

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник 948

10 ноября 2026

- www.junwex.com

JUNWEX Premium

ПОДГОТОВКА К ВЫСТАВКЕ И РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

Мы продолжаем последовательно формировать экспозицию выставки, объединяя ювелирные дома и авторские коллекции, и одновременно усиливаем информационное присутствие проекта в Санкт-Петербурге.

Рекламная кампания уже охватывает городские пространства, премиальные площадки, рестораны и партнёрские каналы коммуникации.

Рекламу выставки можно встретить на цифровых экранах, в видеорекламе, на афишах и в бутиках наших партнёров. Продолжается работа с адресной аудиторией и распространение пригласительных.

В этом дайджесте собрали часть текущих рекламных размещений, чтобы показать как идет продвижение проекта.

Впереди — новые рекламные активности, партнёрские интеграции и дальнейшая подготовка к открытию выставки.

ЧТО МОЖНО УВИДЕТЬ В ГОРОДЕ **УЖЕ СЕЙЧАС**

Видеоролики и реклама на площадке

с 2/11

Ролики в сети ресторанов Ginza (12 ресторанов по всему городу и 59 экранов)

- Ролики в загородном клубе «Золотой Ручей»
- Реклама в КЦ «ПетроКонгресс»



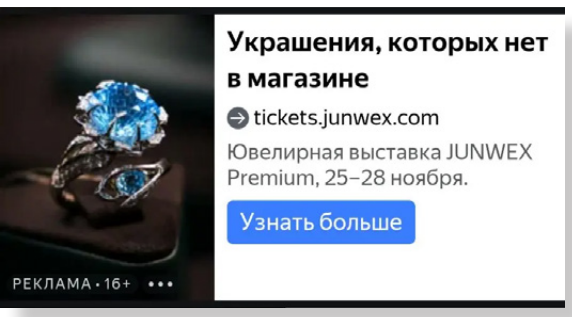


Ресторан Ginza

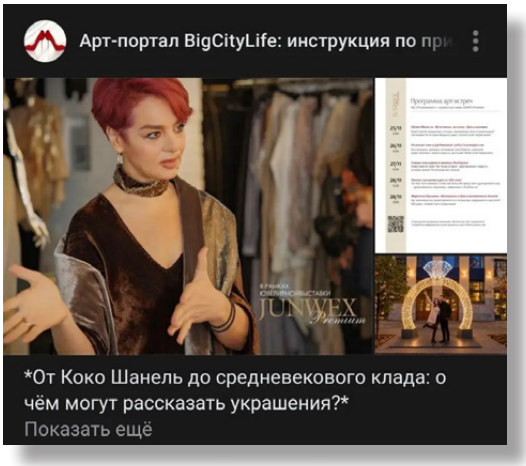
Интернет

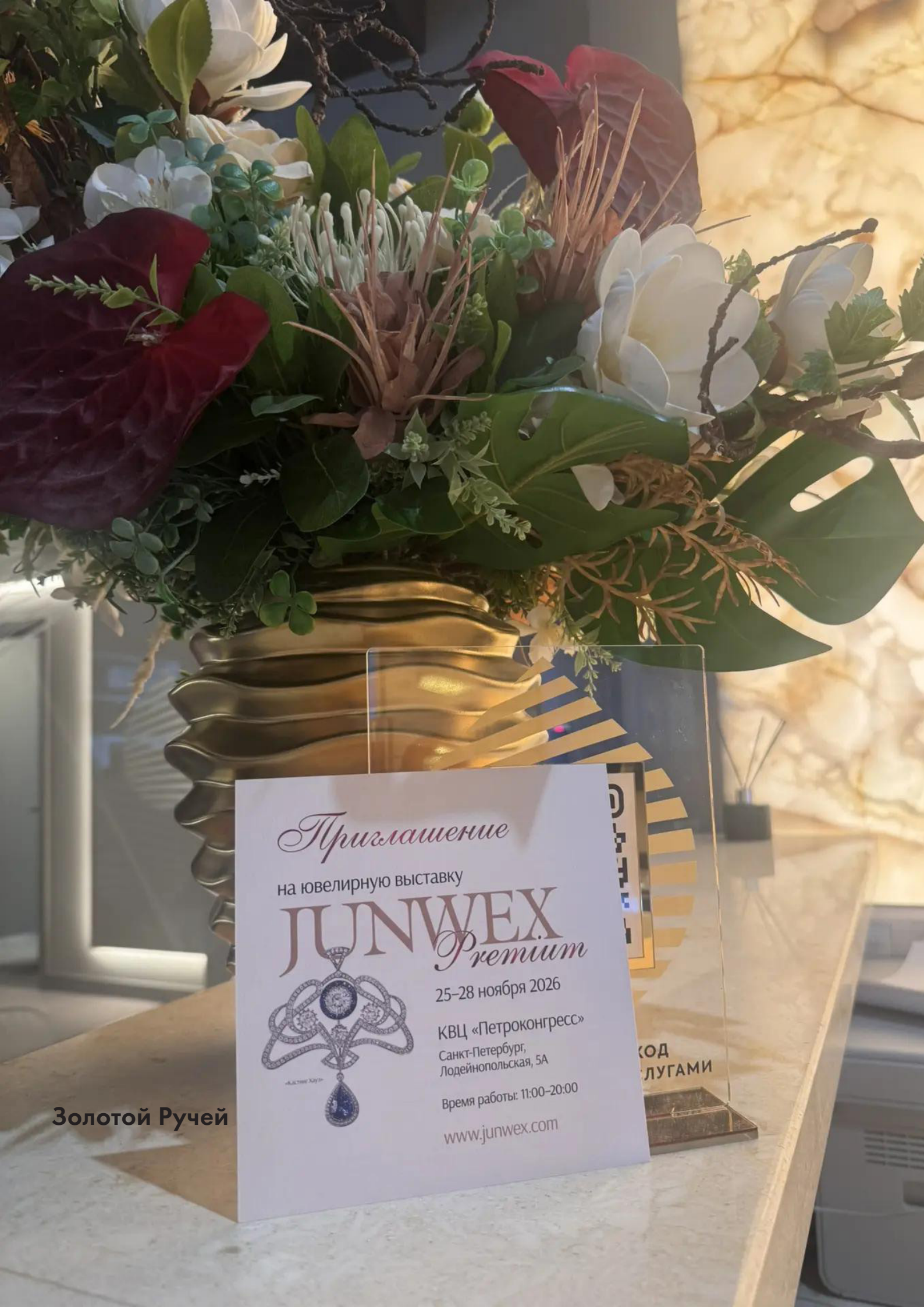
с 1/10 — Рекламная кампания в Яндекс Директ запущена с начала октября.

с 1/11 — Розыгрыши билетов и призов в соцсетях









Золотой Ручей

Партнерство с рестораном Smoke BBQ*

Специальное”ювелирное” меню с QR-кодом, ведущим на сайт выставки. Анонс события и программы Арт-встреч по каналам сети ресторанной группы Dreamteam



Ресторан расположен рядом с КЦ “Петроконгресс”. Это прямой мост с выставочным пространством: гость за ужином узнаёт о событии и может запланировать визит. Партнёрство получается точным по аудитории: здесь привыкли к высокому уровню, вниманию к деталям и качеству — тому, что составляет суть проекта JUNWEX Premium.



** Smoke BBQ — ресторан, который возглавляет бренд-шеф Алексей Каневский, главный эксперт в России по приготовлению на открытом огне.*

Распространение пригласительных

30/10 — Загородный клуб «Золотой Ручей»
Приглашения гостям гастроужина и клиентам, продлевающим абонементы

