



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

932 от 21 июля 2026

• www.junwex.com

ИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАПАСОВ ОСТАЛОСЬ **ЛИШЬ ТЕРПЕНИЕ**



В.Будный, руководитель
медиахолдинга JUNWEX

Прочитал статью П. Махаринского (GIOME) [«Как борьба за прозрачность превращается в борьбу за словарь»](#) с рассуждениями о лабораторных бриллиантах, отражающую на самом деле всю суть нашего сегодняшнего государства.

Похоже, все, что говорится чиновниками, никак не соответствует их действиям и очень далеко от реальности. Мы уже это проходили в горбачевские времена, оставшиеся в памяти только благодаря появлению множества новых терминов и пустой говорильне, а закончившиеся полным крахом.

Ощущение, что власть ЕЩЕ не поняла, что страна изменилась, а народ УЖЕ в этой стране живет, потому понимает все по-своему.

И касается это всего происходящего на наших глазах - и во внутренней политике, и во внешней. Это так называемые «красные линии», как уже укоренилось в нашем сознании, - когда мы только говорим, а не делаем ничего соответствующего их преодолению. А если что и делается чиновниками, то лучше бы не делалось вообще, поскольку приносит лишь обратные результаты, как мы ясно видим на примере ювелирного рынка. Расширять примеры - себе дороже, станешь врагом и преступником. Но они ежедневно с нами по жизни, и все всё понимают. Лишь «пустые» чиновники показывают свою ненасытность, набивая кошельки, разбирая в госмеханизме последнее, хотя каждый уже воспринимает их как будущих сидельцев.

Бизнес в России «сжался» до минимума за 17 лет.

За январь-июнь 2026 г. в стране зарегистрировано 66.7 тыс. новых коммерческих предприятий - на четверть меньше, чем год назад. Закрылось при этом 118.7 тыс. компаний. Растет только среднестатистическая зарплата,

а с ней - себестоимость продукции и падение уровня жизни. По производству тоже падение. Только за 1 полугодие 2026 года - по золоту в штуках - минус 11,5%. По серебру в штуках - минус 13,5% (к предыдущему полугодю).

Вместе с человеческими потерями на полях сражений падает численность россиян, пустующие города и деревни в регионах становятся нормой жизни.

ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК

Как выставочник напомним вам о былом: когда-то наши ювелирные выставки были в три-четыре раза крупнее сегодняшних. А ведь выставки - зеркало рынка, и они показывают наглядно, как он мельчает. Хотелось бы пожелать чиновникам чаще посещать такие мероприятия: может быть, эта режущая глаз наглядность их убедит в справедливости народной тревоги.

Да, я в прошлом еженедельнике уже говорил о письме в адрес Федеральной Пробирной



палаты с предложением вместе с общественностью бороться с рысующими вокруг выставки «левыми» продавцами ювелирной продукции. Ответа мы пока не получили. Но с руководством Гильдии ювелиров России и Клуба «Российская Ювелирная Торговля» уже наметили планы искоренения этого явления. С полицией также есть общее понимание действий. Ждем ответ от куратора отрасли, который, как никто другой, должен быть заинтересован в совместной борьбе за очищение рынка.

Настроение – «мозг на вынос - страна вразнос!» Я солдат по натуре, но такие настроения захлестывают все чаще. Может, это понедельник навевает? Понедельник, как известно,

день тяжелый... А, может, в понедельник, их мать! Родила?! Как оптимист понимаю: не вся система прогнила. Многие украли.

Теперь по-новому осмысливаю слова Ильича: «Шаг вперед, два шага назад».

Пора вернуться и возвращать украденное! Как говаривал классик: «Настоящая демократия - не та, где за ошибки дураков платят все, а та, где каждый дурак платит за свои ошибки сам». А они украли у страны стратегическую перспективу.

Из стратегических запасов осталось лишь терпение. Но и оно заканчивается.

XXII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX
МОСКВА

23–27 СЕНТЯБРЯ 2026

Москва, **ВДНХ**

WWW.JUNWEX.COM

СРЕДНИЙ СЕГМЕНТ В ОТРАСЛИ ИСЧЕЗАЕТ?

