



РИНГО

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

897 от 05 ноября 2025

• www.junwex.com



ВЫСТАВКИ

JUNWEX НА ВДНХ: В РЯДУ КУЛЬТУРНЫХ ЗИМНИХ СОБЫТИЙ

В этом сезоне выставка «JUNWEX. Лучшие украшения в России» станет частью зимней культурной программы на ВДНХ.

Во-первых, весь декабрь продолжит работу выставка шедевров из коллекции Русского музея (павильон № 1 «Центральный») — магнит для взыскательной, платежеспособной

аудитории, ценителей прекрасного и искусства.

Во-вторых, в центре ВДНХ традиционно развернется главный каток страны — самое популярное развлекательное пространство Москвы, которое посетят тысячи гостей.

ЧТО ЭТО ДАЕТ ВАМ КАК ЭКСПОНЕНТУ?

- ✓ Целевой трафик. Посетители уже настроены на впечатления, культуру и покупки. Выставка становится для них логичным и удобным следующим шагом.
- ✓ Качественную аудиторию. Вы получите доступ к семьям с детьми, молодым парам, туристам и ценителям искусства — широкому кругу лиц с высоким покупательским потенциалом, для которых шопинг — часть досуга.
- ✓ Статус и престиж. Ваше участие в выставке на ВДНХ, в окружении таких значимых культурных и развлекательных объектов, укрепляет репутацию вашего бренда.



Успейте забронировать лучшие места на площадке!

Пишите на **junwex@junwex.com** прямо сейчас!



Выставка ювелирных
украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

18–21 декабря 2025

Москва, ВДНХ, павильон 57



КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

junwex.com

ПРОДОЛЖАЕМ ОБСУЖДЕНИЕ

ЧТО ДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ СОХРАНИТЬ СВОИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ? | ЧАСТЬ 3



АЛЕКСЕЙ ПОТАПОВ,
ИП Хариби



Рост стоимости металлов — это не кризис, это новая константа рынка. Цена золота растёт уже не первый год, и это не всплеск, а долгосрочный тренд. При этом покупатель действительно стал осторожнее: считает, сравнивает, выбирает. И именно здесь включается профессионализм ритейлера — не просто «удержать клиента», а перестроить восприятие ценности.

В «Россювелирторге» мы пошли по трём направлениям. Первое — диверсификация ассортимента: активнее развиваем сегмент серебра, ювелирной бижутерии и комбинированных изделий, которые позволяют оставаться в тренде, не выходя за рамки бюджета.

Второе — смещение акцента с грамма на смысл: украшение перестаёт быть инвестицией в металл, оно становится инвестицией в эмоцию, в момент, в личную историю.

Третье — работа с клиентским опытом: продавец теперь не просто показывает изделие, а объясняет, почему именно оно «о человеке».

Покупательская способность снижается, но желание радовать себя никуда не исчезло. Просто мотивы стали глубже. Украшения стали не символом достатка, а способом восстановить внутренний баланс — и это, пожалуй, один из самых ценных трендов последних лет.

Есть ли примеры успешного «импортозамещения» российскими марками в премиум-сегменте?

Уход мировых брендов — это был холодный душ, но он оказался отрезвляющим. Да, в первые месяцы отрасль ощутила потерю: пропала та «витринная магия», которую создавали Cartier, Tiffany и другие. Но потом стало ясно: рынок освободился, и появилась возможность дышать своим воздухом.

Плюс очевиден — наконец-то внимание покупателя повернулось к отечественным брендам. Минус тоже есть — не все готовы удержать этот взгляд. Российскому производителю нужно не просто делать хорошие изделия, а создавать полноценный бренд с айдентикой, эмоцией, легендой.

Многие уже начали этот путь: кто-то развивает авторские коллекции с сильным дизайном, кто-то — технологичность, кто-то делает ставку на культурный код.

Импортозамещение в премиум-сегменте возможно — но не через подражание, а через формирование собственного языка.

