

A close-up profile of a woman with dark hair in a bun, wearing a diamond hoop earring and a diamond ring. She is holding a white calla lily flower against her neck. The background is white.

Vesna

Больше трендовых
новинок в каталоге
www.vesna.gold



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

907 от 27 января 2026

- www.junwex.com



ZU ZOLOTYE
UZORY
jewelry

JUNWEX Петербург
Конференц-зал | 2 этаж

Павильон Н-26



zouz.ru



ВЫСТАВКА

ВПЕРВЫЕ НА JUNWEX: ГАЛЕРЕЯ ДИЗАЙНЕРОВ

● С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ШОПИНГА

В Петербурге в этом году
впервые будет представлен
специальный раздел —
ГАЛЕРЕЯ ДИЗАЙНЕРОВ.

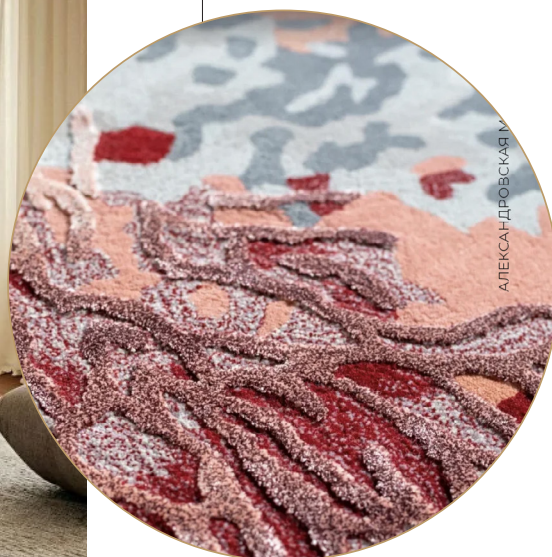
Она расположится в зале G
и объединит модные показы с
возможностью **ШОПИНГА.**



Гости выставки не только увидят коллекции дизайнеров, которые будут представлены на модных показах, но и смогут сразу приобрести понравившиеся вещи и аксессуары прямо на стенде.

В ГАЛЕРЕЕ БУДУТ ПРЕДСТАВЛЕНЫ:

- РУССКИЙ ЛЕН — одежда из натурального льна.
- ВСЕЛЕННАЯ / СЛОЖНЫЕ ВЕЩИ —
Элины Арсеньевой — платья и аксессуары из кожи ручной работы.
- NOSINABOK — дизайнерские головные уборы из Петербурга.
- Дизайн-студия ЯГАРТ с брендами ЕЛОМА, SV_fashion boutique и авторским войлоком Елены Найдёновой.
- Александровская Мануфактура — ковры и гобелены ручной работы.



- REVE

Бренд одежды и аксессуаров.

- Свиридова Ольга — нарядная дизайнерская одежда.

- СОФИЯ — дизайнерская одежда в стиле бохо и шапки ручной работы.

- Модный Дом Александра — эксклюзивная дизайнерская одежда.



- Basko — яркие платья с эксклюзивными принтами.

- ХРИСТИАНИЯ — одежда с христианской символикой.



ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ

ЗАЛ G



СПИСОК УЧАСТНИКОВ

зал G

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALEXAMBER	G-920
ALFARI	G-219
AMBER CHARM	G-924
AMBERGEMS	G-917
AMBER-WEST	G-922
AML STUDIO	G-117
ANFAS JEWEL	G-705
BERLIANI JEWELRY & DIAMONDS	G-421
BONTA	G-106
CLARITY	G-205
CORALL	G-628
CORDE	G-500
CRYSTALIT CORP	G-602
DARVIN JEWELRY	G-611
DEFLEUR	G-701
EGOISM	G-312
ELEMENT 47	G-613
ELEMENT SOUL JEWELRY	G-903
EN JEWELLERY	G-303
ENZO BENZO	G-725
ETERNAGEMS	G-414
FILLART	G-811
FRANCINE BRAMLI PARIS	G-414
GEMSILVER	G-413
GLINT POINT (ТУРЦИЯ)	G-603
GOLDMAN JEWELRY	G-410
GRANT, ЮЗ	G-301
ISTOR	G-416
JEDA (ГАЛАТЕЯ, ТД)	G-107
JEWEL	G-504
JEWELRY GARDEN	G-722
JL (JULIA LIFITS)	G-117
JOYANA	G-317
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮФ)	G-515
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	G-511
L'VIBE	G-610
M.ALINA	G-117
MEDEA	G-423
MURANO LAND	G-624
NINA VIKONT	G-824
NORD DIAMOND	G-520
ODISHA (Китай)	G-427
OLEG IVANOV	G-414
ORTAGOLD	G-103
OZON БАНК	G-522
PASHMINA KASHMIRA	G-824
PERSEPOL GEMS	G-327
PLATA	G-212
PREMIUM. DIAMONDS	G-405
PRIMOSSA (ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ)	G-710
RAGANELLA PRINCESS	G-523
ROYAL GARNETS	G-325
RUSPEARLS	G-721
SARGON	G-201
SEVEN DIAMONDS	G-401
SHANGHAI LIU YULING COMMERCIAL COMPANY (Китай)	G-223
SHNUROK-GAITAN	G-627
STILE.ME	G-910
TOMGEM PLUS	G-112
URBAN M	G-701
VUA STUDIO	G-315
YAROSLAVNA	G-712
ZEWANA	G-627
АВРОРА, ЮД	G-513
АКЦЕНТ	G-322
АЛЕКСЕЕВ П. К., ИП (ЦПЭРС(Я))	G-105
АЛЬФА, ЮК	G-510, G-720
АЛЬФА-КАРАТ	G-501
АНЖЕЛИКА	G-110
АНТАЛ	G-220
АРГЕНТА, ФАБРИКА СЕРЕБРА	G-801
АРТ КОЖА	G-728
АРТ-СТУДИЯ ЮВЕЛИР	G-300
АТИС И К	G-400А
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	G-911

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
БАРХАТНЫЙ СЕЗОН	G-203
БАТУРА Ю. В., ИП	G-914
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	G-411
БРОННИЦКИЙ ЮВЕЛИР	G-101, Н-114
ВАЛЕНТИКО	G-713
ВАШЕ ВЫСОЧЕСТВО	G-627
ВЕГА	G-811
ВЕРБИЧ СВЕТЛАНА	G-722
ВОРОНИНА ИРИНА	G-225
ГЕБО	G-919
ГИАЛИТ КОСТРОМА	G-321
ГОЗНАК	G-524
ГРАЦИЯ, ТД	G-214
ДЕКУН О. В., ИП	G-425
ДЖЕМС МАРКЕТ	G-901
ДЖУZZ	G-715
ИАНА, ЮФ	G-313
ЕЛИЗАВЕТА	G-211
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ	G-600
ЗАБОЛОЦКИЙ С. А., ИП (ЦПЭРС(Я))	G-105
ЗЛАТОВЕСТ	G-818
ЗОЛОТО И БРИЛЛИАНТЫ ЯКУТИИ	G-717
ЗОЛОТО КУБАЧИ	G-714
ЗОЛОТО И СТИЛЬ	G-424
ИМПЭКС	G2-3-4, G3-2
ИОРДАНЬ	G-100
ИСКУШЕНИЕ СТИЛЕМ	G-913
КАБРИ, МЮЗ	G-816
КАМЕНЬ В ИНТЕРЬЕРЕ	G-224
КАРЕЛЬСКИЕ МАСТЕРА	G-905
КИРИЛЛОВ	G-403
КИЭРГЭ	G-806
КОВАЛЬ	G-324
КОЛПАКОВА ЛАРИСА	G3-4
КОЛЬЧУГИНСКИЙ МЕЛЬХИОР	G-801
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	G-601
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИР	G-503
КУСТОВ, ЮП	G-213
ЛАДА	G-322
ЛАКОВАЯ МИНИАТЮРА	G-914
ЛЕДИ 5	G-824
ЛУЧ РОЖДЕСТВА	G-120
ЛЮКС, ЮК	G-114
МАДДЕ	G-620
МАЗНИЦЫН, ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ	G-319
МАЙ, ТД	G-913
МАЛИНКА	G-317
МАСТЕР КЛИО	G-200
МГ ДАЙМОНД (ЦПЭРС(Я))	G-105
МЕРКУРИЙ, ТД	G-309
МИЛУША	G-629
МИР КРАСОТЫ	G-324
МОЯ ЗВЕЗДА	G-913
МСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	G-801
НАНОСТАР	G2-2, G3-1
НЕВСКИЙ-Т	G-811
НИКОЛАЕВ ЮРИЙ	G-113
ОБРАЗ И ФОРМА	G-117
ОРЕНБУРГСКИЕ ПЛАТКИ	G-727
ПИ JEWELRY	G-117
ПИТЕРСКИЙ ДЖЕМ	G-220
ПИЧУГОВ ВЛАДИМИР	G-311
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	G-323, Н-25
ПРОКОЗЫРЕВ	G-412
РЕГИОН-ЗОЛОТО	G-629
РЕТРО-ДЕКОР	G-125
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	G-221
РОСТЗОЛОТО	G-406
РУССКИЕ РЕМЕСЛА, ЦЕНТР	G-400
РУССКИЕ САМОРОДКИ	G-717
РУССКИЙ СТИЛЬ	G-810
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	G-811
САВОСТЬЯНОВ	G-117
САМОРОДОК ЕК	G-217
САМОЦВЕТЫ ИЗ СИБИРИ	G-812
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	G-711
САХА ТААС ЮВЕЛИР (ЦПЭРС(Я))	G-105