РОССИЙСКИЙ
ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК
ПЕРЕЖИВАЕТ СТРУКТУРНУЮ
ТРАНСФОРМАЦИЮ:
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС
ПОСТЕПЕННО СМЕЩАЕТСЯ
ЛИБО В МАССОВЫЙ СЕГМЕНТ,
ЛИБО В ПРЕМИАЛЬНЫЙ, ТОГДА
КАК СРЕДНИЙ ЦЕНОВОЙ
СЕГМЕНТ СОКРАЩАЕТСЯ.

Об этом заявили участники ток-шоу «Ювелирный рынок — 2026: состояние, тренды и прогнозы», которое прошло в Екатеринбурге.



Отрасль переживает период, который эксперты называют «сырьевым шоком».

По представленным на форуме данным, за последнее время учетная цена золота выросла на 25%, а серебра — на 89%, что уже привело к заметным изменениям как в производстве, так и в структуре продаж.

«Эксперты называют этот период серебряным ренессансом, поскольку доля серебра в продажах составляет 71%. А что произошло с золотом?

Произошло облегчение веса в масс-маркете. Мы наблюдаем наличие пустотелых изделий на полках магазинов.

А в премиум-сегменте произошла диверсификация, продажа слитков и монет как инвестиционной составляющей. И, в принципе, ориентация потребителя на ювелирный сектор, как на источник инвестиций», — сказала Ю. Кожевникова, модератор дискуссии.

По ее словам, объем российского ювелирного рынка достиг 493 млрд руб. При этом его рост обеспечивается

главным образом увеличением среднего чека и инвестиционным спросом, тогда как физический объем продаж снижается.

«Темп роста снизился до 7,3% против 25% в прошлом году. То есть физический спрос в штуках у нас относительно прошлого года упал. И все происходит, еще раз повторюсь, за счет роста среднего чека и инвестиционной составляющей. То есть рынок действительно находится в очень интересной ситуации.

Самая интересная история — это про исчезновение среднего сегмента потребления. То есть либо масс-маркет и рост маркетплейсов, либо рост высокого премиума с драгоценными камнями высшей пробы и инвестиционной составляющей. И на этом фоне у нас появляются синтетические бриллианты», — отметила она.

По словам участников дискуссии, изменение структуры рынка уже влияет на стратегии производителей.

Компании все чаще делают ставку на авторский дизайн, эксклюзивные изделия, высокий уровень сервиса и работу с природными драгоценными камнями, поскольку именно эти факторы позволяют сохранять конкурентоспособность в условиях роста себестоимости продукции.

Вместе с тем эксперты отметили, что дополнительным вызовом для отрасли становится развитие рынка лабораторно выращенных бриллиантов, которые усиливают конкуренцию в отдельных сегментах ювелирного рынка.

По мнению участников форума, дальнейшее развитие отрасли будет зависеть как от динамики цен на драгоценные металлы, так и от способности производителей предлагать покупателям уникальные продукты и дополнительные сервисы.

РБК: ПЕРМЯКИ ПЕРЕХОДЯТ **С ЗОЛОТА НА СЕРЕБРО** ИЗ-ЗА РОСТА ЦЕН

За год цена грамма золота в России выросла на 22,6%, сообщает ЦБ РФ. Это напрямую повлияло на стоимость ювелирных украшений. Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» ПНИПУ Юлия Карпович в беседе с РБК Пермь отметила, что активный рост цен на золото и серебро — следствие глобальных экономических и геополитических событий. Инвесторы выводят средства из акций и облигаций в более стабильные активы, что толкает цены на драгметаллы вверх.

«Если на мировом рынке цена на золото растёт, она будет расти и в ювелирном сегменте», — пояснила эксперт.

Переход потребителей на серебро, по её словам, объясняется доступностью: при сокращении реальных доходов серебряные украшения становятся более реальным вариантом для подарка или покупки.

По её мнению, тенденция к росту спроса на серебро сохранится, если доходы населения не начнут расти. Рост выручки ювелирных магазинов в денежном выражении не отражает реального увеличения продаж в штуках — украшения просто стали дороже. Эксперт уверена, что рынок напрямую отражает настроения потребителей: в условиях нестабильности люди выбирают необходимое, а не роскошь.

MUST HAVE

Предлагаем участникам выставки «JUNWEX Москва» следующие возможности для рекламы и продвижения в рамках выставки с целью максимального привлечения внимания посетителей к стенду и продукции.

Интернет



Обложка в электронном еженедельнике «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ».