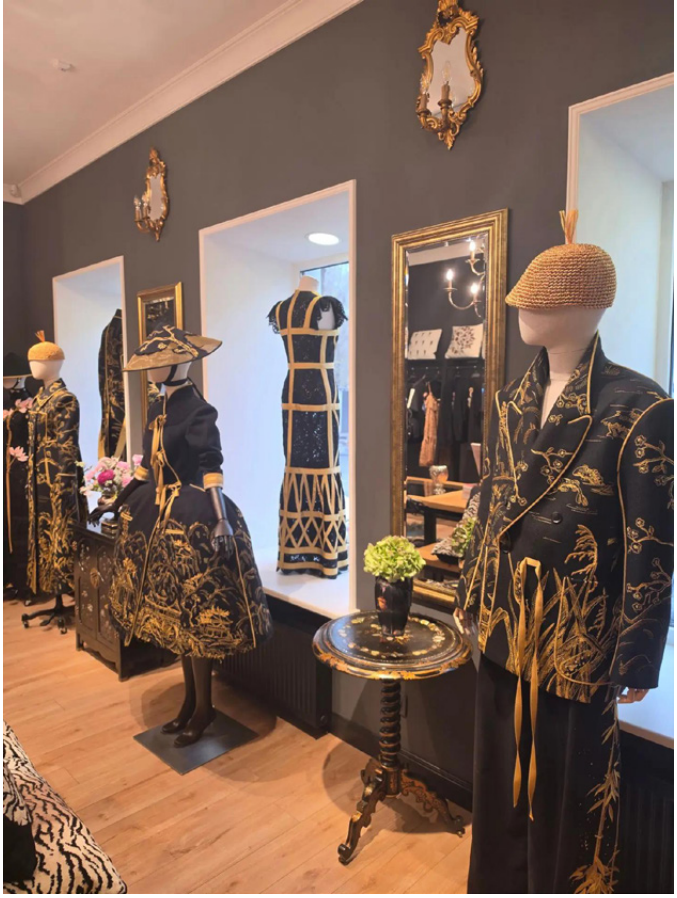
31/10 — Бизнес-клуб «Петербургское комьюнити»
Приглашения участникам закрытой встречи «АнтиХеллуин» с модным показом и розыгрышем призов

31/10 — Показ интеллектуальной моды «Модный Шубаш»
Презентация выставки и розыгрыш призов. Событие было приурочено к вечеру «Анти-Хэллоуина» и сопровождало официальное открытие нового фэшн-пространства «Галантерея» на Садовой линии Большого Гостиного Двора.









с 2/11

Тур Престиж

Партнерство с агентством индивидуальных VIP-туров. Клиенты получают пригласительные билеты на выставку при покупке тура.

с 2/11

Бутик Stas Lopatkin

Предложение билетов клиентам бутика известного петербургского дизайнера.

с 2/11

Beauty Lounge Salon & Boutique

Премиальный салон красоты и косметологии в Петроградском районе. Распространение приглашений и рассылка по клиентской базе

ЧТО ВПЕРЕДИ?

В ближайшие дни рекламная кампания выставки будет расширяться за счёт новых партнёрских площадок, мероприятий и адресных коммуникаций с потенциальными гостями.

В числе ближайших событий — презентации JUNWEX Premium в модных домах Croki и Елены Ткаченко. Также достигнута договорённость о сотрудничестве с отелем «Коринтия Санкт-Петербург».

Эти партнёрства позволят познакомить с выставкой аудиторию, заинтересованную в ювелирном искусстве, авторских коллекциях и премиальном сегменте.

Продолжается работа и с внешними площадками.

19 ноября пригласительные на JUNWEX Premium будут распространяться в рамках II Правового налогового форума в Санкт-Петербурге — делового события, которое объединит более 500 участников, представителей ФНС, Минюста и экспертного сообщества.





ЕЩЕ В ПЛАНЕ:

11/11	Закрытое мероприятие «Кто такой Mr. Pinky» Презентация и экскурсия для группы гостей
12/11	"Стильный завтрак" в Модном доме Croki в Санкт-Петербурге. Презентация выставки, знакомство с коллекциями и примерки понравившихся образов. Все гости получат пригласительные на выставку.
14/11	Клиентский вечер Модного дома Елены Ткаченко с лекцией об искусстве. Распространение пригласительных билетов.
с 16 /11	Рекламные щиты и крупноформатные экраны на Крестовском острове и Петроградской стороне.
с 18/11	Радиоролики на «Business FM»
19/11	Распространение билетов на Правовом налоговом форуме

ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ

STAS LOPATKIN

GINZA PROJECT

.DREAMTEAM

NF GROUP

Золотой Ручей

БАССЕЙН · SPA · ТЕННИСНЫЙ КЛУБ · ОТЕЛЬ

КультГуру

КУЛЬТУРНЫЙ КЛУБ

B2B community

ТУР ПРЕСТИЖ

BEAUTY LOUNGE
BY MASSON & HAREBOV

XXXIV МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

3–7 февраля 2026

КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»



BELLISSIMA

TENTAZIONE

РЫНОК

ЮВЕЛИРНЫЕ МАГАЗИНЫ И ОБЩЕПИТ ЛИДИРУЮТ ПО ОТКРЫТИЯМ В ТЦ

Как пишет New Retail, в 2026 году больше всего новых точек в российских торговых центрах открывается в сегментах развлечений, ювелирных украшений и общественного питания. По числу закрытий лидирует фэшн-ритейл.