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
СБ ЗОЛОТО	G-700
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	G-702
СЕЗОН СЕРЕБРА	G-811
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	G-323, Н-25
СИГМА ГОЛД, ЮД	G-814
СИЛЬВЕР СТАР	G-715
СИМВОЛЫ СЕВЕРА (ЦПЭРС(Я))	G-105
СИНОНИМ	G-808
СИТЧИХИН М. В.	G-526
СЛАВНОВ	G-420
СОРОКА, ТМ	G-109
СОРОКИН, ЮК	G-310
СПИРИДОНОВ С. М., ИП	G-823
СТАТУС, ЮЗ	G-403
СТОЛИЦА, МЗЮИ	G-314
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	G-502
СУНДУЧОК АЛЕКС	G-526
ТАГИЛИТ	G-120
ТОРЖОКСКИЕ ЗОЛОТОШВЕИ	G-412
ТУЛИКОВ	G-102
УЗОР УТУМ	G-622
УРАН САХА ЯКУТИЯ	G-621
ФИТ	G-111
ФОМЕНКО, ЮД	G-821
ХАРЛАМПЬЕВА С. С., ИП (ЦПЭРС(Я))	G-105
ХОТКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	G-912
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ (ЦПЭКО)	G-204
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ) (ЦПЭРС(Я))	G-105
ЦИРКОН С	G-811
ЧАСОВОЕ ПРОИЗВОДСТВО РУССКОЕ ВРЕМЯ	G-816
ЧИРИНЕЛИ. МИАРУССИ	G-525
ЭКСПО ЮВЕЛИР	G-907
ЮВЕЛИНА	G-625
ЮВЕЛОН	G-104
ЮВИС	G-113
ЮВОЛИТА	G-909
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	G-805
ЯНТАРНАЯ ЛАГУНА	G-626
ЯНТАРНАЯ МАНОФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	G-820
ЯНТАРНОЕ ДЕРЕВО	G-827
ЯНТАРЬ	G-914
ЯНТАРЬ РОССИИ	G-921
ЯСПИС	G-521
ЯХОНТ-ЮВЕЛИР (ЧЕШСКИЙ-ГРАНАТ)	G-215
JUNWEX TECH: оборудование, упаковка, ПО и расходные материалы для ювелирной отрасли	
ALPHA JET	G-528
GALVANO	G-431
HANGZHOU LIUXIAOFU INDUSTRIAL COMPANY (Китай)	G-623
LEGOR	G-429
PLASTIC STUDIO	G-529
SHENZHEN MING XI DISPLAY AND DESIGN COMPANY (Китай)	G-422
АКРИЛ ЛАЙТ	G-121
АЛМАЗНЫЙ НТК	G-527
МАСТЕРКАСТ	G-529
РУТА	G-633
ТЕХАЛЬЯНС	G-531
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	G-426
ЮМО	G-530
ГАЛЕРЕЯ ДИЗАЙНЕРОВ	
BASKO	G-122
АЛЕКСАНДРОВСКАЯ МАНОФАКТУРА	G-122
АЛЕНА REVE	G-122
ВСЕЛЕННАЯ	G-122
МОДНЫЙ ДОМ АЛЕКСАНДРА	G-122
РУССКИЙ ЛЕН	G-122
СОФИЯ	G-122
ХРИСТИАНИЯ	G-122
ЯГАРТ	G-122

