



# Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

910 от 17 февраля 2026

- [www.junwex.com](http://www.junwex.com)



ВЫСТАВКИ

## "ВЫСТРАИВАЕТСЯ НОВАЯ ШЕРЕНГА ПРЕТЕНДУЮЩИХ НА УСПЕХ"...

ПОСЛЕВЫСТАВОЧНАЯ НЕДЕЛЯ - КАК ПАУЗА МЕЖДУ ВЗРЫВАМИ - ИСПОЛЬЗОВАЛАСЬ УЧАСТНИКАМИ ВЫСТАВКИ «JUNWEX ПЕТЕРБУРГ» ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ДАЛЬНЕЙШИХ ДЕЙСТВИЙ.

Одни игроки рынка затаились, выжидая более удачного момента. Другие используют торможение

конкурентов и выбирают более выгодные для себя позиции. Но как война рождает героев, так и кризисы способствуют выводу на рынок новых лидеров. Процесс изменения сегодняшнего строя лидеров мы прогнозировали еще до начала 2026 года. Сегодня наступили дни, когда выстраивается новая шеренга

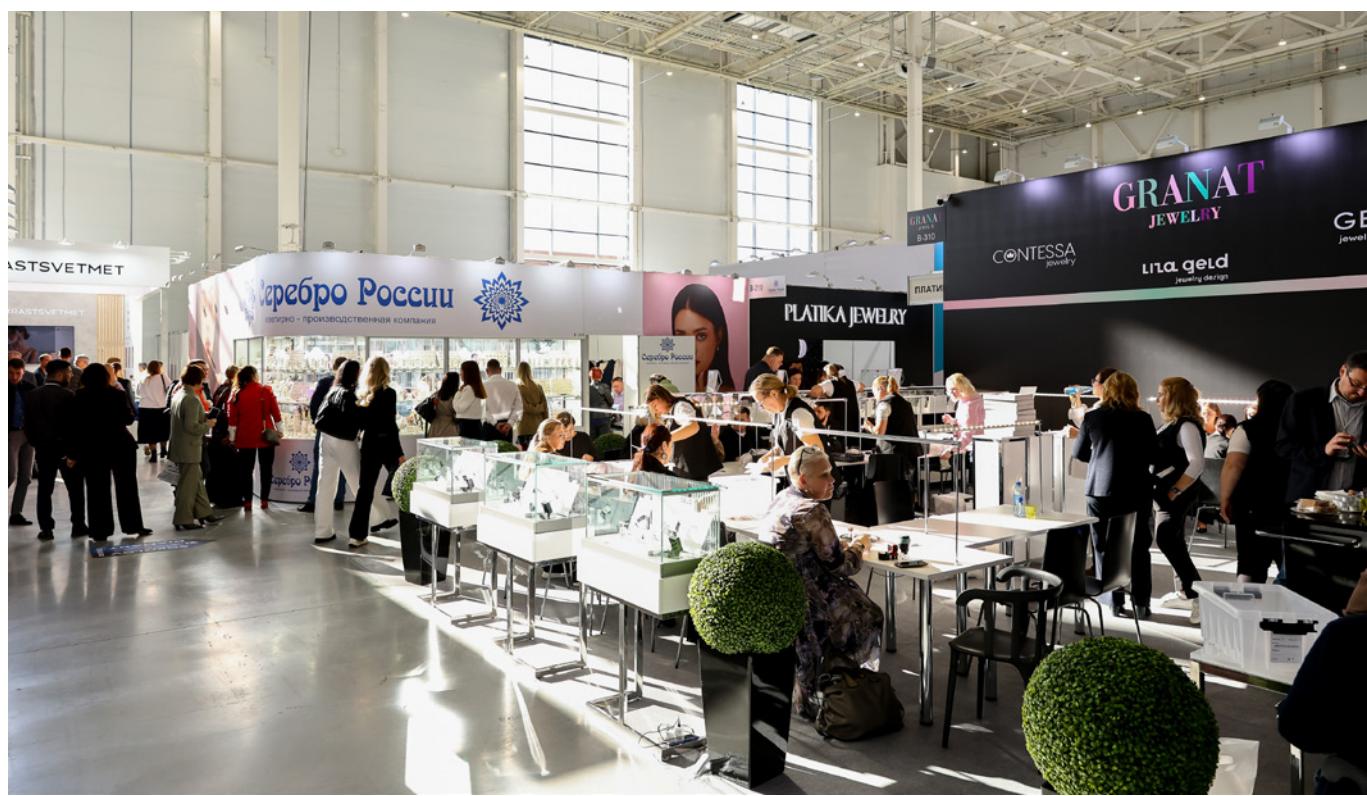
претендующих на успех. Это наглядно видно по формированию экспозиции следующей выставки «JUNWEX Новый Русский Стиль».