Об этом ТАСС сообщил сопредседатель Ассоциации торговой недвижимости и экспертов ретейла (АТЭР) Павел Люлин. По его словам, одежда, обувь и другие товары fashion-категории все активнее переходят в онлайн: сейчас там продается около половины такой продукции.

Это приводит к сокращению числа физических магазинов и оптимизации занимаемых площадей. Также офлайн-точки закрываются в сегментах электроники и детских товаров. На фоне изменений в структуре арендаторов продолжает снижаться и посещаемость торговых центров.

По прогнозу Люлина, по итогам 2026 года трафик может сократиться примерно на 5%. Начало года, по его оценке, было слабым, весной ситуация начала улучшаться, а в конце августа — начале сентября наметилось восстановление.

Однако в конце сентября и октябре посещаемость вновь пошла вниз. Среди факторов, сдерживающих рост трафика, в АТЭР называют развитие маркетплейсов, осторожное потребительское поведение и оптимизацию офлайн-сетей.

МИНФИН РАЗЪЯСНИЛ ПОЗИЦИЮ ПО СИТУАЦИИ С WILDBERRIES

5 ноября состоялось заседание Совета Гильдии с участием Директора Департамента государственного регулирования отрасли ДМДК Минфина России Юлии Гончаренко.

Wildberries: хранение ювелирных изделий и инвентаризация

Перед началом обсуждения участникам заседания продемонстрировали кадры так называемого «суперсейфа» Wildberries, в котором ювелирные изделия хранились в пластиковых контейнерах, а также фотографию металлического шкафа, использовавшегося для хранения ювелирных изделий в полностью сгоревшем торговом центре во Всеволжске.

Примечательно, что после пожара все изделия, находившиеся в этом примитивном металлическом шкафу, остались целы и даже не расплавились.

Владимир Збойков обратился к Юлии Гончаренко с вопросами о том, каким образом компаниям следует проводить инвентаризацию и будет ли утверждена предложенная дорожная карта — в редакции Wildberries или Ассоциации. Также он поинтересовался, поддержит ли Минфин России усиление административной ответственности маркетплейсов за нарушение обязательных требований к хранению и инвентаризации ювелирных изделий в рамках находящегося

на рассмотрении Госдумы законопроекта по статье 15.47 КоАП РФ.

Юлия Гончаренко пояснила, что Wildberries является участником рынка, осуществляющим деятельность в сфере оборота ювелирных изделий, и на него распространяются общие нормы законодательства в данной области.

Минфин России направил компании письмо с указанием требований, которые необходимо соблюдать при взаимодействии с участниками рынка в рамках оборота ювелирных изделий. При этом разработка специальных правил или отдельной дорожной карты для Wildberries в ведомстве считается нецелесообразной.

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ПРОВОДИТСЯ СВЕРКА УИНОВ ИЗДЕЛИЙ, ЧИСЛЯЩИХСЯ ЗА КОМПАНИЕЙ В ГИИС ДМДК, С ДАННЫМИ ВНУТРЕННИХ СИСТЕМ УЧЕТА WILDBERRIES.

Отдельно Юлия Гончаренко прокомментировала предложение об усилении административной ответственности. По ее словам, внесение таких изменений не позволит разрешить текущую ситуацию, поскольку закон обратной силы не имеет. Кроме того, с учетом того, что деятельность маркетплейсов регулирует Минпромторг России, данный вопрос необходимо выносить на совместное обсуждение с ведомством.

Возможность обращений в Генпрокуратуру и Следственный комитет

Владимир Збойков сообщил, что от участников рынка стали поступать предложения к Ассоциации инициировать обращения в Генеральную прокуратуру и Следственный комитет РФ для проверки соответствия действующим нормам условий хранения изделий из драгоценных металлов на Wildberries и порядка проведения инвентаризации складов.

Юлия Гончаренко однозначно ответила, что пострадавшие вправе использовать

все предусмотренные законодательством меры защиты, включая коллективные и индивидуальные обращения в суд и прокуратуру.

Председатель Ассоциации Флун Гумеров отметил, что уверенность в том, что ювелирные изделия теперь хранятся на Wildberries в сейфах, была бы особенно важна для отрасли, поскольку многие небольшие компании работают исключительно через маркетплейсы.