4–8 февраля 2026 КВЦ ЭКСПОФОРУМ



PREMIUM & ОПТОВЫЙ

ЗАЛ Н



СПИСОК УЧАСТНИКОВ

зал Н

Раздел Premium

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BROVANZ	Н-510
GEMNIUS (ПОЛУДРАГ.РУ)	Н-513
KLASSIKA	Н-604
KOLVIKA GROUP	Н-403
LA NORDICA	Н-607
LERIAN	Н-506
MATVEEV&CO	Н-508
MAXIM DEMIDOV	Н-501
RUBINOV JEWELRY	Н-601
SK STYLE KING`S JEWELRY	Н-506
VIOLET (ВИОЛЕТ, ЮД)	Н-401
АЛМАЗЫ НЮРБЫ	Н-612
АЛЬТМАСТЕР	Н-608
АУДЖА	Н-605
БОБЫЛЕВ А. А., ИП	Н-602
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА, ЦС)	Н-603
КАСТИНГ ХАУЗ, ЮК	Н-504
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС(Я)	Н-402
МЭЮЗ ЮВЕЛИРПРОМ	Н-505
РИНГО	Н-600
СИЯНИЕ СИБИРИ	Н-503
Т.Л.Т. ДАЙМОНД	Н-511
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	Н-609
ЧАСТНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ	Н-507
ЮВЕЛИРНЫЙ ДИОЛЬ	Н-604

Оптовый раздел

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BELLISSIMA TENTAZIONE	Н-200
BERGER	Н-209
BRILLIANT STYLE	Н-201
BUBLIK JEWELRY	Н-312
CORONA	Н-213
DELTA	Н-430
DELTA DIAMONDS	Н-300
DINASTIA	Н-208
EFREMOV	Н-521
FIDELIS	Н-20-21
GOLDSMITH	Н-105
GRAF КОЛЬЦОВ	Н-101
GRANAT (ГРАНАТ, ЮК)	Н-28
GRIGORIEV	Н-100
KABAROVSKY, ЮД	Н-242
KARATOV	Н-140
KLONDIKE JEWELLERY	Н-100

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
KRASTSVETMET	Н-206
MASTER BRILLIANT	Н-530
NEWGOLD	Н-116
OASIS	Н-310
OLIVA JP	Н-405
PLATIKA JEWELRY	Н-407
PREMSONS JEWELLERS (Индия)	Н-101
PRESTIGE JEWELRY	Н-204
ROSEGRACE	Н-500
SOKOLOV, ЮК	Н-22-24
SOUL JEWELRY	Н-305
TALANT JEWELRY	Н-202
TALANT SILVER	Н-103
TRILLIANT	Н-110
VESNA	Н-205
ZOLOTYE UZORY	Н-26
АЛЕКСАНДРА, ЮЗ	Н-27
АЛЬКОР, ЮФ	Н-210
АРИНА, ЮК	Н-101
АТОЛЛ, ЮЗ (ATOLL JEWELRY)	Н-340
БРОННИЦКИЙ ЮВЕЛИР	Н-114, G-101
ДАР	Н-311
ДНК	Н-201
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА, ЮЗ	Н-20-21
ИЛЛАДА, ЮП	Н-307
ИМПЕРИАЛ	Н-200
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	Н-240
ЛЕТО	Н-207
МАГНАТ, ПК	Н-120
МОСКОВСКИЙ ЦЕПЕВЯЗАЛЬНЫЙ ЗАВОД (МЦЗ)	Н-301
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	Н-203
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	Н-25, G-323
РАДУГА, ЮФ	Н-118
САНИС, ЮЗ	Н-211
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	Н-25, G-323
СЕРЕБРЯНЫЙ ДОМ, ЮК	Н-112
СОЛЬФЕР	Н-101
СПЕЦСВЯЗЬ РОССИИ	Н-115
ЭСТЕТ, ЮЗ	Н-415
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ, ИД	Н-215
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	Н-241



DARVIN
JEWELRY

ОТРАСЛЬ

КЛЮЧЕВЫЕ ВОПРОСЫ ОТРАСЛИ ОБСУДЯТ В ПЕТЕРБУРГЕ

4 февраля в 14:00

в рамках деловой программы «JUNWEX ПЕТЕРБУРГ» состоится совместное совещание Высшего совета Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и Ассоциации «Гильдия ювелиров России».

