

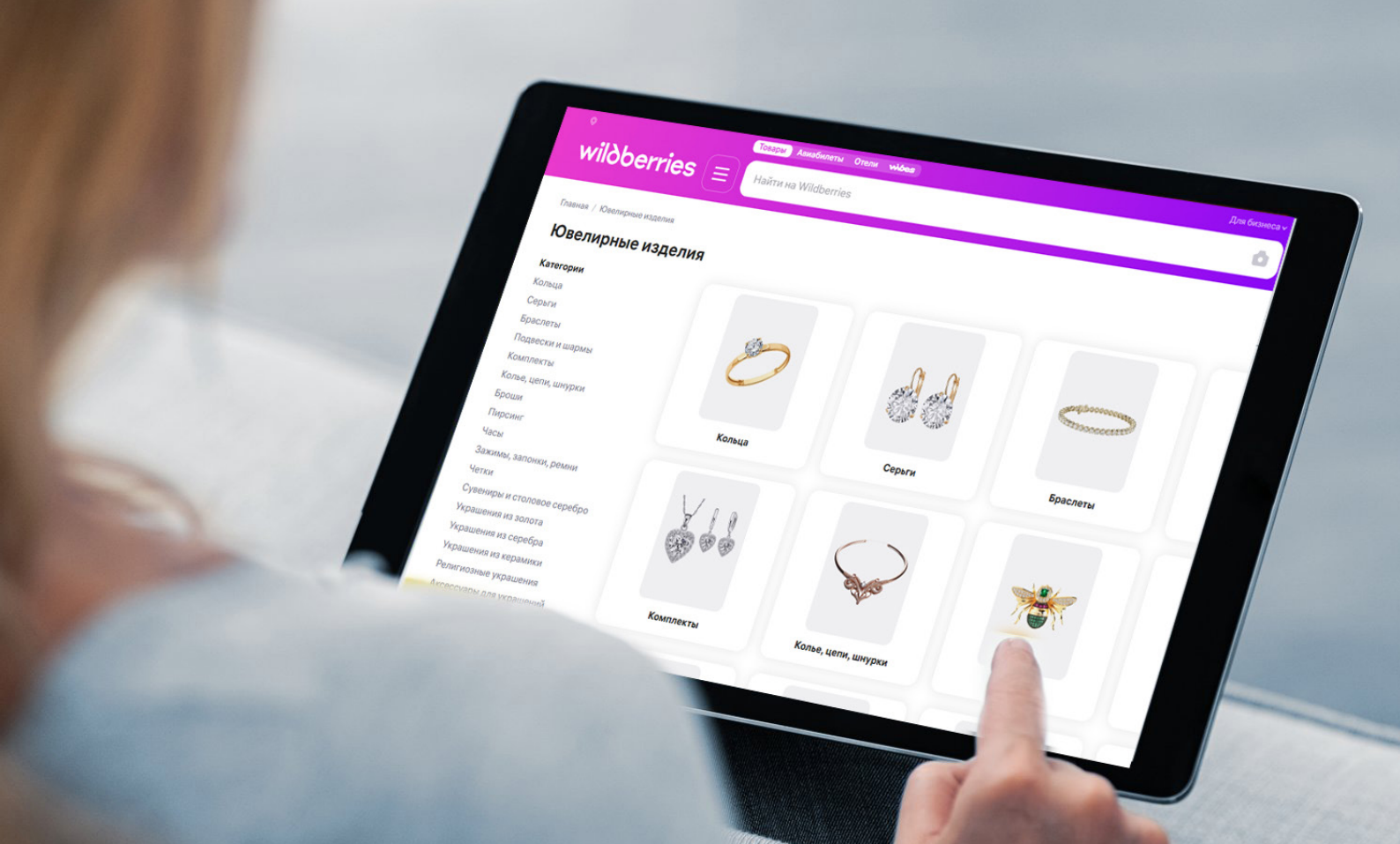


Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

885 от 12 августа 2025

- www.junwex.com



ИГЛА МАРКЕТПЛЕЙСОВ ВСЕ ОСТРЕЕ! *Продолжение*

В прошлом номере еженедельника мы начали [дискуссию о зависимости бизнеса от маркетплейсов](#), статья вызвала живейшие отклики игроков рынка. Продолжаем знакомить читателей с мнениями ритейлеров и производителей ювелирной продукции.

Марина Слотина, Sergey Slotin

Основываясь на нашем опыте выхода на маркетплейс с продукцией из серебра, могу сказать: ничего радужного там нет... Творится полный беспредел, порядка мало. Даже как пользователь я вижу «игры» с потребителем: обман, якобы огромные скидки и т. д. Почему-то крупные продавцы думают, что люди настолько глупы, что их можно обманывать скидками 70%. А в итоге покупатели остаются разочарованными и не судятся с продавцом только потому, что судебные издержки превышают стоимость приобретенных изделий.

Да, наверно, там нужно закладывать большие суммы на раскрутку своего товара, на рекламу, но мы на это не готовы. Производители ювелирных изделий часто выходят на маркетплейсы с прицелом на конечных потребителей и демпингуют, вместо того, чтобы искать пути сотрудничества с магазинами, таким образом убивая не только розничную торговлю, но и самих себя, отрезая от себя огромный пласт клиентов, и в результате губят отрасль. Когда в голове мысли только о деньгах, то любые действия приводят неминуемо к краху.