Юлия Александровна обратила внимание на то, что контрольно-надзорные органы не могут проводить проверки субъектов рынка без достаточных оснований. Вместе с тем Гильдия ювелиров как общественная организация вправе обратиться в Минфин России либо прокуратуру с просьбой проверить Wildberries на предмет соблюдения требований отраслевого законодательства.

Совет Ассоциации проголосовал за подготовку обращений в Генеральную прокуратуру, Минфин России и Минпромторг России. В них предполагается изложить ситуацию с маркетплейсами и предложения отрасли, а также попросить ведомства проконтролировать соблюдение российских нормативных требований к условиям хранения ювелирных изделий на складах маркетплейсов и провести соответствующие проверки площадок.

Минфин не согласовывал дорожную карту Wildberries

В ходе заседания юрист компании «Аквамарин» Дмитрий Козин попросил Юлию Гончаренко уточнить, какие именно нарушения в части хранения драгоценных металлов на Wildberries ранее фиксировались, кем и когда.

Юлия Александровна пояснила, что речь шла как раз об отсутствии зафиксированных нарушений: у Минфина России не было возможности проверить факт предполагаемого нарушения.

Дмитрий Козин также напомнил, что на встрече с представителем Wildberries, состоявшейся несколькими неделями ранее, компания заявляла о согласовании с Минфином некой дорожной карты. Он уточнил,

правильно ли участники рынка понимают, что документ, от которого они в определенной степени зависят, ведомством в настоящее время не согласован.

Юлия Гончаренко подтвердила, что в Минфин России действительно поступал проект дорожной карты, подписываемой Wildberries, ФПП и Гильдией ювелиров. Однако ведомство направило по проекту большое количество замечаний.

Она подчеркнула, что Минфин России не является одной из сторон данного документа — проект был направлен ведомству исключительно на согласование. При этом целесообразности утверждения дорожной карты в Минфине не видят.

Унификация нормативной базы с Республикой Беларусь

Следующим вопросом повестки стало взаимодействие с Республикой Беларусь. Флун Гумеров обозначил существующие проблемы, связанные с клеймением изделий из серебра.

Юлия Гончаренко подтвердила, что Минфин России осведомлен о данной проблеме. Уже направлено обращение к коллегам из Министерства финансов Республики Беларусь с целью урегулирования ситуации.

Вопрос прорабатывается в двустороннем порядке и потребует внесения изменений в действующее Соглашение. В ближайшее время запланирована командировка Минфина России в Республику Беларусь.

Юлия Александровна предложила представителям Гильдии ювелиров присоединиться к обсуждению этого вопроса в рамках предстоящих переговоров.

Флун Гумеров поблагодарил Юлию Гончаренко за участие в заседании Совета Ассоциации и выразил готовность присоединиться к российской делегации на переговорах в Беларуси. Вопрос о том, кто именно будет представлять Ассоциацию, планируется решить совместно с коллегами.

СПРОС НА МУЖСКИЕ УКРАШЕНИЯ РЕЗКО ВЫРОС

Аналитический центр SOKOLOV изучил данные о продажах мужских ювелирных украшений, приобретенных мужчинами в розничных магазинах бренда в России за январь–сентябрь 2026 года, и сравнил их с аналогичным периодом прошлого года.

За девять месяцев 2026 года мужчины в России стали на 30% чаще покупать мужские ювелирные украшения в штуках.

В топ-3 городов по динамике вошли Иркутск (+60%), Саратов (+58%) и Казань (+53%).

В Москве количество покупок увеличилось на 39%, а в Сочи — на 38%. В денежном выражении продажи мужских ювелирных украшений, приобретенных мужчинами, в России выросли на 18%. Самым заметным оказался рост в Волгограде, который возглавил рейтинг с результатом +78%.

В топ-5 также вошли Казань и Саратов (+37% в каждом городе), Сочи (+33%) и Челябинск (+25%).

Средний чек мужского ювелирного украшения в России за январь–сентябрь составил 8 521 рубль. Лидером по этому показателю стал Волгоград — 14 322 рубля. В топ-3 также вошли Сочи со средним чеком 11 537 рублей и Саратов — 10 629 рублей.