**Тема дискуссии:
«Актуальные вопросы
ювелирной индустрии».**

Ожидается участие Дмитрия Александровича Кускова, директора Департамента международной кооперации и лицензирования в сфере внешней торговли Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

В фокусе встречи — четыре стратегических вопроса, которые определяют вектор развития рынка в ближайшей перспективе:

1. Обсуждение предстоящих задач и планов Минпромторга России в ювелирной сфере.
2. О предстоящем с 1 марта введении процедуры подтверждения классификационных характеристик бриллиантов при их ввозе в Россию через страны ЕАЭС.
3. Онлайн торговля ювелирными изделиями – это благо или угроза для отрасли?
4. Приоритетное приобретение драгоценных металлов государством - вопрос закрыт?"

Совещание пройдет в КВЦ «Экспофорум» (зал Н-130, офис Клуба «Российская Ювелирная Торговля»).

РОССИЯ И БЕЛАРУСЬ СОЗДАЛИ ЕДИНЬЙ РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

При перемещении товаров из драгметаллов между государствами их не нужно дополнительно проверять и ставить дублирующие клейма.

Соглашение о сотрудничестве было подписано в конце 2025 года в Москве замминистра финансов России Алексеем Моисеевым и замминистра финансов Беларуси Александром Судником. Документ предусматривает взаимное признание государственных пробирных клейм, наносимых на ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов, а также маркировки таких изделий.

В российском Минфине отметили, что новые правила гарантируют безопасность потребителей и производителей ювелирных изделий.

"Уровень взаимного доверия, кооперации, а также интеграции наших систем контроля за оборотом драгоценных металлов и драгоценных камней говорит о том, что мы можем обеспечить защиту российских и белорусских производителей и потребителей в рамках полной интеграции и взаимопроникновения товаров из наших стран", - комментировал Алексей Моисеев.

Ювелирные изделия, которые будут заклеены пробирным клеймом и маркированы в одном из государств - России или Беларуси, при их перемещении на территорию другого государства не будут нуждаться в повторных клеймении и маркировке.

Ранее российское пробирное клеймо не признавалось Беларусью, на территории которой на российские ювелирные изделия наносились дополнительные клейма.

"Очевидно, что это была избыточная мера", - уточняет в беседе с "СОЮЗом" исполнительный директор ассоциации "Гильдия ювелиров России" Владимир Збойков.

С начала 2026 года дублирование клейм больше не проводится.

Взаимное признание маркировки ювелирных изделий и пробирных клейм удалось обеспечить за счет интеграции информационных систем - российской ГИИС ДМДК и белорусской ИС "Электронный знак".

СЕЙЧАС СТОИТ ЗАДАЧА ПРОИЗВЕСТИ ИХ ПОЛНУЮ СТЫКОВКУ, ЧТОБЫ ВСЕ ДАННЫЕ, ВНОСИМЫЕ В ГИИС ДМДК, АВТОМАТИЧЕСКИ ОТОБРАЖАЛИСЬ В ИС "ЭЛЕКТРОННЫЙ ЗНАК" И НАОБОРОТ, ГОВОРИТ ВЛАДИМИР ЗБОЙКОВ. //

Ратификация соглашения позволит государственным органам проводить согласованную

политику при осуществлении государственного контроля за обращением и перемещением драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий между двумя странами.

ИЗМЕНЕНИЯ РАСПРОСТРАНЯЮТСЯ НЕ ТОЛЬКО НА ИЗДЕЛИЯ ИЗ ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ, НО И НА АЛМАЗЫ И БРИЛЛИАНТЫ.

Для неограниченных камней предусмотрены отличные от ювелирных изделий механизмы защиты без клеймения. В первую очередь речь идет о поступающих из России в Беларусь на обработку якутских алмазах, а также о ввозимых в Россию бриллиантах, в которые на заводе "Кристалл" в белорусском Гомеле превращают добытые в Якутии алмазы.

Создание единого рынка ювелирных изделий будет способствовать сокращению времени перемещения украшений и драгоценных камней между странами, что положительно скажется на объемах продаж производителей и торговых сетей и принесет ощутимые результаты работы участникам ювелирного рынка обеих стран.



Изначально единый ювелирный рынок планировалось создать на всем пространстве ЕАЭС, но он так и не заработал.

"Даже сейчас, кроме Беларуси, ни одна из стран не готова к его созданию", - отмечает Владимир Збойков.

Белорусский рынок является самым интересным для российских производителей ювелирных изделий.