Мир изменился: людям хочется любви, доброго отношения. Человек ищет хотя бы толику искренности и натуральности - отсюда кризис идеи потребления. Вместо того, чтобы сообща подумать, чем мы можем быть друг другу полезны, как сделать, чтобы товар и у нас, и в других регионах хорошо продавался, производственные компании становятся конкурентами торговым партнерам, с которыми долгие годы работали. Какая душа на маркетплейсах? Через экран телефона? Те, кто «сидят в телефонах» - не ваши клиенты, если им все равно, что покупать. На маркетплейсах имеет смысл приобретать вещи, не нуждающиеся в примерке, бытовые, обыденные, хозяйственные, недорогие. Как можно ювелирные украшения приравнять к этому низкому сегменту?!

Я уверена, что сегодня главное – не деньги, а любовь! Если любишь людей, делаешь их по-настоящему счастливыми, помогаешь им создавать семейные традиции, способствуешь развитию семейных ценностей, ты не просто зарабатываешь на них деньги! И покупатели это чувствуют. Я стала тщательнее выбирать поставщиков – тех, кто вкладывает в свою работу душу, для кого небезразлична жизнь отрасли. Такие компании постоянно проводят обучение сотрудников магазинов, формируют программы лояльности, проводят совместные рекламные акции, следуют грамотной ценовой политике. Поэтому, я считаю, что ювелирные предприятия, ушедшие на маркетплейсы, - лентяи, ищущие легкие пути, желающие не работать и получать прибыль нажатием кнопки. А это путь в никуда.

Сергей Ушкалов, «Изумруд»

Почему ритейлу невыгодно сотрудничать с маркетплейсами?

- 
1. Конкуренция с производителями ювелирной продукции. Колоссальная разница в возможностях ценообразования и скорости поставок изделий.
 2. Конкуренция с федеральной розницей. Зачастую она имеет более низкие комиссии по сравнению с региональными игроками.
 3. Финансовая политика маркетплейсов может съесть практически всю маржу за счет комиссий и участия в акциях.
 4. Кассовый разрыв. Временной лаг между фактической продажей и поступлением денежных средств может составлять от двух недель (WB) до 1,5 месяца (Озон).
 5. Офлайн-торговля почти не зависит от глубины ассортимента в конкретном артикуле.
 6. Риски с потерей и порчей товара.
 7. Проблемы с возвратами. Товар либо «зависает», либо теряется между ПВЗ и складами площадок.
 8. Отсутствие возможности более гибкого отношения к клиентам, выбора своей финансовой модели и стратегии по причине выполнения всех условий соглашения при выходе на площадки.
 9. Слабая техническая поддержка и сопровождение и, как следствие, либо штрафы от площадки, либо упущенная выгода.
 10. Технические ошибки площадок (увеличенный срок доставки, доставка не того товара, порча товара и т. п.) вызывают потерю деловой репутации продавца. Таким образом, возникают необоснованные репутационные потери.

В итоге вместо более низкого уровня конкуренции и более высокой маржи при офлайн-торговле в регионах присутствия, маркетплейсы ставят розницу в условия, заставляющие продавать с минимальной маржой. Зачастую, конкурентная борьба возможна только при минусовой марже.

Инесса Урвачева, «Люксис»



Про маркетплейс, как и про любое явление в этом мире, можно сказать: «все есть яд и все есть лекарство». Безусловное удобство - на всю страну транслировать свой товар, тут нет индивидуального вкуса закупающей стороны и ее ограниченных материальных возможностей (с учетом включения в стоимость товара «аппетиты» банков, дающих кредиты, непомерные арендные платежи, затраты на «премиальное» оборудование, зарплаты специально обученного, умеющего «продать черта лысого», персонала). Но при этом сами продавцы, выходящие на маркетплейсы, отрубаят себе возможность работать по иным каналам. А в этом виде торговли происходит «обесчеловечивание», что еще больше загоняет нас в ловушку интернетозависимости и деградации. Ювелирная розничная торговля в обычном формате вносил в жизнь людей некую просветительскую ноту. Прийти с дочкой в салон, чтобы купить ей первое кольцо или серьги, со второй половинкой вместе выбрать обручальные кольца или приобрести драгоценный подарок любимому человеку - это было целое событие! Ты приходил в магазин как в какой-то музей, видел красоту, соприкасался с ней. К сожалению, из нашей жизни это уходит. Нам грустно, потому, что мы знали, как было по-другому...

На мой взгляд, наша главная проблема - в разрозненности и внутренней конкуренции между производителями и розничной торговлей. Мне всегда было непонятно, как можно торговать на выставках по оптовым ценам в розницу. Сначала, думала, это из-за незрелости рынка. Но прошло 30 лет, а ситуация не изменилась. Сейчас она еще усугубилась, так как сами производители ювелирных изделий вышли на маркетплейсы и реализуют товар с минимальной маржой. Могут себе позволить. Но тем самым они теряют розничные сети как своих клиентов. Вчера, общаясь с одним из коллег, услышала об очень разумном подходе к данной ситуации: производители ювелирных изделий должны разграничить ассортимент во всех трех направлениях торговли. На маркетплейс - один вид товара, в розницу - другой, в опт - третий. Или, если один и тот же вид товара, - цена должна быть везде одинаковая, наценка - достаточная для покрытия максимальных затрат в самом затратном виде торговли.

Продолжение следует...

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РАЗДЕЛ ВЫСТАВКИ «JUNWEX МОСКВА» РАСТЁТ

Несмотря на санкции, в этом году он объединит компании из Турции, Китая, Индии.

Ассортимент, который будет представлен в рамках раздела:

- Оборудование, штампы, полировка
- Упаковка
- Расходные материалы
- Ювелирные украшения и часы
- Драгоценные и полудрагоценные камни, фианиты.

Выставку посетят несколько зарубежных делегаций во главе с руководителями отраслевых ассоциаций из Китая, Ирана, Монголии, Шри-Ланки.



