СЛУЧАЕВ УЗНАЕТ ИЗ РЕКЛАМЫ»,

— отметила индустриальный лидер категории «Ювелирные украшения» в «Яндекс Рекламе» Анна Савельева.



**ТАКЖЕ НАБЛЮДАЕТСЯ
ТРЕНД НА ИМПУЛЬСИВНЫЕ
ПОКУПКИ:**

53% приобретают украшения спонтанно, ориентируясь на визуальную привлекательность и оригинальный дизайн.

Часы — это особая категория, где бренд имеет решающее значение. За последний год их приобрели 20% респондентов, а 15% планируют покупку в 2025-м. При этом 27% выбирают престижные и премиальные марки. Интерес к ним за 12 месяцев вырос на 20%.

585*ЗОЛОТОЙ: "ЧИСЛО ПОКУПОК ОБРУЧАЛЬНЫХ И ПОМОЛВОЧНЫХ КОЛЕЦ ВЫРОСЛО НА 6%"

Ювелирная сеть «585*ЗОЛОТОЙ» и аналитический центр «Чек Индекс» компании «Платформа ОФД» провели исследование и выяснили, сколько россияне тратят на свадьбу. В опросе приняли участие 1000 респондентов по всей России в возрасте от 18 до 55 лет.

По данным аналитического центра «Чек Индекс» число покупок обручальных и помолвочных колец выросло на 6%. Оптимальным бюджетом на идеальную свадьбу россияне обозначили сумму от 1 до 2 млн рублей (36%), однако в реальности такими средствами располагает только 4% опрошенных.

Сумму до 500 000 рублей планируют потратить на торжество около четверти россиян (24%), 7% готовы отдать на праздник от 500 001 до

1 000 000 рублей. Состоятельных россиян (тех, кто готов вложиться в свадебную церемонию от 2 млн рублей) оказалось только 8%.

В связи с тем, что на свадьбу мечты у большинства опрошенных может не хватать собственных накоплений, 78% считают нормальным брать кредиты или покупать товары к свадьбе с помощью сервисов рассрочек (BNPL).

В «585*ЗОЛОТОЙ» отметили, что чаще всего в рассрочку планируют покупать образ для невесты (38%) и обручальные кольца (34%). Образ жениха все респонденты предпочли бы купить за свой счет.

Средний чек на обручальное и помолвочное кольцо вырос на 12% до 14 021 рубля.





JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг
(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru
www.junwex.com