НА НЕГО ПРИХОДИТСЯ ПОЧТИ ЧЕТВЕРТЬ РОССИЙСКОГО ЭКСПОРТА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ.

В основном это готовые изделия из драгоценных металлов. К примеру, большинство цепочек из золота и серебра, поступающих в продажу в Беларуси, изготавливаются на российских предприятиях. Для российских ювелиров белорусский рынок - второй по размеру после Казахстана.

В свою очередь, около 40% бриллиантов, которые обработаны в Беларуси на Гомельском ПО "Кристалл", поставляются в Россию и используются российскими производителями ювелирных украшений.

JUNWEX

2026

G-922



МНЕНИЯ

"ПОКУПАТЕЛЬ СТАНОВИТСЯ БОЛЕЕ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫМ"

**СТАНИСЛАВ МАЗУРЧИК,
GRANT**

Ценовое давление стало одним из ключевых факторов 2025 года — как в оптовых, так и в розничных продажах. С начала года стоимость золота выросла более чем на 50%, что привело к пропорциональному росту себестоимости ювелирных изделий. На издержки также повлияли увеличение затрат на оплату труда, производство и логистику. В результате в большинстве заказов именно цена стала определяющим фактором.

Сейчас мы еще можем предлагать оптовые цены на бриллианты 0,3 карата от 40 000 и 0,5 карата от 75 000 рублей, но вскоре цена вырастет существенно.

По оценкам российских (Kept) и зарубежных аналитических агентств (ICRA, Индийское агентство инвестиционной информации и кредитного рейтинга), стоимость природных бриллиантов вырастет до 50% уже в течение этого года, а по ряду прогнозов — до 70–80% в течение 2026 года. Это формирует поведение „купить заранее“.

Как объяснить покупателю, что выращенный бриллиант потерял 90% стоимости, а на витрине осталась прежняя высокая цена? Кроме того, синтетический камень не имеет „второй жизни“: он не является активом, его невозможно перепродать или передать как ценность.



ОТДАЕМ бриллианты по ценам прошлого года

0,2 CT	20 500₽
0,25 CT	27 000₽
0,3 CT	40 000₽
0,5 CT	75 000₽
0,7 CT	180 000₽
1,0 CT	300 000₽



3 - 7 ФЕВРАЛЯ
СТЕНД G-301
EXPOFORUM

**НИЖЕ
НЕ БУДЕТ**

// СТАНИСЛАВ КОЛОСКОВ, «585 ЗОЛОТОЙ»

При снижении общего количества покупок мы наблюдаем уверенный рост выручки и увеличение среднего чека.

Вырос интерес к прозрачным ценовым предложениям, акциям и сервисным форматам, таким как рассрочка. В целом покупатель становится более вовлеченным и требовательным к качеству и смыслу покупки.



СЕРГЕЙ ДОКУЧАЕВ, «РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»

Человек, который привык приобретать ювелирные изделия в высоком ценовом сегменте, не пойдет в более низкий сегмент. Если женщина привыкла к бриллиантам, она не перейдет на фианиты. Скорее уж она сократит частоту покупок.

Бьет кризис в отрасли преимущественно по масс-маркету. В этом секторе конкуренция намного выше, в основном за счет ценовой политики. Особенно сильно на офлайн-продавцов давят маркетплейсы, которые предоставляют скидки и перетягивают трафик.



SOKOLOV

JUNWEX

3-4 февраля

2 этаж

ЗАЛ Н 22-24

ПОДАРОК

за отборку



// "ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ": РЕАЛИЗАЦИЮ УКРАШЕНИЙ ДРАЙВИТ ЛИШЬ ОНЛАЙН- СЕГМЕНТ

По данным Росстата, среднорозничные цены выросли на 22% в 2023 году и на 34% — в 2024-м. В 2025 году их рост замедлился, так как рынок достиг потолка эластичности спроса, что видно по динамике среднего чека, который кратно отстаёт от роста цен на сырьё.

"За 9 месяцев 2025 года средний чек на рынке прибавил всего 15% из-за изменения структуры массового спроса, который перетекает в серебряный сегмент, в сторону легковесных золотых изделий и изделий с лабораторно выращенными камнями. Игроки рынка вынуждены снижать маржу, менять ассортиментные матрицы и маркетинговые стратегии", — рассказывает CEO Sokolov Николай Поляков.