XXI международная выставка
ювелирных и часовых брендов

JUNWEX

МОСКВА

24–28 сентября 2025

Тимирязев Центр

📍 Москва, Верхняя аллея, 6с1



5 минут от станции метро
«Петровско-Разумовская»
(выход 5)



20 минут на автомобиле
от Садового кольца



20 минут на такси
от аэропорта Шереметьево

The diagram illustrates the 1st floor layout of the Junwex Tech building. The layout is organized into several main sections, each containing multiple rooms and corridors. The rooms are labeled with alphanumeric codes, such as A-100, A-101, A-102, A-103, A-104, A-106, A-108, A-110, A-112, A-114, A-118, A-120, A-122, A-124, A-126, A-128, A-130, A-140, A-141, A-142, A-144, A-146, A-137, A-131, A-125, A-123, A-121, A-117, A-115, A-113, A-111, A-109, A-107, A-201, A-203, A-205, A-206, A-207, A-209, A-210, A-211, A-212, A-214, A-215, A-218, A-220, A-222, A-224, A-226, A-227, A-229, A-231, A-233, A-235, A-237, A-239, A-240, A-241, A-242, A-243, A-244, A-245, A-246, A-247, A-248, A-249, A-250, A-251, A-252, A-253, A-254, A-255, A-256, A-257, A-258, A-259, A-260, A-261, A-262, A-263, A-264, A-265, A-266, A-267, A-268, A-269, A-270, A-271, A-272, A-273, A-274, A-275, A-276, A-277, A-278, A-279, A-280, A-281, A-282, A-283, A-284, A-285, A-286, A-287, A-288, A-289, A-290, A-291, A-292, A-293, A-294, A-295, A-296, A-297, A-298, A-299, A-300, A-301, A-302, A-303, A-304, A-305, A-306, A-307, A-308, A-309, A-310, A-311, A-312, A-313, A-314, A-315, A-316, A-317, A-318, A-319, A-320, A-321, A-322, A-323, A-324, A-325, A-326, A-327, A-328, A-329, A-330, A-331, A-332, A-333, A-334, A-335, A-336, A-337, A-338, A-339, A-340, A-341, A-342, A-343, A-344, A-345, A-346, A-347, A-348, A-349, A-350, A-351, A-352, A-353, A-354, A-355, A-356, A-357, A-358, A-359, A-360, A-361, A-362, A-363, A-364, A-365, A-366, A-367, A-368, A-369, A-370, A-371, A-372, A-373, A-374, A-375, A-376, A-377, A-378, A-379, A-380, A-381, A-382, A-383, A-384, A-385, A-386, A-387, A-388, A-389, A-390, A-391, A-392, A-393, A-394, A-395, A-396, A-397, A-398, A-399, A-400, A-401, A-402, A-403, A-404, A-405, A-406, A-407, A-408, A-409, A-410, A-411, A-412, A-413, A-414, A-415, A-416, A-417, A-418, A-419, A-420, A-421, A-422, A-423, A-424, A-425, A-426, A-427, A-428, A-429, A-430, A-431, A-432, A-433, A-434, A-435, A-436, A-437, A-438, A-439, A-440, A-441, A-442, A-443, A-444, A-445, A-446, A-447, A-448, A-449, A-450, A-451, A-452, A-453, A-454, A-455, A-456, A-457, A-458, A-459, A-460, A-461, A-462, A-463, A-464, A-465, A-466, A-467, A-468, A-469, A-470, A-471, A-472, A-473, A-474, A-475, A-476, A-477, A-478, A-479, A-480, A-481, A-482, A-483, A-484, A-485, A-486, A-487, A-488, A-489, A-490, A-491, A-492, A-493, A-494, A-495, A-496, A-497, A-498, A-499, A-500, A-501, A-502, A-503, A-504, A-505, A-506, A-507, A-508, A-509, A-510, A-511, A-512, A-513, A-514, A-515, A-516, A-517, A-518, A-519, A-520, A-521, A-522, A-523, A-524, A-525, A-526, A-527, A-528, A-529, A-530, A-531, A-532, A-533, A-534, A-535, A-536, A-537, A-538, A-539, A-540, A-541, A-542, A-543, A-544, A-545, A-546, A-547, A-548, A-549, A-550, A-551, A-552, A-553, A-554, A-555, A-556, A-557, A-558, A-559, A-560, A-561, A-562, A-563, A-564, A-565, A-566, A-567, A-568, A-569, A-570, A-571, A-572, A-573, A-574, A-575, A-576, A-577, A-578, A-579, A-580, A-581, A-582, A-583, A-584, A-585, A-586, A-587, A-588, A-589, A-590, A-591, A-592, A-593, A-594, A-595, A-596, A-597, A-598, A-599, A-600, A-601, A-602, A-603, A-604, A-605, A-606, A-607, A-608, A-609, A-610, A-611, A-612, A-613, A-614, A-616, A-618, A-618A, A-620, A-626, A-630, A-634, A-629, A-627, A-625, A-623, A-621, A-619, A-617, A-615, A-610A, A-600A, A-600B, A-600C, A-600D, A-600E, A-600F, A-600G, A-600H, A-600I, A-600J, A-600K, A-600L, A-600M, A-600N, A-600O, A-600P, A-600Q, A-600R, A-600S, A-600T, A-600U, A-600V, A-600W, A-600X, A-600Y, A-600Z, A-600AA, A-600AB, A-600AC, A-600AD, A-600AE, A-600AF, A-600AG, A-600AH, A-600AI, A-600AJ, A-600AK, A-600AL, A-600AM, A-600AN, A-600AO, A-600AP, A-600AQ, A-600AR, A-600AS, A-600AT, A-600AU, A-600AV, A-600AW, A-600AX, A-600AY, A-600AZ, A-600BA, A-600BB, A-600BC, A-600BD, A-600BE, A-600BF, A-600BG, A-600BH, A-600BI, A-600BJ, A-600BK, A-600BL, A-600BM, A-600BN, A-600BO, A-600BP, A-600BQ, A-600BR, A-600BS, A-600BT, A-600BU, A-600BV, A-600BW, A-600BX, A-600BY, A-600BZ, A-600CA, A-600CB, A-600CC, A-600CD, A-600CE, A-600CF, A-600CG, A-600CH, A-600CI, A-600CJ, A-600CK, A-600CL, A-600CM, A-600CN, A-600CO, A-600CP, A-600CQ, A-600CR, A-600CS, A-600CT, A-600CU, A-600CV, A-600CW, A-600CX, A-600CY, A-600CZ, A-600DA, A-600DB, A-600DC, A-600DD, A-600DE, A-600DF, A-600DG, A-600DH, A-600DI, A-600DJ, A-600DK, A-600DL, A-600DM, A-600DN, A-600DO, A-600DP, A-600DQ, A-600DR, A-600DS, A-600DT, A-600DU, A-600DV, A-600DW, A-600DX, A-600DY, A-600DZ, A-600EA, A-600EB, A-600EC, A-600ED, A-600EE, A-600EF, A-600EG, A-600EH, A-600EI, A-600EJ, A-600EK, A-600EL, A-600EM, A-600EN, A-600EO, A-600EP, A-600EQ, A-600ER, A-600ES, A-600ET, A-600EU, A-600EV, A-600EW, A-600EX, A-600EY, A-600EZ, A-600FA, A-600FB, A-600FC, A-600FD, A-600FE, A-600FF, A-600FG, A-600FH, A-600FI, A-600FJ, A-600FK, A-600FL, A-600FM, A-600FN, A-600FO, A-600FP, A-600FQ