НАШ «ЛЮКС» ДОЛЖЕН БЫТЬ НЕ «РУССКИМ CARTIER», А ЧЕМ-ТО НОВЫМ: ОСМЫСЛЕННЫМ, ЭСТЕТИЧНЫМ, ЗРЕЛЫМ.

Уход мировых брендов — не вакуум, а окно возможностей. И кто создаст в нём атмосферу — тот и станет новым именем эпохи.

Реально ли добиться появления очередей в ювелирных магазинах «как в 90-е» в современных условиях или это и не нужно? Каким путем, на Ваш взгляд, пойдет отечественная ювелирная отрасль в дальнейшем?

Сегодня покупатель идёт в магазин не потому, что «достали золото», а потому что ищет эмоцию, атмосферу и доверие. Поэтому задача не в том, чтобы вернуть толпы, а в том, чтобы вернуть чувство ценности момента покупки.

Современный ювелирный ритейл движется по трём векторам. Первый — новая роль магазина: это не торговая точка, а пространство выбора, где человек чувствует себя услышанным и красивым. Второй — интеграция с цифровыми каналами: онлайн не убивает офлайн, он

усиливает его, создаёт осознанный трафик и предварительное вовлечение. Третий — этика и технологии: лабораторные камни, прозрачное происхождение, персонализация.

Ювелирная отрасль не вернётся к очередям. Она пойдёт по пути осознанного потребления, смыслов и доверия. Украшения перестанут быть «товаром по граммам», а снова станут языком личности. А это куда интереснее, чем просто цифры в кассе.





МАРИНА СЛОТИНА
сеть магазинов
SERGEY SLOTIN,
Киров



Как сохранить свою целевую аудиторию и покупателей?

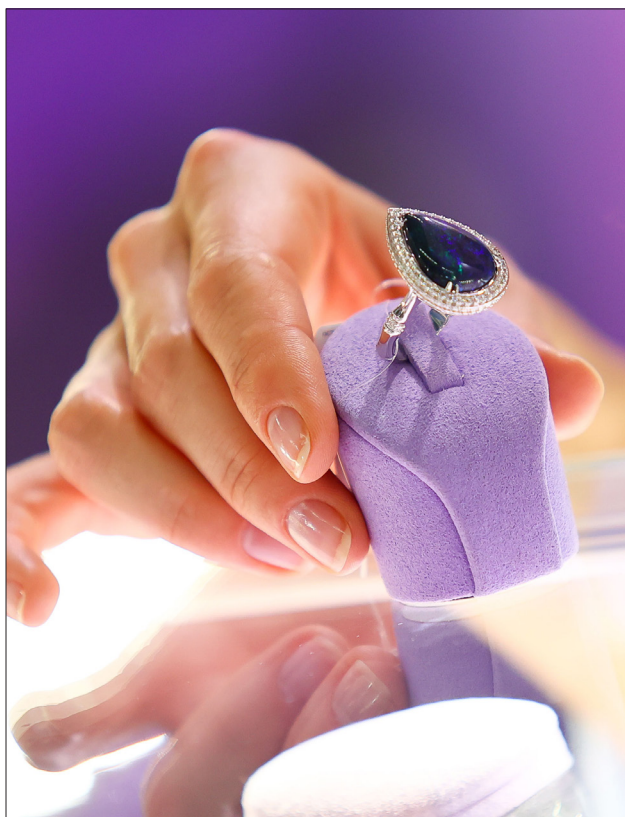
Точно знаю одноа: в ювелирном деле цена не стоит на первом месте, на первом месте надо ставить ЦЕННОСТЬ.

Для каждого клиента она разная: для кого-то важна семейная ценность, реликвия, для другого - инвестиции, капиталовложение. Третий - коллекционер ювелирных уникальных украшений, четвертый хочет произвести впечатление, пятому надо подчеркнуть статус, успешность. Вот кто он твой клиент, который пришел к тебе?!..

Скидки нас разучили думать, благодаря им мы обесценили отрасль. Да, да, именно мы.