Стратегии занявших первые линии в экспозиции летней выставки явно претендуют на сохранение или улучшение своих позиций уже осенью. А к осени следует, видимо, готовиться к какому-то мирному исходу, соответственно,

и к какой-то более-менее стабильности в ценах на металлы и камни, а также в настроениях покупателей. Просто ждать удачу не получится. К ней надо готовиться, ее приближать.

Показателен рассказ одного из наших партнеров, пробующего разнопланово строить бизнес в нескольких отраслях:

*Говорят, «купили колхоз и четыре года удачно снимали урожай, но пришли чиновники и бандиты с требованием продать успешный бизнес - или отожмут...». Продали, что против ветра плювать... Приобрели новый в более перспективном и с погодой, и с условиями регионе. Не прогадали! А у высокосидящих с урками покупателей пятый год неурожайный. Удача благоволит правильной стороне!*



## ИМЕННО СЕЙЧАС ИДЕТ АКТИВНОЕ ФОРМИРОВАНИЕ ЭКСПОЗИЦИИ ВЫСТАВКИ JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ»

Мы ждем тех, кто хочет быть удачливыми и успешными, кто не сложил крылья и не опустил голову! С каждой такой компанией мы готовы работать индивидуально!

МЫ ОБЕСПЕЧИМ ВАШЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО!



БРОНЬ МЕСТА

**JUNWEX@JUNWEX.COM**



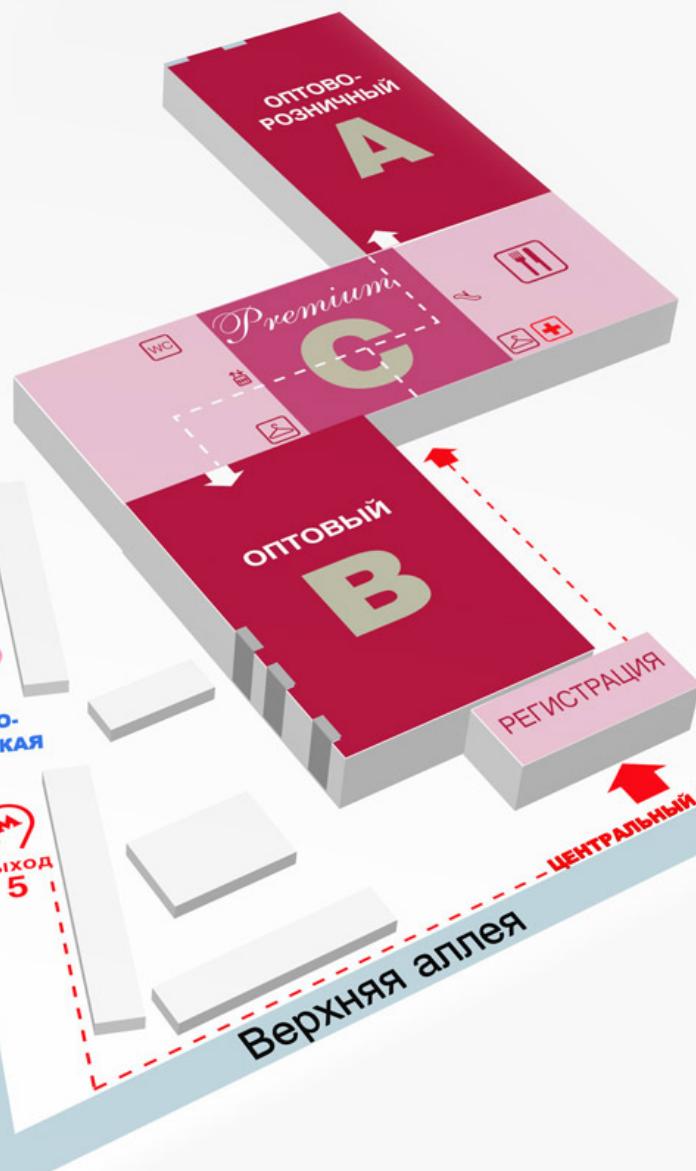
# JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

3–7 июня 2026

ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР

КОСТРОМСКОЙ  
ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД



- **5** минут пешком от станции метро "Петровско-Разумовская" (выход 5)
- **20** минут на такси до аэропорта Шереметьево
- **21** минута на авто от Садового кольца
- Удобная **парковка**

## РЫНОК

# С.КУКОЛЕВСКИЙ: НАЛОГИ И ГИИС ВЫТЕСНЯЮТ МАЛЫЙ БИЗНЕС

ЧЛЕН СОВЕТА ГИЛЬДИИ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ СЕРГЕЙ КУКОЛЕВСКИЙ – О ТОМ, КАК НАЛОГИ И ГИИС ВЫТЕСНЯЮТ МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПОЯВИЛАСЬ ЛИ НАДЕЖДА ПОСЛЕ СМЕНЫ КУРАТОРА В МИНПРОМТОРГЕ.