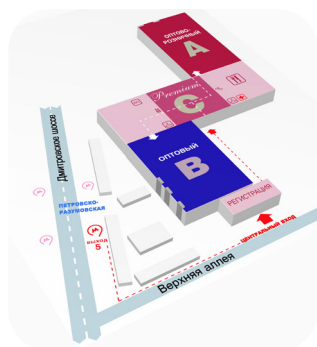
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
A1 PACKING (Китай)	A-233
ALEXAMBER	A-139
AMBERGEMS	A-232
AMBER-WEST	A-137
AMRUS	A-142
APHLA JEWELRY (Китай)	A-227
BOLSHAKOFF	A-311
BONTA	A-606
BUBLIK JEWELRY	A-115
BULUNMAZ*	A-533
CARLOS RIERA	A-618A
CORDE	A-110
CRYSTALIT CORP	A-312
DARVIN JEWELRY	A-210
DEFLEUR	A-303
DEWI	A-416
DOLCE DIAMOND	A-113
DREAM OF KING (Китай)	A-335
EGOIZM	A-614
ELEMENT 47	A-211
ENZO BENZO	A-431
EVA RITS	A-531
FILLART	A-306
FIVE.7 *	A-626
GALVANO *	A-539
GAS INDUSTRIAL (Китай)	A-231
GEMSILVER	A-602
GEVORKYAN JEWELRY	A-204
GF. ITALIA	A-504A
GOLDMAN JEWELRY	A-514
GRAF КОЛЬЦОВ	A-503
GUANGZHOU SHINING STAR JEWELRY (Китай)	A-327
ICEBUG JEWELRS (Индия)	A-235
JEDA	A-609
JEWEL	A-203
KRASNOE	A-408
KRASNOE GOLD	A-149
KU&KU	A-616
LEGOR	A-434
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-111
LUMANDE JEWELRY (Китай)	A-333
MAXIM DEMIDOV	A-200
MEDEA	A-510A
MOSTAR JEWELLERY	A-500
MURANO LAND	A-527
NEWGOLD	A-126
NGT	A-643
OASIS	A-618
OLIVA, JP	A-417
PER SEMPRE	A-202
PERASKEVA	A-604
PLATA	A-405
POKROVSKY JEWELLERY	A-310
PRIMOSSA (ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ)	A-305
RAGANELLA PRINCESS	A-517
RUSPEARLS	A-423
SARGON	A-402
SEVEN DIAMONDS	A-205
SHANGHAI RUI SHEN (Китай)	A-237, A-337
SHANLI JEWELRY (Китай)	A-329, A-331
SHENZHEN MINGXI (Китай)	A-229
SILVER CONVAS	A-609
SILVER SKY	A-605