+
Один рекламный модуль в электронном еженедельнике «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

Даты рассылки
по согласованию.

Макет для еженедельника
Формат 210×297 мм
*.ai, *.eps, *.jpg, *.pdf

Логотип на плане в путеводителе выставки



Путеводитель выставки «Лучшие украшения в России» выдается каждому посетителю выставки и распространяется: курьерская рассылка по Москве; салонах красоты, фитнес-центрах, более 100 несетевых кофеен, баров и ресторанов; вместе с газетой «Метро»

Срок подачи
заявок и материалов
до 30 августа 2026 г.

Тираж 75 000 экз.
Формат А3
*.ai, *.eps

Логотип на плане выставки в зале



В выставочных павильонах, в главном холле, а также в зонах регистрации установлены планировки выставки со списком участников. Разместите на планировке Ваш логотип — это станет сигнальным флагом для клиента — Ваш стенд ЗДЕСЬ!

Срок подачи
заявок и материалов
до 30 августа 2026 г.

Формат 900×1400 мм
*.ai, *.eps

15 500 руб. + 10 500 руб.

36 000 руб.

10 500 руб.

СТОИМОСТЬ ПАКЕТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ MUST HAVE

51 000 руб.

ГРЯДУЩЕЕ УЖЕСТОЧЕНИЕ НАДЗОРА РИСКУЕТ ВЫТЕСНИТЬ МЕЛКИЕ ЛОМБАРДЫ

ЗА 2026–2028 ГГ. КОЛИЧЕСТВО РАБОТАЮЩИХ В РОССИИ МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (МФО) СОКРАТИТСЯ ВДВОЕ ПО СРАВНЕНИЮ С ТЕКУЩИМ УРОВНЕМ.

Об этом говорится в новом обзоре рейтингового агентства «Эксперт РА». По данным ЦБ, сейчас в России 833 МФО.

Основная причина такого сокращения – последовательное ужесточение регулирования отрасли.

За 2024 г., согласно данным ЦБ, количество действующих МФО сократилось с 1014 до 902, т. е. примерно на 11%. За 2025 г. их число уменьшилось на 6,7% до 842.

При этом в 2026 г. рынок ломбардов установит новые рекорды по объему выдачи и портфеля: они увеличатся на 35 и 50% и достигнут 556,2 млрд и 151 млрд руб. соответственно.

Последовательное повышение портфеля позитивно повлияет на динамику прибыли, которая вырастет на 60% и достигнет 20,4 млрд руб. Портфель займов ломбардов в I квартале 2026 г. достиг 117 млрд руб. и вырос на 35% относительно прошлого года, говорилось в обзоре ключевых показателей микрофинансовых институтов Банка России.

Чистая прибыль составила 5,1 млрд руб., показав рост на 29%. Общая рентабельность капитала (ROE) отрасли остается на уровне 33%, но

при этом медианный показатель рентабельности упал до 8,5% (годом ранее он составлял 12,5%).

Росту рынка на горизонте двух следующих лет будет способствовать увеличение цены золота, которое обусловлено повышенной вероятностью снижений ставки Федеральной резервной системы и сохранением стабильной покупки со стороны центробанков.

Дополнительным фактором станет ужесточение регулирования сектора микрофинансовых организаций (МФО), которое ограничит выдачу займов новым клиентам. Но рынок МФО быстро адаптируется к новым требованиям и масштабного перетока клиентов из МФО в ломбарды не произойдет, говорится в обзоре.

Основные факторы риска на рынке ломбардов включают сохранение значительного объема нелегального сегмента, высокий потенциал усиления регуляторной нагрузки и волатильность цен на золото и другие драгоценные металлы, принимаемые в залог, говорится в материале «Эксперт РА».

По оценке Минфина РФ за 2025 г., около четверти участников рынка драгоценных металлов осуществляли деятельность нелегально, что формирует недобросовестную конкуренцию для легальных ломбардов. Но ужесточение регулирования ломбардной отрасли может привести к увеличению операционных расходов или оказать давление на маржинальность выдаваемых займов, считает агентство.

ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ

ФИНАНСОВОГО РЫНКА
НА 2026–2028 ГГ.
ПРЕДУСМАТРИВАЕТ ДЛЯ
СЕКТОРА СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ
САМОРЕГУЛИРУЕМЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ (СРО),
ЧЛЕНСТВО В КОТОРЫХ
СТАНЕТ ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ ДЛЯ
ЛОМБАРДОВ С РЕГУЛЯРНОЙ
УПЛАТОЙ ВЗНОСОВ
И ПРЕДСТАВЛЕНИЕМ
ОТЧЕТНОСТИ.

Эта мера может ускорить уход с рынка небольших компаний, не входящих в финансовые группы, а также окажет ограниченное влияние на общую прибыльность отрасли, говорится в материале «Эксперт РА».

На прибыльность ломбардов повлияет не столько членский взнос в СРО, сколько в целом усиление регуляторного давления и необходимость соответствия базовым стандартам в области управления рисками, защиты прав потребителей финансовых услуг и др., уточнил старший директор по рейтингам кредитных институтов агентства «Эксперт РА» Иван Уклеин.

Для соответствия правилам игры, сопоставимым с банковским и микрофинансовым рынками, потребуется перестройка бизнес-процессов и технологий, пояснил он. Кроме того, проверки СРО потребуют выделения дополнительных ресурсов. В результате многие небольшие независимые игроки будут вынуждены покинуть рынок.

Дальнейшее развитие рынка будет связано с рыночными факторами – ослаблением рубля и динамикой биржевых цен на драгметаллы, считает генеральный директор «Неоломбарда» Марина Бражникова.

В 2026 г. на рынке ломбардов продолжится тренд прошлого года, когда объем выдач займов вырос на треть, превысив 400 млрд руб., рассказал представитель Национального объединения ломбардов.

Рост кредитного портфеля рынка на 50% – маловероятный сценарий, считает председатель правления Региональной ассоциации ломбардов Людмила Грибок.

Сфера ломбардов может демонстрировать уверенный рост кредитного портфеля только в случае увеличения цен на золото, поскольку 95% участников рынка принимают в залог ювелирные изделия из драгметаллов и драгоценней, пояснила она.

Отрасль выступает против создания СРО на ломбардном рынке – эта мера излишняя. Рынок достаточно небольшой и находится под полным контролем регулятора, поэтому

создание СРО может лишь увеличить число теневых игроков, фактически лишая регулятора контроля над частью рынка.

С 1 СЕНТЯБРЯ МЕНЯЮТСЯ ПРАВИЛА ПРОДАЖИ МОНЕТ ИЗ ДРАГМЕТАЛЛОВ

Федеральная пробирная палата информирует об изменениях в правилах розничной продажи монет из драгоценных металлов. Новые требования вступают в силу с 1 сентября 2026 года в рамках Постановления Правительства РФ от 30 мая 2026 г. № 657.

Что изменилось:

Ранее действовавшее требование об обязательном наличии сертификата подлинности монеты отменяется. Вместо этого каждая монета должна сопровождаться этикеткой продавца произвольной формы.

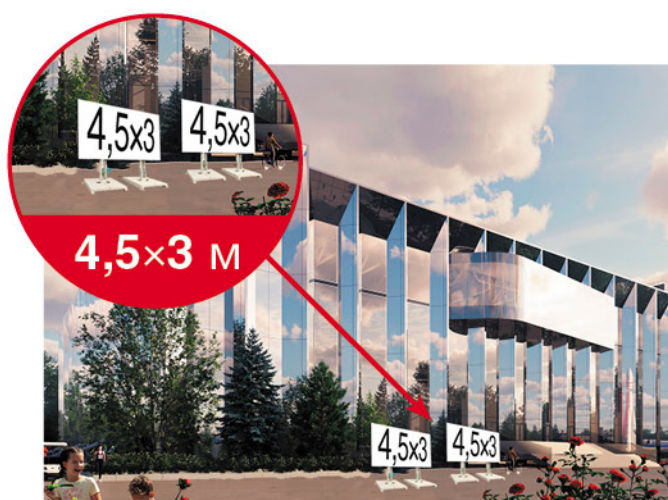
Что должно быть указано на этикетке:

- наименование монеты и её номинал;
- изготовитель или страна происхождения (производства);
- общая масса монеты;
- вид драгоценного металла и его содержание;
- цена монеты.

Кроме того, на этикетку должен быть нанесён ИНП монеты (индивидуальный номер пробы) цифрами, сформированный в ГИИС ДМДК.