Должен сказать, что за мою более чем 35-летнюю работу в ювелирке, такой трудной выставки еще не было. Главный отрицательный момент – снижение продаж. С чем связано? Здесь вижу следующие факторы:

1 **Резкий рост цен** на драгоценные металлы (всю свою жизнь работаю с серебром и буду говорить о нем) более чем

в 3 раза!!! Из-за чего ювелирные изделия выросли в цене в 1,5-2 раза.

## 2 **Налоговая реформа**

– бич малого бизнеса, особенно ювелирного. Введение НДС для малого бизнеса (а что такое 20 млн для ювелирки!!!) ставит крест на малых предприятиях. Для низко маржинального бизнеса (а ювелирка относится именно к таким, где прибыли всего 5-10% даже у самых успешных предприятий и заложена она в материалы и товарные остатки) введение оборотного налога 5% - уже губительно, не говоря о 22% НДС для тех кто перевалит за 60 млн. введение НДС убивает малый и средний бизнес, оставляя маленькую нишу для микро бизнеса и давая простор ювелирным монополиям-монстрам.

### 3 Продукт труда

**ювелиров** – украшения, создание праздника, их покупают и дарят, когда хорошее радостное настроение. Сейчас же, когда СВО длится уже дольше чем ВОВ, настроение праздника, а, соответственно, и желание покупать ювелирку, у людей просто отсутствует. А инфляция и экономическая нестабильность отодвигают ювелирку все больше и больше на задний план в потребительской корзине.

### 4 Рост финансовой нагрузки

еще как-то можно было бы компенсировать снижением административного пресса, но чиновники из РФМ (самая страшная тайна в нашей стране – сколько преступлений (не правонарушений) раскрыто в ювелирной промышленности и торговле, сколько денег возвращено в бюджет и во что содержание РФМовских служак обошлось нашим налогоплательщикам), ФПП (которая из контролирующего органа самовольно взяла на себя и законодательную роль) боится потерять свою значимость и не дает перейти на самостоятельное клеймение золота, хотя опыт перехода на серебре показал себя очень положительно.

Главное ругательное слово у ювелиров – **ГИИС ДМДК**. За пять лет существования система так и не стала работающим инструментом: вместо облегчения учёта и прозрачности она создаёт бесконечные сбои, нагружает бизнес отчётностью и уже вытеснила с рынка тысячи предприятий. И до сих пор не работает как надо.

### 5 Неравноправное

**положение** отечественных производителей и импорта.

Когда для своих предприятий власти вводят все более и более тяжелые налоги и административные требования, а для импорта открывают ворота для беспошлинного ввоза изделий, в то же время облагая таможенными пошлинами ввоз необходимого для производства оборудования, инструмента, вставок, не производимых в РФ, хочется задать вопрос – из чьих рук вы кормитесь, господа чиновники? Стране нужна валюта, президент ратует за экспорт не сырьевой продукции, партнеры за границей заинтересованы в российской ювелирной продукции, но ФПП в крепкой связке с ФТС встали на пути экспорта.