Я наконец-то поняла, что НДС государству плачу не я, его платит покупатель. Я, как предприниматель, являюсь сборщиком налогов для государства, а мои продажи - получается, вклад в экономику страны. Давайте это сделаем весомой частью ценности бренда в концепции маркетинга.

Я точно знаю теперь, что ювелирное украшение как подарок или семейная реликвия не имеют полноценных аналогов-заменителей.





Что касается ухода брендов... У нас свои шедевральнее и лучше!
Пусть европейцы, приезжающие в Россию, видят, как мы умеем делать. Только внедрять надо у себя этот шедевр, показывать.

Сейчас мы в салонах работаем над увеличением восприятия ценности, которую несем людям. Важно сохранить эмоциональную связь с клиентом, магазин должен быть интересным. "Пропалываем сорняки" в витринах.

От поставщиков хотелось бы больше эстетики в украшениях, которые будут соответствовать сегодняшнему дню. Хочется больше лояльности в работе. За изделиями, которые вы продаете, поверьте, очередь не стоит. Давайте договариваться!

И да, очередей в магазинах ждать не стоит, пока вы не поменяете цену на ЦЕННОСТЬ.



РЫНОК

SOKOLOV: СПРОС НА ДОРОГИЕ УКРАШЕНИЯ ВЫРОС В 8,8 РАЗА ЗА 2 ГОДА

По итогам первых девяти месяцев 2023–2025 годов, спрос на премиальные ювелирные украшения стоимостью выше 100 тыс. рублей в розничных магазинах вырос в 8,8 раза, сообщили в пресс-службе холдинга SOKOLOV.

Согласно данным аналитиков, в 2025 году количество покупок ювелирных изделий стоимостью более 100 тыс. рублей выросло в 8,8 раза по сравнению с 2023 годом и в

2,7 раза по сравнению с 2024-м. В текущем году средний чек по России в категории украшений Sokolov Premium составил 132 810 рублей.

В Краснодаре зафиксирован самый значительный рост покупок по сравнению с прошлым годом — показатель увеличился в 74 раза. Средний чек в этом регионе составил 121 111 рублей. В 2024 году лидером по темпам роста стал Калининград, где количество покупок

выросло в 14 раз, а средний чек достиг 117 534 рублей.

В Перми зафиксирован самый высокий средний чек за первые 9 месяцев 2025 года, который составил 165 871 рубль. Челябинск занимает второе место с показателем в 159 617 рублей, а Омск — третье с 157 813 рублями. В топ-5 также вошли Воронеж (149 478 рублей) и Владивосток (138 752 рубля).

Продажи в Петербурге выросли в 11 раз по сравнению с 2023 годом и в четыре раза по сравнению с 2024-м. В текущем году среди премиальных ювелирных изделий самыми востребованными оказались украшения с бриллиантами, изумрудами и сапфирами.

Кроме того, среди металлов россияне отдавали предпочтение белому золоту. Наиболее популярными категориями ювелирных изделий стали серьги и браслеты.



ФПП УТВЕРДИТ ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ ИЗДЕЛИЙ

Федеральная пробирная палата разработала проект приказа «Об утверждении Порядка проведения экспертизы ювелирных и других изделий из драгоценных металлов»

Документ устанавливает стандартизированную процедуру, включающую определение пробы изделий, проверку подлинности государственных пробирных клейм

и идентификацию именников производителей.

В настоящее время проект проходит стадию оценки регулирующего воздействия, в рамках которой анализируются возможные последствия его реализации для бизнеса и потребителей. Планируется, что новый регламент вступит в силу 1 марта 2026 года.

РОССИЙСКИЙ СПРОС НА ЗОЛОТО В 2025 ПРЕВЫСИТ 62 ТОННЫ

Спрос на золотые слитки и монеты со стороны населения России по итогам 2025 года составит 62,2 тонны, подсчитала Al Banyan Tree Research. По оценкам экспертов, в России спрос на золотые слитки и монеты растет с марта 2022 года, после отмены НДС на

приобретение золотых слитков у банков и аффинажных предприятий. С 2022 года и до конца 2025 года общий объем закупок драгметалла россиянами составит 282 тонны.