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
STYLE AVENUE	A-301
TESORO	A-519
TRIORA	A-415
URBAN M	A-303
VERONA	A-410
VILAR JEWELRY	A-208
VIOLET (ВИОЛЕТ, ЮД)	A-300
VUA STUDIO	A-430
YAROSLAVNA	A-412
АВРОРА, ЮД	A-407
АКРИЛ ЛАЙТ*	A-330
АЛМАЗТРАСТ	A-149
АЛЬТАИР	A-317
АЛЬФА, ЮК	A-520
АЛЬФА-КАРАТ	A-100
АМЕТРИН	A-513
АМУЛЕТ	A-146
АНЖЕЛИКА (РАССАДИНА И.П., ИП)	A-613
АПАРТ	A-207
АРГЕНТА	A-320
АРГЕНТА, ФАБРИКА СЕРЕБРА	A-121
АРИНА, ЮК	A-102
АРТ СТОУН	A-403
АТИС И К	A-600
БАЛЕКС 925	A-523
БАРХАТНЫЙ СЕЗОН	A-206
ВАЛЕНСИЯ (VALENCIA)	A-615
ВАЛЕНТИКО	A-413
ВЕГА	A-306
ВОЛГО-КАМСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ЗАВОД	A-511
ВЫСОКОВЫ 585	A-213
ГИАЛИТ	A-508
ГИАЛИТ МОСКВА	A-617
ГОЛДЕН ГЛОБ	A-222
ГРАЦИЯ	A-603A
ГУДВЭЙ	A-610A
ДАЙМОНД ПРАЙМ	A-610
ДАР	A-309
ДЕКУН О. В., ИП	A-515
ДИАНА	A-432
ДИВА ЮВЕЛИР	A-518
ЕЛИЗАВЕТА	A-404
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-401
ЗЛАТОВЕСТ	A-518A
ЗЛАТОГОР	A-308
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ, ЮП	A-414
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА, ЮЗ	A-313
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	A-322
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-323
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-321
ЗОЛОТОЙ ЗАПАСЬ	A-516
ИОРДАНЬ	A-510
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A-109
КАСТ, ЗАВОД	A-106
КЛИО *	A-619
КОЛИБРИ	A-117
КОЛЬЧУГИНСКИЙ МЕЛЬХИОР	A-121
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-201
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-118
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИР	A-124
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-214
ЛАЗЕР	A-623
ЛАЗЕРНЫЙ ЦЕНТР	A-640
ЛАЙК	A-324
ЛЕНА ТОММИ	A-224
ЛЮКС, ЮК	A-225

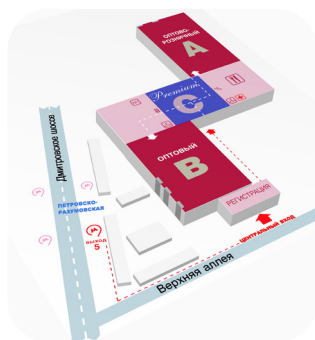
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
МАГИЯ ЗОЛОТА	A-221
МАДДЕ	A-215
МАЗНИЦЫНЫ, ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ	A-107
МАРКИЗ	A-422
МАРШАЛЛ	A-314
МАСТЕР КЛИО	A-108
МАСТЕРКАСТ*	A-528
МАСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	A-121
НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОЯНИЕ	A-230
НЕВСКИЙ-Т	A-306
НЕФРИТ	A-400
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-114
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-123
ПИЧУГОВ ВЛАДИМИР	A-103
ПРОТАЙМ РУС	A-411
РЕМИКС	A-122
РИНГО	A-101
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-612
РУССКИЕ РЕМЕСЛА, ЦЕНТР	A-220
РУССКИЙ СТИЛЬ	A-120
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-104
РУССКОЕ СЕРЕБРО, ВЮЗ	A-421
РУТА	A-629, A-340
САМОРОДОК ЕК	A-607
САНА ДИЗАЙН*	A-441
САПФИР	A-620
СБ ЗОЛОТО	A-501
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-409
СИГМА ГОЛД	A-125
СКИФ	A-436
СЛАВНОВ	A-506
СОРОКА, ТМ	A-603
СОРОКИН, ЮК	A-212
СПЕЦСВЯЗЬ РОССИИ	A-141
СТАНКОВ ГРУПП	A-633
СУГУЕВ М. Г., ИП	A-502
СУПЕР ДЖЕМС	A-521
Т.Л.Т. ДАЙМОНД	A-425
ТБН ТАЙМ	A-424
ТВЕРЬ-ЮВЕЛИР	A-505
ТЕХАЛЪЯНС *	A-621
ТИПИЧНЫЙ ЮВЕЛИР & КОРОНА*	A-530
ТУЛИКОВ	A-307
УРАЛАКТИВ	A-625
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-504
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ *	A-526
ФИТ	A-406
ФОМЕНКО, ЮД	A-234
ЦИРКОН С	A-104
ЭВОРА	A-112
ЭДМ-АРТ	A-522
ЭКСПО-ЮВЕЛИР / ЮВЕЛИР.INFO	A
ЭСТЕТ, ЮД	A-204
ЮВЕЛИНА	A-608
ЮВЕЛИРНАЯ КОСМЕТИКА	A-332
ЮВЕЛИРОФФ	A-535
ЮВИН	A-440
ЮВОЛИТА	A-420
ЮМО	A-630
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-512
ЯНТАРНАЯ МАНОФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-128
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-140
ЯСПИС	A-611
ЯХОНТ-ЮВЕЛИР	A-516A

Зал В. «Вавилон»