Анна  
Anna

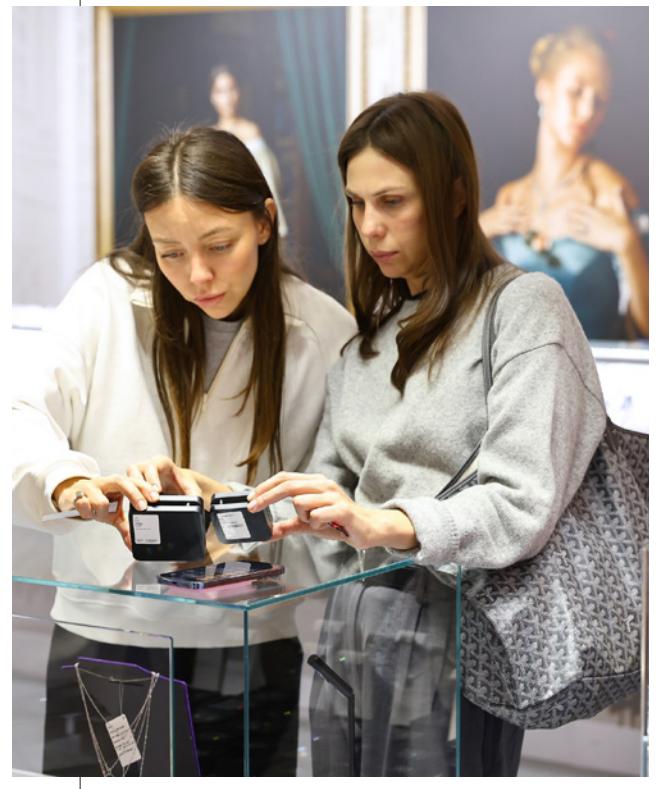
PLATIKA JEWELRY

УЧАСТНИК / EXHIBITOR

6 Есть еще аспект  
**монополизации рынка**

крупными корпорациями, но все прекрасно понимают, что это не про украшения, а про деньги. И если имена Фаберже, Хлебникова, Овчинникова, Перхина уже на столетия пережили своих носителей, то вспомним ли кто через десяток-другой лет современных ювелирных нуворишей?

**НО БЫЛИ И ПОЗИТИВНЫЕ СОБЫТИЯ, КОТОРЫЕ ПРОИЗОШЛИ В 2025 И НАЧАЛЕ 2026 ГОДА.**



1 Благодаря усилиям Ассоциации Гильдии Ювелиров России достигнуто соглашение о взаимном признании клейм с братским союзным государством республикой Беларусь.

2 Во многом благодаря личному вкладу Флуна Фагимовича Гумерова и Владимира Александровича Збойкова достигнуто взаимопонимание между ювелирами и Минфином в лице начальника департамента драгметаллов Минфина Юлии Александровны Гончаренко.

3 Самое последнее событие, вселяющее хорошие надежды – отделение ювелиров от добытчиков и аффинажников драгоценных металлов и передача в департамент легкой промышленности, встреча с руководителем которого Кусковым Дмитрием Александровичем состоялась на выставке. Дмитрий Александрович внимательно выслушал высказанные наболевшие проблемы, и ответил, что «будем решать совместно».

На совместном заседании Гильдии Ювелиров России и

Клуба Российской Ювелирной Тогровли поднимались и другие вопросы, в частности о государственном регулировании цен на ювелирные изделия в целях борьбы с демпингом со стороны крупных производителей. Хочется крикнуть: «Коллеги, окститесь!» Мы живем и работаем в рыночном поле, может быть кривом и хромом. Вы же предлагаете государству вмешиваться в вашу экономическую деятельность еще и в аспекте ценообразования. А ему палец покажи, оно и руку откусит. Крупняк выдюжит, а вот малым это будет гораздо сложнее.

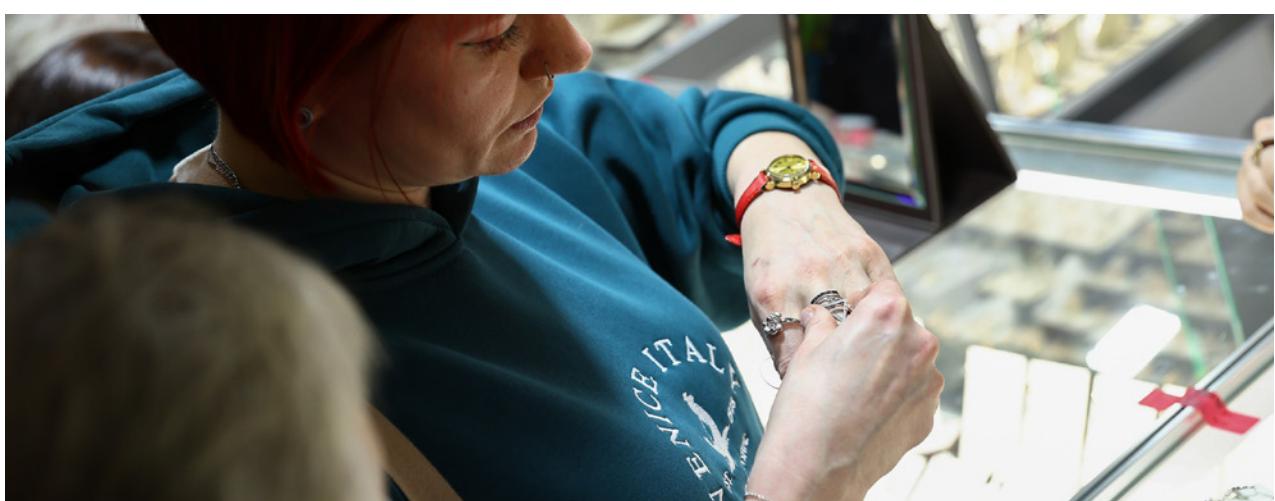
## ПОДНИМАЛСЯ И ВОПРОС О ПРОДАЖЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЧЕРЕЗ МАРКЕТПЛЕЙСЫ.