По данным WGC, в 2024 году россияне купили 34,4 тонны (+9,2% к 2023) золотых монет и слитков, кроме этого ювелирная промышленность РФ использовала 41,2 тонны (+3,8%) золота для изготовления украшений.

ДАГЕСТАН ВЫДЕЛИТ 33,2 МЛН РУБЛЕЙ НА КАПРЕМОНТ КУБАЧИНСКОГО КОМБИНАТА

Госэкспертиза Дагестана выдала положительное заключение на проект капитального ремонта Кубачинского художественного комбината. Комбинат специализируется на производстве ювелирных изделий, уникальных женских украшений, посуды, оружия и предметов интерьера, представляющих собой высокую художественную ценность.

Трехэтажное здание цеха общей площадью 2874,4 кв. метров ожидает масштабная модернизация. Проект предусматривает обновление напольных покрытий (замена линолеума на керамогранит), кровли, внутренних и наружных дверей, внутреннюю отделку помещений, замену систем вентиляции, электроснабжения, водоснабжения и водоотведения.

Общая сумма финансирования проекта составляет 33,2 млн рублей. Работы планируются



провести в 2025-2026 годах.

Капитальный ремонт является частью масштабной программы по восстановлению деятельности Кубачинского художественного комбината, на которую выделено из республиканского бюджета 100 млн рублей.

Эти средства также пойдут на закупку современного оборудования, сырья и материалов, создание квалифицированных рабочих мест, а также на маркетинговое продвижение продукции комбината.

КОМПАНИИ

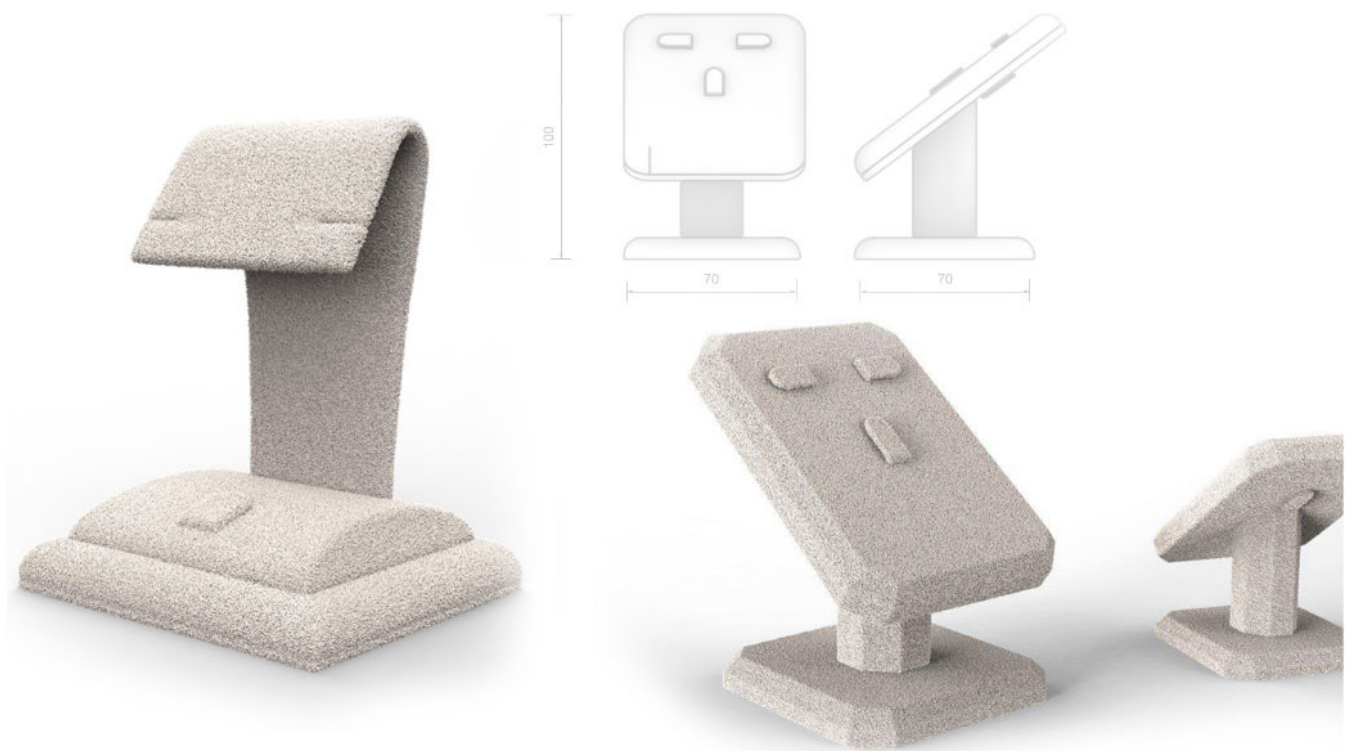
«ГОЛДЕКС РИТЕЙЛ» ПЛАНИРУЕТ ЗАПУСТИТЬ ДО 600 ЗОЛОТОМАТОВ К 2030