По данным "Чек Индекс", средний чек на ювелирные изделия и бижутерию в Петербурге в 2025 году составил 9866 рублей, что на 7% выше, чем в 2024-м. Число покупок при этом снизилось на 5%.

Эксперты аналитического центра "Чек Индекс" отмечают, что в сравнении с более высокой базой минувшего года на фоне общего снижения потребления происходит замедление продаж в категории ювелирных изделий и бижутерии. Это особенно заметно в офлайн-торговле.

"Реализацию драйвит лишь онлайн-сегмент, куда продолжает перетекать покупатель из офлайн-сектора", — уточняют эксперты.

Компания 47 Store работает в сегменте дизайнерских украшений из серебра и бижутерии — это локальные художники, малый бизнес. Основатель и управляющий партнёр 47 Store Екатерина Толстая рассказала, что в 2025 году для многих партнёров главным усложнением стало введение 5%-ного НДС (а вместе с этим бухгалтерской отчётности). С начала 2025 года общий объём продаж в 47 Store сократился примерно на 10–15%. В отношении 2026 года у предпринимательницы большого оптимизма нет. Ожидается в лучшем случае сохранение текущего уровня продаж.

"Стоимость украшений в рознице снова станет выше уже в феврале — цена на серебро выросла в 2,5 раза и вряд ли откатится к прежним позициям. Многие производства сейчас поставлены на паузу и ждут, как будут разворачиваться события. А некоторые уже рассчитывают новые цены исходя из тройной стоимости серебра по сравнению с прошлым годом", — подчёркивает Екатерина Толстая.

Кроме того, вводились всё новые механизмы для работы в системе маркировки драгоценных металлов. Это не просто увеличение налоговой нагрузки, но и дополнительные затраты на организацию, ИТ-решения и человеческий ресурс. Материалы и услуги специалистов становились дороже, а покупательская активность — ниже.

"При такой картине производителям остаётся только повышать цены. Маленькие производители вынуждены поднимать их, чтобы окупать



новые затраты на операционные нужды, — в среднем на 25–30%. Производствам побольше, у кого штат уже содержал нужных специалистов, проще — их прайс вырос в среднем на 10–20%", — говорит Толстая.

Основатель ювелирного бренда Mozi Jewelry Дмитрий Кузнецов говорит, что в его компании заложили рост цен на 15–30% по тем изделиям, где это возможно. Помимо металлов заметно подорожали турмалины, изумруды, сапфиры, редкие рубины и другие ценные и полудрагоценные камни.

На рынке бриллиантов ситуация иная, рост предложения синтетических камней создал серьёзную конкуренцию

натуральным. Это привело к снижению закупочных цен на природные бриллианты. При этом наблюдается сокращение запасов, что может повлиять на последующую динамику цен.

"Сейчас особенно активно развивается сегмент изделий с синтетическими бриллиантами. Благодаря активному маркетингу со стороны продавцов и достаточно высокой маржинальности как с точки зрения входа, так и выхода для клиента синтетические камни становятся всё более привлекательными", — добавляет он.

Владелец ООО "Диамида", член совета Ассоциации ювелиров Петербурга Армен Манукян акцентирует внимание на том, что помимо роста цен на драгметаллы существует слишком большое административное давление. В начале 2026 года несколько небольших производителей уже закрылись, но закрытия продолжатся и дальше. Региональные сети уменьшают количество магазинов, а малый бизнес в таких условиях просто не выживет, так как их клиенты очень чувствительны к цене ювелирных изделий.



«СЕГОДНЯ ВЫИГРЫВАЮТ НЕ САМЫЕ КРУПНЫЕ, А САМЫЕ СИСТЕМНЫЕ»

**ЗУМРУТ МАГОМЕДОВНА,
РИТЕЙЛ-ДИРЕКТОР
ЮВЕЛИРНОГО ДОМА
«ТРИМИАТА» (МАХАЧКАЛА)**

Мы видим, что закрываются неэффективные форматы – небольшие точки без сервиса, экспертизы и четкой концепции. При этом крупные, хорошо организованные магазины с сильной командой и сервисной составляющей чувствуют себя устойчиво.

Если перевести это на язык управленческих решений, в 2026

году для офлайна важны три опоры.

Первая – сервис как часть продукта. Ювелирная покупка всё чаще включает не только выбор украшения, но и обсуждение характеристик камней и металла, уход, гарантийные сценарии, будущий ремонт, реставрацию. То есть магазин становится «местом экспертизы», а не только «точкой продажи».