Единого мнения по этому вопросу пока нет, я же считаю, что любой пункт выдачи должен работать в тех же условиях, что и ювелирный магазин, быть на учете в ГИИС ДМДК и выполнять все требования закона, распространяющиеся на ювелирные магазины.

Не раз видел, когда покупатели заказывают на маркетплейсе десяток, а то и более ювелирных изделий, выбирают и покупают одно, а пункт выдачи работает по сути как ювелирный магазин, аргументируя свое право на торговлю наличием разрешения у головного предприятия.

В то же время перемещение ювелирных изделий из одного территориально обособленного подразделения в другое в торговой сети обязательно отображается в ГИИС ДМДК.

Также зачастую со стороны некоторых предприятий раздаются претензии, что «Гильдия ничего для них не делает». Это очень удобно, ни за что не отвечать, ни за что не платить, ничего не делать и требовать, чтобы это делали другие. И члены Ассоциации Гильдия Ювелиров России своими силами и за свои средства борются за всех и являются единственным общественным объединением ювелиров, к которому прислушивается власть.



По данным Федеральной промышленной палаты, 2025 год.

# Главные ПРЕМЬЕРЫ сезона

0,2 ct	20 500 ₽
0,3 ct	40 000 ₽
0,7 ct	180 000 ₽

0,25 ct	27 000 ₽
0,5 ct	75 000 ₽
1,00 ct	300 000 ₽

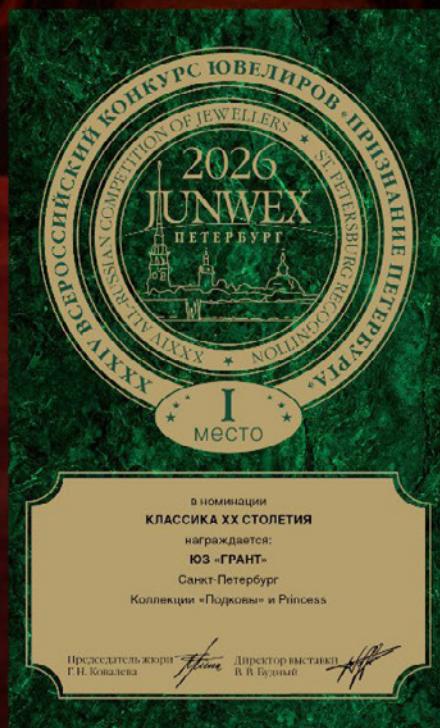


53 грани ловят свет.  
Золото скрылось за линией  
бриллиантов – на сцене остаётся  
только сияние.

Лимитированная  
капсула

**PRINCESS**

53 ГРАНИ СИЯНИЯ



Каждый из трех контуров этого  
украшения – самодостаточный  
герой. Но если соединить вместе  
эти эффекты ослепительный

Минимум металла.  
Максимум бриллиантов.

**КРЕСТЫ**

ТРИ ФОРМЫ – ТРИ РОЛИ

Оптовая цена на природные бриллианты 3/6А. Без учета стоимости металла, без НДС. Не является публичной офертой. Предложение ограничено.



[www.grantgold.shop](http://www.grantgold.shop)



+7 812 449 35 01



[hello@grant.gold](mailto:hello@grant.gold)



# В ФЕВРАЛЕ В РФ ВЫРОСЛИ ПРОДАЖИ ПОМОЛВОЧНЫХ КОЛЕЦ

ТРАДИЦИОННОЕ ДЛЯ ФЕВРАЛЯ ОЖИВЛЕНИЕ НА РЫНКЕ ПОДАРКОВ В 2026 ГОДУ ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛО НОВЫЙ ТРЕНД: РОССИЯНЕ НЕ ПРОСТО ПОКУПАЮТ УКРАШЕНИЯ К ПРАЗДНИКАМ, А ИНВЕСТИРУЮТ В СЕРЬЕЗНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ДОРОГИЕ ИЗДЕЛИЯ.

Аналитики «ЮMoney» и специалисты ювелирного бренда Sokolov изучили продажи ювелирных изделий за первые десять дней февраля. Выяснилось, что с 1 по 10 февраля 2026 года значительно вырос спрос на обручальные кольца, а средний чек на все категории ювелирных изделий стал выше, чем в январе.

По данным аналитиков «ЮMoney», ювелирные украшения — одни из самых популярных подарков на гендерные праздники. Только с 1



по 10 февраля аналитики сервиса отметили рост среднего чека в категории «Ювелирные украшения и часы»: он стал на 41% выше по сравнению с январём и составил 14 234 рубля.