АМБАССАДОР ВЫСТАВКИ

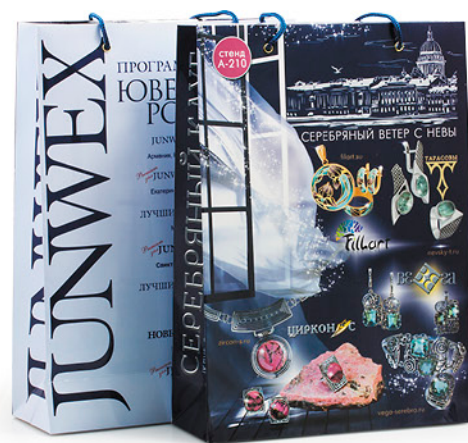
Предлагаем участникам выставки «JUNWEX Москва 2026» специальное предложение для рекламы и продвижения в рамках выставки с целью максимального привлечения внимания посетителей к стенду и продукции.



Фермовая конструкция,
размещенная вдоль павильона

Размер: 4,5×3 м

Стоимость 260 000 руб.



Фирменный пакет выставки

Распространяется на выставке
«JUNWEX Москва»,
1/3 тиража – 1500 шт.

Стоимость 180 000 руб.

Обычная стоимость:

260 000 руб. + 180 000 руб. = ~~440 000 руб.~~

СКИДКА 140 000 руб.!

АКЦИЯ!

Стоимость 300 000 руб.

(с учетом НДС)



(812) 320-80-99, ADV@RJEXPERT.RU, JUNWEX@JUNWEX.COM

*Все цены указаны с НДС

«ЗОЛОТОЙ АЖУР»: ТРИ ДЕСЯТИЛЕТИЯ ПРЕДАННОСТИ ДЕЛУ И ЧЕЛОВЕЧНОСТИ



27 июля исполняется 30 лет со дня основания ювелирного магазина «Золотой ажур» во Владивостоке.

Три десятилетия своей жизни, от зарождения мечты о собственном деле до блистательного воплощения, Надежда Геннадьевна Ткаченко посвятила ювелирному делу. Идея торговать зародилась еще в детстве, но профессиональный путь начался с педагогики, где она прошла путь от школьного учителя до директора вечерней школы и заместителя директора гимназии.

Переломным моментом стали суровые 90-е. Невыплаты заработной платы заставили искать новое призвание. Оставив преподавание, Надежда Геннадьевна окунулась в мир

торговли, а затем, с дерзновенной смелостью, открыла собственный ювелирный бизнес. Ее кредо успеха просто и глубоко, как истина: искренне любить свое дело, жить им, сохраняя в себе открытость и порядочность. На протяжении всех этих лет она в неустанном ритме,



с семи утра до семи вечера, почти не зная выходных, чутко держит руку на пульсе своего детища.

Надежда Геннадьевна - не просто руководитель, она душа и сердце «Золотого ажюра».



«Главное – искренне любить свое дело, отдавать ему всего себя, жить им, жить теми, кто рядом – коллегами,

партнерами, и, конечно, теми, кто приходит к нам за нашими товарами и услугами – нашими покупателями.

Сегодня так непросто с человеческими отношениями: люди словно замыкаются в своих раковинах, каждому тяжело, трудно, а открыться еще сложнее.

Я человек открытый, надежный, порядочный, а нашем деле, где доверие – основа всего, порядочность ценится превыше всего», — мудро делится Надежда Геннадьевна.

Она лично возвращает персонал, бережно передавая традиции магазина и прививая высочайшие стандарты обслуживания.

Здесь выстраиваются не просто деловые, а поистине родственные отношения с покупателями, которые часто обретают силу семейных уз и передаются из поколения в поколение.

Клиентам предлагают не просто товар, а атмосферу заботы: индивидуальный подход, ароматный чай, крепкий коньяк, ценные советы и даже помощь в решении бытовых вопросов.

«Золотой ажур» для Надежды Геннадьевны — это не просто бизнес, это ее четвертый ребенок, которому она отдает всю себя, без остатка, будь то уборка зала или сложные переговоры — все ради поддержания совершенства.



«Ключ к успеху — это индивидуальный подход к каждому клиенту и партнеру, глубокое понимание их потребностей и желаний. Мы буквально возвращаем своих клиентов: кто-то приходит к нам еще подростком, затем женится, заводит детей, и вот уже мы вместе отмечаем их серебряную свадьбу, а их дети, а затем и внуки, становятся нашими постоянными клиентами. Это доверие, переданное из поколения в поколение», — признается она.