ОПТОВЫЙ



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
AQUAMARINE	B-516
ASTRA	B-409
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-408
BERGER	B-209
BRILLIANT STYLE	B-406
CORONA	B-316
DIAMOND UNION (БРИЛЛИАНТ СОЮЗ)	B-418
DINASTIA	B-306
EFREMOV	B-103
ERA JEWELLERY	B-401
FIDELIS	B-106
GRANAT	B-310
GRANT, ЮЗ	B-200
GRIGORIEV	B-506
KABAROVSKY, ЮД	B-301
KLONDIKE JEWELLERY	B-506
KRASTSVMETMET	B-104
MARIOLA JEWELRY	B-321
MASTER BRILLIANT	B-102
NIKA, РОССИЙСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД	B-108
ORTAGOLD	B-216
PLATIKA JEWELRY	B-212
PLATINA JEWELRY	B-105
PRESTIGE	B-510
PRIMO PREZIOSO	B-401
ROSE GRACE	B-204
SOKOLOV	B-330
SOUL JEWELRY	B-412
TALANT JEWELRY	B-302
TALANT SILVER	B-402
TRILLIANT	B-514
VERONIKA JEWELRY FACTORY	B-107
VESNA	B-206
ZOLOTUE UZORY	B-512
АДАМАНТ, ТД	B-414
АЛЕКСАНДРА, ЮЗ	B-109
АЛЕКСИ	B-520
АЛЬКОР, ЮФ	B-500
АТОЛЛ, ЮЗ (ATOLL JEWELRY)	B-100
БЕЛЫЙ БРИЛЛИАНТ	B-320
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-504
БРОННИЦКИЙ ЮВЕЛИР	B-106A
ЗЛАТО	B-107A
ИЛЛАДА, ЮП	B-314
ИМПЕРИАЛ	B-202
ИНТЕР-ЧАС	B-300A
КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	B-220
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	B-400
ЛАКИ ДАЙМОНД	B-524
ЛЕТО	B-404
МАГНАТ, ПК	B-522
МАРКАЗИТ	B-111
МАСКОМ	B-420
МОСКОВСКИЙ ЦЕПЕВЯЗНЫЙ ЗАВОД	B-410
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	B-502
ПЛАТИНОР	B-312
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	B-416
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	B-214
САНИС, ГК	B-300
СЕНАТ	B-218
СЕРЕБРО РОССИИ	B-210
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	B-416
СЕРЕБРЯНЫЙ ДОМ, ЮК	B-518
СТАТУС, ЮЗ	B-208
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	B-308



Зал С. «Пассаж» PREMIUM & GEMS



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALBERT ART	C-26
ALFARI	C-43
BERLIANI JEWELRY HOUSE	C-4
BESTWATCH.RU	C-39
BRIALL	C-1
BROVANZ	C-38
CASSIOPEA	C-30
CLARITY	C-7
ELEMENT SOUL JEMELRY	C-6A
KOLVIKA GROUP	C-2
LA NORDICA	C-16
MATVEEV&CO	C-33
NATASHA LIBELLE	C-9
NORD DIAMOND	C-8
PREMIUM DIAMONDS	C-3
RUSGEMS	C-40
SK JEWELRY	C-27

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
TESARTE	C-37
TOMGEM PLUS	C-22
АЛЬТМАСТЕР	C-24
АУДЖА	C-34
БОБЫЛЕВ А. А., ИП	C-18
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ	C-25
ВИНОГРАДОВ В. В.	C-D5
ГОРЕВА Н. М., ИП	C-41
ИНДИАН ДЖЕМС	C-45
КАСТИНГ ХАУЗ	C-5
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС(Я) АО	C-10
ПАЛКИНА ИЛЬИ, ЮВЕЛИРНАЯ ДИЗАЙН-СТУДИЯ	C-26
РОСТОВСКАЯ ФИНИФТЬ	C-7A
САХА АЛААС	C-15
СИЯНИЕ СИБИРИ	C-17
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	C-14



ИТОГИ КРУГЛОГО СТОЛА «ЮВЕЛИРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»

7 августа 2025 года в рамках ювелирного фестиваля «Золотое кольцо России» состоялся круглый стол с представителями ювелирной промышленности. Мероприятие провели губернатор Костромской области Сергей Ситников и руководитель Федеральной пробирной палаты Юрий Зубарев. Рассмотрены вопросы развития сотрудничества и сроки клеймения ввозимых в Республику Беларусь российских ювелирных изделий, основные особенности развития отрасли по таким направлениям, как маркировка, повышение производительности труда, импорт драгоценных камней.

«Ювелирному региону повезло с губернатором. Благодаря настойчивости Сергея Константиновича

нам удалось реализовать много важных решений, в том числе проект по открытию в Костроме дополнительного участка клеймения. Это очень правильное решение. Сегодня срок клеймения ювелирных изделий в Костромской области составляет три дня. Нигде по стране такого нет. Это заслуга руководства региона, которое смогло добиться приоритизации этой задачи», - подчеркнул руководитель Федеральной пробирной палаты Юрий Зубарев.

Сегодня находятся в работе и ряд других инициатив, которые были выдвинуты областью по итогам обсуждения с ювелирами. Так, на завершающем этапе находится решение вопроса о возможности нанесения штрихового кода на

остатки ювелирных изделий после 1 сентября 2025 года. В июле принято решение о возможности использования в качестве именника на ювелирных украшениях логотипа или другого фирменного знака производителя.

Один из актуальных вопросов для ювелирной отрасли - кадры. Сергей Ситников призвал руководителей предприятий к разработке программ лояльности для сотрудников предприятий, к ведению кадровой работы с молодежью. Сегодня забота о работниках выходит на первый план при принятии решений о трудоустройстве и для дальнейшего удержания кадров на предприятии. Глава региона подчеркнул приоритет компаний, реализующих проекты социальной ответственности, в плане оказания поддержки.

«Там, где сегодня серьезно начали заниматься кадровой социальной работой, внедряя социальные преференции, системы лояльности в коллективе, заботясь о семьях своих работников, там текучка кадров минимальная. Мы вступили в ту пору, когда лояльность кадров определяется не только заработной платой, но и реальной работой с людьми на производстве, с заботой об этих людях», - отметил Сергей Ситников.

Участники круглого стола сошлись во мнении о необходимости усиления контролирующих мер в

ювелирной сфере для исключения недобросовестной конкуренции производителей.

Глава региона поддержал предложение учредителя ООО «Ювелирный дом Кабаровских» Веры Кабаровской об организации проекта «От Костромской Снегурочки с любовью». Планируется организация масштабной объединенной экспозиции костромских ювелиров в Москве и Санкт-Петербурге с декабря до конца новогодних праздников. Это поможет повышению узнаваемости продукции костромских ювелиров и продвижению бренда «Кострома - ювелирная столица». Губернатор распорядился подключить к работе по организации мероприятия областные ведомства.