**Эксперты связали это с изменением подхода к праздникам.**

Украшения становятся универсальным финансовым и

эмоциональным вложением не только ко Дню влюбленных, но и в преддверии 23 Февраля и 8 Марта. По данным Sokolov, помимо традиционных колец и серег, в этом году особую популярность обрели браслеты и колье, спрос на которые наиболее высок в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге.

Региональные различия в продажах отражают разную динамику готовности к созданию семьи. Согласно данным аналитического центра Sokolov, с 1 по 10 февраля 2026 года абсолютным лидером по росту интереса к помолвочным кольцам стал Калининград. Здесь продажи в денежном выражении подскочили на 51% относительно аналогичного периода 2025 года.

Тенденция прослеживается и в других регионах, хотя и с меньшей амплитудой. В Сочи, который традиционно считается городом для романтических путешествий, продажи в деньгах увеличились на 28%, в Екатеринбурге — на 14%, в Казани — на 10%. Замыкают список городов с положительной динамикой Саратов (+3%) и Челябинск (+1%).

Меняются и предпочтения в материалах. Если обручальные кольца россияне по-прежнему выбирают из классического красного золота, то для помолвки

в 40% случаев покупают изделия из белого золота. Большинство пар отдают предпочтение лаконичным моделям с природными бриллиантами или изделием без вставок.

**На фоне общего роста рынка средний чек на помолвочные кольца по России увеличился на 47%, составив 25 100 руб.**

Аналитика сервиса за весь 2025 год показала, что наиболее динамичный рост в категории ювелирных украшений демонстрирует средний бизнес. В 2025 году по сравнению с 2024-м оборот ювелирных магазинов с выручкой до 15 млн рублей в месяц стал в два раза больше. При этом число оплат выросло на 68%, а средний чек увеличился на 32%, достигнув 21 871 рубля.

Крупные площадки (с оборотом от 15 млн рублей) делают ставку на премиализацию: их оборот вырос на 53%, а средний чек показал рекордный рост на 42%, составив 39 535 рублей, при умеренном увеличении числа транзакций на 8%. Небольшие ювелирные магазины (оборот до 1 млн рублей) также чувствуют себя уверенно: их годовой оборот увеличился на 56%, число платежей — на 52%, а средний чек продемонстрировал стабильность, прибавив 3% (до 11 558 рублей).

# ТАСС: БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ ОПРОШЕННЫХ СЧИТАЮТ УКРАШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЕЙ

ПРИ ЭТОМ КАЖДАЯ ПЯТАЯ РОССИЯНКА СЧИТАЕТ ПОКУПКУ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ НАДЕЖНЫМ СПОСОБОМ ВЛОЖЕНИЯ ДЕНЕГ, А ТРЕТЬ РАССМАТРИВАЮТ ПОДОБНЫЙ ВАРИАНТ НАКОПЛЕНИЯ, ОДНАКО ОТНОсят ЕГО К СПИСКУ РИСКОВАННЫХ.

Об этом свидетельствуют результаты совместного исследования группы "Ренессанс страхование" и ювелирного бренда Sokolov.

Отмечается, что свыше трети (41%) опрошенных обладают собственной коллекцией ювелирных украшений. У каждой четвертой из них коллекция насчитывает не более 5 различных предметов, почти половина (48%) собрали коллекцию из 6-10 изделий, а 26% - свыше 10 украшений. Основу ювелирной

коллекции большинства (62%) россиянок составляют украшения из золота, 14% отдают предпочтение серебряным украшениям, а треть выбирает аксессуары любых металлов исключительно с драгоценными камнями. Более половины (58%) всех респонденток пока не обзавелись собственной ювелирной коллекцией, а каждая пятая из них мечтает об этом.

Подавляющее большинство (76%) участниц опроса, обладающих коллекциями драгоценностей, никогда не оценивали их стоимость. Каждая шестая примерно представляет, сколько стоит ее коллекция, а точную оценку проводили лишь 5% опрошенных. Тем респонденткам, которые имеют представление о стоимости своих украшений, предлагалось оценить свою

коллекцию. Каждая пятая назвала сумму в пределах 100 тыс. рублей, 37% отметили, что их коллекция стоит 100-300 тыс. рублей, 22% - 300-500 тыс. рублей, а шестая часть назвали суммы свыше 500 тыс. рублей.

Треть обладательниц ювелирных коллекций убеждена, что совокупная стоимость всех украшений со временем только выросла, 42% не заметили значительных изменений, и лишь 8% опрошенных сообщили о снижении стоимости.