По оценкам компании, россияне хранят дома ювелирные изделия на сумму около 10 трлн рублей — это свыше 1 000 тонны золота. Из них 51% владельцев готовы обменять свои запасы на реальные деньги — это потенциальные клиенты золотоматов. Еще 17% россиян, по данным компании, задумываются об инвестициях в драгоценный металл — ими услуги GOLDEXROBOT также могут быть востребованы.

Сейчас сеть насчитывает 26 точек в 16 городах России. Для достижения плановых показателей к 2030 году компания планирует не только открывать и развивать собственные пункты, но и привлекать франчайзи в формате «ленивой» франшизы. Последняя называется так потому, что не предполагает активного участия инвестора в операционной деятельности. Инвестор приобретает золотомат, после чего компания арендует его и обеспечивает

установку, обслуживание, рекламу и работу с клиентами. Дальнейшая прибыль между компанией и инвесторами распределяется в соответствии с заключенными договорами.

«В данный момент общее количество франшизных золотоматов, о которых мы ведем переговоры с десятком партнеров, составляет более 700, что в разы превышает нашу годовую производственную мощность. Среди партнеров есть предприниматели, частные инвесторы, управляющие компании, маркетплейсы, зарубежные компании. И это при том, что саму модель мы анонсируем только сейчас», — отметил генеральный директор АО «Голдекс Ритейл» Евгений Городилов.



"НЕФРИТ" ЗАПУСТИЛ ПРОИЗВОДСТВО ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Новое направление деятельности позволит бренду предлагать розничным сетям комплексные решения для оформления торгового пространства.

Это стратегическое решение позволит "Нефриту" не только использовать оборудование в своих салонах, но и выйти на B2B-рынок, предлагая готовые решения другим ювелирным компаниям.

Ассортимент новой продукции включает широкий выбор моделей, разработанных с учетом специфики презентации всех видов украшений: от колец и серег до браслетов и подвесок. Особое внимание уделено дизайну — компания предлагает богатую палитру цветов, что позволит владельцам магазинов создавать индивидуальное пространство.



MIUZ DIAMONDS ОТКРЫЛ ВТОРОЙ МАГАЗИН В КАЗАХСТАНЕ

26 октября в Усть-Каменогорске, прошел праздничный запуск еще одного магазина ювелирных украшений MIUZ Diamonds. Это событие стало возможным благодаря партнеру, который присоединился к философии компании и намерен развиваться в этом направлении.

Салон стал четвертым партнерским за рубежом и вторым в Казахстане.

Запуск нового магазина способствует усилению присутствия сети на международной арене.

В 2025-2026 годах планируется расширение сети за пределы РФ, с акцентом на рынки Узбекистана и Казахстана. Компания демонстрирует намерение удовлетворять запросы покупателей в новых географических зонах.



Вконтакте



Telegram

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com