Сегодня «Золотой ажур» успешно конкурирует с федеральными сетями, во многом благодаря своей уникальной ассортиментной политике и тщательному подбору качественных изделий: ювелирные украшения российского производства из золота и серебра с драгоценными

камнями, изысканная серебряная посуда, уникальные сувениры из натурального камня, утонченный жемчуг.

Последние четыре года магазин радует покупателей и качественной бижутерией с натуральными камнями.

В то время как магазины в торговых центрах часто сталкиваются с трудностями, «Золотой ажур» гордо стоит в отдельно стоящем здании, что подчеркивает его самобытность.

Покупатель Владивостока отличается особым отношением к деталям: он требователен к качеству, дизайну и выбору вставок, отдавая предпочтение натуральным камням и оригинальным художественным решениям.

«Мы работаем только с проверенными поставщиками, участвующими в выставках. На этой выставке открыли нового партнера из Костромы, производящего украшения с натуральными вставками и хлопковым жемчугом. Отметила обновление чудесных коллекций у давнего партнера «Арина» благодаря новым дизайнерам», – рассказала Надежда Геннадьевна.

Ее требовательность, помноженная на абсолютную честность, стала фундаментом для построения прочных и успешных отношений с партнерами.

Поздравляем коллектив сотрудников магазина «Золотой ажур» и лично Надежду Геннадьевну Ткаченко с 30-летием "Золотого ажюра"!





СОКОЛОВ АТЕЛЬЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ УКРАШЕНИЯ С ОГРАНКОЙ В ФОРМЕ БУКВ

В этих моделях буква - не декоративный элемент и не металлическая подвеска, а сам камень.

Изделия создаются только по индивидуальному заказу. В основе линейки — классические формы: кольца, подвески, колье и серьги-пусеты с одним или двумя выращенными бриллиантами от 0,5 карата, которые подходят как для

повседневных образов, так и для особых случаев.

Из-за уникальной формы камня невозможно создать два одинаковых украшения, поэтому каждое изделие становится единственным в своём роде. Клиенты могут выбрать любую букву кириллицы или латиницы — инициал, символ имени близкого человека или знак личной истории.



«585 ЗОЛОТОЙ» И STELLARY ЗАПУСТИЛИ КОЛЛЕКЦИЮ С ОБРАЗАМИ ИЗ МИРА ФАУНЫ

В июле в честь запуска новой линии тушей «Опасные взгляды» от STELLARY бренд «585 Золотой» представил лимитированную капсулу украшений. В линии представлены 5 эксклюзивных ювелирных изделий из серебра с позолотой и фианитами.

Каждый флакон туши и каждое ювелирное украшение капсулы объединены единой концепцией и имеют своего покровителя — паука, пчелу, змею. Они отражают характер обладательницы, объединяют макияж и украшения,

превращая ежедневное создание образа в ритуал пробуждения внутренней силы.

«Для «585 Золотой» украшения — это не только про особый повод. Сегодня это часть повседневного образа, способ самовыражения и маленькие детали, которые помогают чувствовать себя увереннее. Новая коллаборация продолжает курс нашего бренда на более эмоциональный lifestyle-подход к ювелирным изделиям. Сегодня украшения становятся таким же элементом личного стиля и настроения, как макияж, помогают прислушаться к себе, подчеркнуть индивидуальность и внутреннюю силу», — прокомментировал Станислав Колосков, директор по маркетингу «585 Золотой».

«В эпоху перенасыщения рынка выигрывают коллаборации, которые не просто привлекают внимание, а органично подчеркивают философию бренда. Для Stellary сотрудничество с сетью "585 Золотой" стало идеальным мэтчем: наши новые уникальные туши с золотыми элементами безупречно рифмуются с визуальным кодом партнера. Такой союз усиливает позиционирование обоих брендов и находит максимальный отклик у нашей целевой аудитории, ценящей эстетику, тренды и качество», — прокомментировала Морозова Элина, директор по рекламе бренда STELLARY.

В честь запуска коллаборации бренды подготовили ювелирные бьюти-боксы, которые отправят блогерам и лидерам мнений, а также разыграют среди клиентов.



Вконтакте



MAX

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com