Вторая – понятная концепция и ассортиментная логика.

Третья – экономика точки и команда. Слабый формат проигрывает не потому, что «люди перестали покупать», а потому что не выдерживает конкуренции с маркетплейсами и сильным омниканальным ритейлом.

В 2026 ГОДУ КЛЮЧЕВЫМ СТАНОВИТСЯ НЕ КОЛИЧЕСТВО ТОЧЕК, А КАЧЕСТВО ПРОСТРАНСТВА: АССОРТИМЕНТ, НАВИГАЦИЯ, РАБОТА КОНСУЛЬТАНТОВ, СЕРВИСНЫЙ ЦЕНТР, ПОСТПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ.

Для рынка в целом это означает продолжение «сжатия» офлайна по количеству при одновременной борьбе за качество каждого контакта с клиентом.

Потребительское поведение заметно изменилось – и это одно из самых важных «правил» для следующего года.

ПОКУПКИ СТАЛИ БОЛЕЕ ОСОЗНАННЫМИ.

Клиент всё чаще задаёт вопросы о происхождении изделия, качестве камней, возможностях сервиса и дальнейшего обслуживания. Этот сдвиг складывается из нескольких причин. Рост среднего чека (в

2025 году, открытым данным, он достиг 9935 рублей) повышает цену ошибки: клиент хочет понимать, что именно он покупает и какие сервисные опции будут доступны потом. Одновременно с этим укрепляется цифровой сценарий выбора: покупатель заранее сравнивает предложения и приходит в офлайн уже «подготовленным».

Эксперт отмечает рост спроса на универсальные украшения с долгим жизненным циклом; изделия российских производителей; прозрачные условия покупки и сервиса; гибкие формы оплаты, включая рассрочку.

При этом эмоциональная составляющая покупки остается важной — ювелирные изделия по-прежнему связаны с семейными событиями и значимыми моментами жизни.

Региональные компании лучше чувствуют своего клиента, быстрее принимают решения и гибче адаптируются. В этом их сила.

Сегодня выигрывают не самые крупные, а самые системные. Те, кто умеет слушать клиента, работать прозрачно и думать на несколько шагов вперёд.



PRIMOSSA

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



стенд

G-710



ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД
ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ

PRIMOSSA.RU

НОВИНКИ

GRANT ПРЕДСТАВИТ НА JUNWEX НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ КРЕСТОВ

Дизайнеры компании усилили классическую форму актуальным прочтением: четкая геометрия, огранка «принцесса», минимум металла и максимум внимания бриллиантам.

Новая форма построена на принципе двойной структуры: внешний контур из камней меньшего размера и внутренний — из более крупных. Каждый элемент самодостаточен, но вместе они создают эффект глубины и объема.

Один кулон — как выверенный ритм. В сочетании — уже новая композиция. Украшение, которое легко рифмуется с деловым, вечерним и повседневным стилем.





АЛЬКОР ПРЕДСТАВИЛ НОВУЮ ТЕХНОЛОГИЮ RINFORZO

Название новой технологии Rinforzo происходит от итальянского «усиление» — и точно описывает принцип её работы. Паве из бриллиантов (ювелирная закрепка мелких вставок плотно друг к другу) располагается не рядом с центральным камнем, а под ним. Такая конструкция создает дополнительную подсветку главной вставки и многократно усиливает её блеск. Миниатюрный «зеркальный» каст отражает нижнюю часть бриллианта, позволяя ему сиять всеми 57 гранями.

«Rinforzo помогает бриллианту раскрыть максимум оптических свойств за счет подсветки снизу. Эффект «зеркала» в основании каста мы получили благодаря микрозакрепке бриллиантов на миниатюрные крапаны», — комментирует Юлия Борисова, технолог экспериментального отдела АЛЬКОР.



У KABAROVSKY ПОЯВИЛИСЬ БРОШИ С ФАКТУРНОЙ ЭМАЛЬЮ

Ювелирный Дом Kavarovsky представил броши в новой технике – фактурная эмаль.

Ювелирная/холодная эмаль – это техника нанесения эмалевых красок на поверхность золота и серебра равномерным слоем с краткосрочным запеканием

в печи при сравнительно невысоких температурах.

Ювелиры Kavarovsky искусно адаптируют эту технику-наследие великого дома Фаберже, облачая её в современное исполнение.



Вконтакте



Telegram

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com