В завершение встречи Сергей Ситников отметил, что регион готов продолжить содействие в решении вопросов ювелиров во взаимодействии с регулирующими организациями. Все вопросы и предложения ювелиров внесены в протокол и будут взяты в работу.

«Поработайте в индивидуальном порядке, посмотрите, с чем мы должны выйти на регуляторов, какие вопросы, проблемы требуют решения. Наша совместная работа с использованием администрации Костромской области как контактера с регулирующими организациями, очевидно, дает свои результаты», - подчеркнул Сергей Ситников.



ВЫСТУПЛЕНИЕ В. А. ЗБОЙКОВА В РАМКАХ КРУГЛОГО СТОЛА 7 АВГУСТА 2025 Г.

Со стороны ювелирного бизнеса на мероприятии был только один докладчик — исполнительный директор Ассоциации (и Комитета ДМДК "Деловой России") Збойков В.А. Ниже приводится данное выступление без сокращений.

Особенности развития ювелирной отрасли на данном этапе

Усиление налоговой нагрузки на ювелиров, произошедшее с принятием в 2022 году закона 47-ФЗ, касалось только малого бизнеса. Но сегодня усиление

налоговой нагрузки может коснуться бизнеса в сфере ДМДК любого масштаба. Недавнее совещание в РСПП, на котором озвучивался проект введения в НК РФ нормы по налогообложению владения драгоценными металлами, тому лишнее подтверждение.

Ради сохранения источников дохода в сфере ДМДК, т.е. самих налогоплательщиков, представляется целесообразным параллельное **введение государством компенсационных мер в виде снижения**

административной нагрузки на бизнес.

Административная нагрузка на бизнес - это необходимость выполнения обязательных требований, связанных с контролем и надзором. Безусловно, контроль и надзор важны для решения задач государства, в т.ч. для повышения доходов бюджета от деятельности в сфере ДМДК. Внедрение системы ГИИС ДМДК создало технологическую основу для установления полного контроля государства за легальным оборотом и прослеживаемость всех ДМДК на всех участках их оборота.

Но применение ГИИС ДМДК привнесло дополнительную обременительную административную нагрузку на бизнес. **Усиление административной нагрузки в ювелирной сфере**, которое привнесла ГИИС ДМДК, ожидаемо **снизило инвестиционную привлекательность сферы и создало риски перетока ювелирных производств в иные юрисдикции**, обеспечивающие более комфортные условия деятельности.

Появился **риск провоцирования ухода слабых игроков, не способных выдержать возросшую нагрузку, в «серый», а то и в «черный» сектора экономики.** Это

опасно, т.к. государство проигрывает вдвойне – от потери налогов с этих игроков и ухудшения криминогенной ситуации в сфере ДМДК.

Можно ли в условиях все более масштабного применения ГИИС ДМДК все же облегчить административную нагрузку на участников рынка?

Можно, если рассмотреть возможность **устранения элементов контроля и надзора, выполняющих дублирующие задачи либо контролирующих незначительные по стоимости потоки.** Облегчение работы с серебром дало отличный пример отсутствия реальных рисков в таких решениях!

Меры по снижению административной нагрузки могли бы **способствовать повышению производительности труда в сфере производства ювелирных изделий**, если позволят сократить логистические затраты производителей на доставку изделий в МРУ ФПП и уменьшат временные издержки на период выполнения там операций опробования, клеймения и маркировки.

Ожидается, от таких мер могло бы выиграть и государство, причем не только за счет снижения производственной нагрузки на МРУ ФПП, но и благодаря росту инвестиционной привлекательности

ювелирной отрасли. Однако принятия мер по серьезному снижению административной нагрузки мы пока не наблюдаем.

Что еще важно: при снижении административной нагрузки на российский бизнес по производству ювелирных изделий мог бы усилить его конкурентные позиции на мировом рынке, повысив свой экспортный потенциал. Недостаточность инвестиционной привлекательности производства ювелирных изделий наглядно демонстрирует статистика структуры потребления золота в России и мире: если в России на ювелирные цели используется только 10,0% производимого в стране золота, то в среднем по миру эта величина в 4 раза выше – 40,3%.

Вызывающая проблемы административная нагрузка на российских ювелиров включает в себя и **сектор ведения внешнеэкономической деятельности**: от монополии ТБСС и необъяснимой централизации таможенных процедур в Москве до избыточных мер таможенного контроля и дублирования электронного оборота бумажными носителями. Было бы крайне полезно ее снижение!

Наряду с **сохранением ввозных пошлин на сырье для ювелирной промышленности – ювелирные камни (вставки)**, все это уменьшает конкурентоспособность российских изделий по себестоимости.

К сожалению, затраты на ввоз в Россию ювелирных камней с 1 марта 2026 года увеличатся, причем весьма серьезно. Еще более **усилится административная нагрузка на импортеров ювелирных камней** – вводится необходимость подтверждения их классификационных характеристик в одной из трех государственных лабораторий. Пока – только для бриллиантов. **Новые логистические и временные затраты импортеров камней неизбежно перенесутся на себестоимость производимых ювелирных изделий**, дополнительно снижая их экспортный потенциал.

Наконец, остается без ответа просьба экспортеров **отказаться от маркировки ювелирных изделий по поверхности металла**, поставляемых на экспорт. В условиях санкционного давления на Россию, решение данного вопроса, по мнению многих игроков, напрямую определяет возможность расширения

географии экспорта ювелирных изделий, произведенных в России.