Наибольшее число обладательниц дорогостоящих ювелирных

коллекций насчитывается среди опрошенных в возрасте от 36 до 45 лет - 58% из них сообщили, что общая стоимость их украшений составляет более 300 тыс. рублей. Среди участниц опроса в возрасте 18-25 лет подобные суммы назвали менее одного процента, среди опрошенных в возрасте 26-35 лет дорогостоящие коллекции есть у 46%, а в возрастной группе от 46 лет - у 38%.

Исследование проводилось методом онлайн-анкетирования среди 1 204 жительниц крупных городов России.





# "РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА": ПРОИЗВОДИТЕЛИ МЕНЯЮТ АССОРТИМЕНТ ИЗ-ЗА ПОДОРОЖАНИЯ ДРАГМЕТАЛЛОВ

Российский ювелирный рынок меняется под воздействием резкого роста стоимости драгоценных металлов. Спрос смещается в сторону серебра, легковесных золотых изделий и украшений с синтетическими камнями.

Рост стоимости золота и серебра подстегивает цены на ювелирные изделия, так как их производители не могут продавать украшения ниже стоимости самого металла, говорит исполнительный директор Ассоциации "Гильдии ювелиров России" Владимир Збайков.

Даже если речь идет об изделиях, изготовленных еще до сильного подорожания золота и серебра, вырученные за них деньги должны покрыть приобретение новых материалов, поясняет он. Поэтому занижать цены производители не могут.

С января 2023 года по декабрь 2025 года учетная цена ЦБ РФ на золото выросла в 1,6 раза, а на серебро - более чем в 2,5 раза. Такая динамика отражается на розничных ценах. Например, в простом изделии без вставок доля металла в себестоимости достигает 75-80%, рассказал CEO SOKOLOV Николай Поляков.

Многие покупатели, которые раньше выбирали недорогие ювелирные изделия из золота, перешли на украшения из серебра. "Российский рынок ювелирной розницы в натуральном выражении уже давно серебряный", - утверждает Николай Поляков.

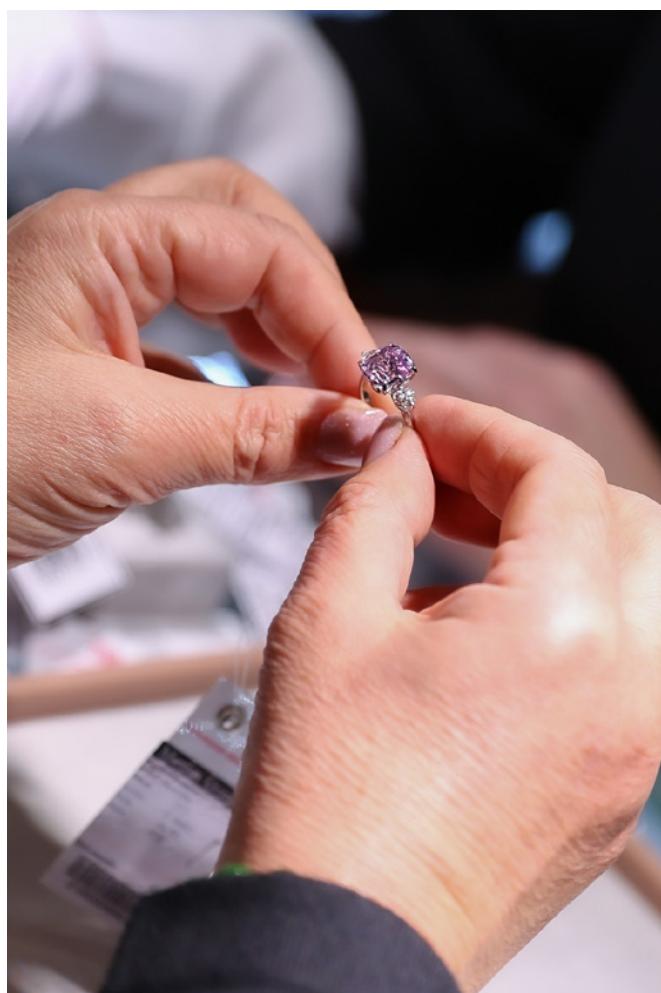
**БОЛЕЕ 75% ОБЪЕМА ПРОДАЖ В КОЛИЧЕСТВЕННОМ ВЫРАЖЕНИИ ПРИХОДИТСЯ НА ИЗДЕЛИЯ ИЗ СЕРЕБРА.**

В денежном выражении пропорция обратная в силу большей стоимости золота.

Несмотря на рост стоимости драгметаллов, средний чек на ювелирные изделия вырос всего на 10%, до 9952 рублей.

*"Изменилась структура массового спроса, который перетекает в серебряный сегмент, в сторону легковесных золотых изделий и изделий с лабораторно выращенными камнями", - говорит Николай Поляков.*

Доля выращенных бриллиантов в общем объеме продаж изделий с драгоценными вставками в компании за два года выросла с 2 до 25%.