Снижение административной нагрузки на российских ювелиров – это давно озвучиваемая необходимость, но сейчас, **в условиях риска повышения налоговой нагрузки и появления беспошлинного ввоза ювелирных изделий в Россию, снижение нагрузки административной становится вопросом выживания отрасли!** Важно, что реализация ряда предлагаемых мер может быть осуществлена без нанесения какого-либо ущерба контролю и надзору в сфере ДМДК в интересах потребителя и без ущерба фискальным интересам государства!

Если не заниматься вопросом снижения административной нагрузки

на ювелирную промышленность, мы можем столкнуться с ситуацией, сложившейся сегодня в области производства микроэлектроники, когда в России есть компании, но это лишь их офисы, а все реальное производство осуществляется в Китае. Нельзя этого допускать.

В завершение выступления хочу отметить, что если взаимодействие Ассоциации «Гильдии ювелиров России» с отраслевым регулятором (Минфином) и контрольно-надзорным органом (ФПП) в последнее время усилилось, то какой-либо координации усилий с коллегами из самых крупных ювелирных предприятий, состоящих в «Ассоциации ювелиров», напротив, добиться не удастся. Возможно, их все устраивает в сегодняшнем положении дел в отрасли".



НОВЫЙ УЧАСТОК ПРОБИРНОЙ ПАЛАТЫ В КОСТРОМЕ ОБЛЕГЧИЛ ЖИЗНЬ ОБЛАСТНЫМ ЮВЕЛИРАМ



Сегодня в Костромской области изготавливается около трети ювелирных украшений, производимых в России, перерабатывается более половины золота и серебра в стране. Ювелирная промышленность является системообразующей отраслью экономики региона, в которой задействовано более 800 хозяйствующих субъектов. Объемы рынка постоянно растут.

В конце прошлого года при содействии региона удалось решить один из острых вопросов - сокращение сроков маркировки и клеймения изделий.

Для его решения администрацией Костромской области по поручению

Сергея Ситникова совместно с руководством Верхне-Волжского межрегионального управления Федеральной пробирной палаты в короткие сроки был проработан вопрос открытия в Костроме дополнительного производственного участка. Регион оказал содействие в решении административных процедур, подборе площадки.

Главе региона Сергею Ситникову и руководителю Федеральной пробирной палаты Юрию Зубареву представили первые результаты работы участка.



За первое полугодие 2025 года процедуру опробования и клеймения на участке прошли 862 744 изделия из золота массой более 1,1 тысячи кг и 383 изделия

из платины массой 0,7 кг. Это более 10% от общего объема всех ювелирных изделий, прошедших опробование и клеймение в Верхне-Волжском межрегиональном управлении Федеральной пробирной палаты. Срок проведения пробирных операций составил 3 рабочих дня. Всего на данный момент на участке обслуживают более 20 ювелирных предприятий.



«Сложилась интересная ситуация: у Костромской области – крупнейшие объемы производства ювелирных изделий в стране, но пробирная палата в Красном-на-Волге была перегружена. Сегодня проблему удалось решить, и сегодня новый участок уже активно функционирует», - отметил губернатор Сергей Ситников.

«Все получилось. Участок пользуется спросом. По стране средний срок клеймения ювелирных изделий 5-7 дней. В Костроме с введением нового участка - всего 3 дня», - подчеркнул руководитель Федеральной пробирной палаты Юрий Зубарев.

Представители костромских ювелирных организаций отметили, что сокращение сроков клеймения изделий позволило нивелировать риски сбоя работы производственных участков. В том числе снизить вероятность наложения штрафных санкций за нарушение договорных условий отгрузки продукции.

«Это замечательное решение для нашей отрасли. Сроки сократились до 1-3 дней. Раньше было 2-3 недели. Бывало, что приходилось возить изделия и в Нижний Новгород, и в Орел. Сейчас проблем нет. Это огромная экономия для бизнеса и в обороте средств, и в выполнении заказов. Мы здесь очень сильно выиграли», - отметил генеральный директор «Империял» Алексей Густов.

«Поддержка колоссальная. Скорость работы увеличилась в разы. Сегодня от поступления сырья на производство до отгрузки уже готового изделия, которое прошло все пробирные процедуры, проходит в среднем 45 дней», - поделился впечатлениями гендиректор Караваевской ювелирной фабрики Александр Бадин.

«Новый участок расположен совсем рядом с нашим производством. Для нас это очень удобно. Помимо сокращения сроков процедур, нам удалось значительно сократить и на транспортных затратах, и на логистике», - рассказал замдиректора ювелирного завода «Талант» Денис Лямыцких.



ФОРМИРУЕМ ДЕЛЕГАЦИЮ НА ВЫСТАВКУ В СТАМБУЛ!

1 - 4 октября
IJS Istanbul Jewelry Show

Везет делегацию, как обычно, Клуб
"Российская Ювелирная Торговля",
а значит нас ждут особые условия:



Бесплатное проживание
(3 ночи) в отеле.

Аккредитация на выставку
в качестве VIP гостя

Услуги переводчика на
выставке (по заранее
согласованному графику)

Программа matchmaking:
(поиск и встречи
потенциальными партнерами
и поставщиками).

Стамбул позиционируется
как один из важнейших центров
мировой цепочки поставок.



В этом году ожидается, что выставку
посетят более 26 000
местных и международных
профессионалов отрасли.
Заявленный состав участников -
более 1000 брендов.

Процедура согласования
участников делегации непростая,
поэтому ждем ваших заявок
уже сейчас!



ВСЕ УСЛОВИЯ И ДЕТАЛИ ПОЕЗДКИ :

8 (921) 320-55-32, Татьяна
info@jewellerclub.ru



JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com