В ближайшем будущем стоимость ювелирных изделий с синтетическим бриллиантами будет снижаться, так как цена на них сильно завышена, считает Збойков.

*"Синтетический бриллиант в один карат стоит сегодня около 100 долларов, а природный - около 5 тысяч долларов. При этом цена синтетических камней у производителей упала в 10 раз за последние три года. А цена этих же камней в составе ювелирных изделий - в лучшем случае раза в три", - рассказывает он.*

Люди привыкли, что бриллиант не может стоить дешево, и готовы переплачивать за камень, хоть и синтетический. Но снижение стоимости украшений с синтетическими бриллиантами - лишь вопрос времени, считает Збойков.

Ювелирные компании в России целенаправленно уменьшают вес изделий, чтобы сохранить их ценовую доступность для покупателей.

**ЕЩЕ ОДИН ТРЕНД РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ - ЕГО УХОД В ОНЛАЙН. ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ ПРОДАЕТСЯ ПРИМЕРНО КАЖДОЕ ПЯТОЕ УКРАШЕНИЕ.**

"Пробирная палата все силы прикладывает, чтобы любая продажа через маркетплейсы шла тем же путем, что и в стрит-ретейле. То есть обязательная постановка участников торговли на учет в Федеральной пробирной палате, обязательная регистрация через систему ГИИС ДМДК", - говорит Владимир Збойков.







КОМПАНИИ

# ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ РАЗРАБОТАЛ ТЕХНОЛОГИЮ НАНЕСЕНИЯ ПОТАЛИ НА ЯНТАРЬ

Калининградский янтарный комбинат создал изделия, в которых впервые соединил солнечный камень и поталь. Этот декоративный материал используется для имитации позолоты и серебрения в живописи и интерьере. Специалисты предприятия разработали технологию нанесения потали на балтийский янтарь.

Поталь представляет собой сплав меди с цинком или алюминием, раскатанный в тончайший лист. Материал позволяет добиться визуального сходства с сусальным золотом и серебром. В новой коллекции украшений комбината поталь выступает в дуэте со светлым янтарем и камнем темных оттенков. Сплавом декорированы кольца и подвесы в виде янтарных сердец.

Новая технология нанесения позволила добиться особенно тонкого и равномерного покрытия. Тончайшие хлопья потали художник наносит непосредственно на камень при помощи кисти и специального клеящего состава. Затем декор лакируется и отправляется под ультрафиолет на просушку. Толщина покрытия составляет всего 20 микрон.

*«Технология позволяет наносить поталь прямо на янтарь, не повреждая камень. Сплав не содержит в составе драгоценных металлов, при этом визуально покрытие неотличимо от настоящей позолоты и серебрения, а себестоимость изделий снижается вдвое. Кроме того, метод открывает новые возможности для дизайнеров изделий с балтийским самоцветом», – отмечает зам.директора Янтарного комбината Майя Скворцова.*

Помимо украшений, художники комбината экспериментируют с поталью и при создании сувениров. Например, декоративный сплав использован в скульптуре «Тигрица с тигренком» из темного прессованного янтаря. По принципу цветовой инверсии полоски у животных в этой композиции, наоборот, светло-золотистые. Этот эффект мастера передали с помощью золотой потали.



*Love is...*

# GRANT ПРЕДСТАВИЛ СЕРИЮ ОТКРЫТОК «ЛЮБОВЬ В ПЕТЕРБУРГЕ»

Петербургский ювелирный завод GRANT ко Дню всех влюбленных выпустил серию открыток-вкладышей, вдохновленных культовым форматом Love is...

Проект получил название «Любовь в Петербурге» и стал интерпретацией знакомых романтических мини-историй.

Любовь проявляется в узнаваемых действиях влюбленных, городских маршрутах, сценариях свиданий.

В серию вошли шесть иллюстраций с сюжетами о любви с петербургским характером: от прогулок вдоль каналов до совместного пережидания дождя и признаний у разведенных мостов.

Проект стал продолжением концепции GRANT «Бриллиантовый Петербург»: бренд исследует город через призму чувств, историй и эмоций.



**love is...**  
Любовь в Питере это...  
...понять все намёки и выбрать  
“то самое” кольцо.



**Любовь в Питере это...**  
...делить один зонт и вместе  
промокнуть до нитки.



Вконтакте



Telegram

**JUNWEX**  
Отраслевой медиа-холдинг  
(812) 303 98 69

[press@rjexpert.ru](mailto:press@rjexpert.ru)  
[www.junwex.com](http://www.junwex.com)