В Ростове-на-Дону показатель составил 10 128 рублей, а в Краснодаре — 9 312 рублей. Среди мужских украшений россияне чаще выбирали колье, браслеты, зажимы для галстука и кольца. Из металлов наиболее востребованными стали сталь, серебро и красное золото. По оформлению чаще предпочитали изделия без вставок или с эмалью, фианитами и другими недрагоценными вставками.

ЗОЛОТО УДЕРЖИВАЕТ **РУБЕЖ $4000**

Мировые цены на золото выросли на фоне снижения стоимости нефти и ослабления доллара США. Восстановление фондовых рынков также повысило склонность инвесторов к риску.

Спотовая цена золота поднялась на 0,7%, до примерно 4100 долларов за тройскую унцию, продолжив восстановление после промежуточных выборов в США, пишет Bloomberg. По состоянию на 13:00 по московскому времени металл торговался на уровне 4099,65 доллара за унцию.

Поддержку котировкам оказало снижение доллара: индекс спотовой стоимости американской валюты Bloomberg опустился на 0,4%. Ослабление доллара делает золото и прочие сырьевые товары более доступными для покупателей, использующих другие валюты.

Дополнительным фактором стало падение цен на нефть. В понедельник снижение продолжилось на фоне дипломатических усилий по прекращению войны между США и Ираном, несмотря на новые атаки в регионе.

Ранее рост стоимости энергоносителей усиливал инфляционные ожидания и повышал вероятность ужесточения денежно-кредитной политики, что оказывало давление на золото, не приносящее процентного дохода.

Азиатские фондовые рынки тем временем восстановились после крупнейшей распродажи более чем за 18 месяцев. Однако перспективы дальнейшего роста золота остаются зависимыми от политики Федеральной резервной системы.

SARKISSIAN: "ОКТЯБРЬ ПОКАЗАЛ НЕОДНОРОДНУЮ КАРТИНУ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ"

По данным Федеральной пробирной палаты, за январь–июль 2026 года в рознице реализовано около 28,4 млн серебряных изделий.

Мила Олысыч, управляющий собственник ювелирного дома SARKISSIAN

«Октябрь показал неоднородную картину деловой активности в ювелирной торговле. Для SARKISSIAN месяц стал одним из наиболее результативных в году, однако динамика собственной розницы и отдельных оптовых партнёров не даёт оснований говорить об общем росте рынка.

Выручка нашего флагманского бутика увеличилась на 54% к сентябрю и на 25% к октябрю 2025 года. Количество проданных изделий выросло на 15% и 7% соответственно.

Опережающий рост выручки отражает увеличение средней стоимости проданного изделия, в том числе влияние отдельных дорогостоящих покупок. Поэтому оценивать активность покупателей только по денежным показателям некорректно.

В основной, регулярно продаваемой части ассортимента также зафиксирован рост: выручка от серебряных украшений в флагманском бутике бренда увеличилась на 25% к сентябрю без учёта отдельно отражённых индивидуальных заказов. В онлайн-направлении выручка выросла примерно на 70%, количество входящих обращений — на 35%.

В премиальном золоте результаты одного месяца менее показательны. Продажи

нерегулярны, и одна крупная сделка способна существенно изменить итог. Для оценки устойчивой динамики этого сегмента необходим более продолжительный период наблюдений.

В оптовом направлении результаты различаются по партнёрам.

Объём продаж наших украшений в крупной партнёрской сети в Москве вырос более чем на 35% относительно октября 2025 года. У других партнёров по России, в том числе в традиционно сильном для нас Санкт-Петербурге, сопоставимого роста нет.

Следовательно, результат одной сети не характеризует положение всего партнёрского канала.

В собственной рознице значительную роль сохраняет постоянная клиентская база: на неё пришлось более половины учтённой рублёвой выручки в октябре. Существенно увеличились продажи через собственный коммуникационный канал, тогда как продажи, отнесённые к рекламе, снизились к сентябрю. Таким образом, рост распределился между источниками неравномерно.

Одновременно от партнёров и других участников отрасли поступает информация о закрытии филиалов и высвобождении сотрудников, включая высококвалифицированных специалистов по продажам. Мы видим это и по обращениям о трудоустройстве. Эти наблюдения свидетельствуют о сокращении розничного присутствия отдельных компаний, но не позволяют оценить масштаб изменений по рынку в целом.

На ноябрь сохраняем осторожно положительные ожидания. В 2025 году наши продажи в ноябре и декабре превышали октябрьские, поэтому учитываем возможное предновогоднее оживление. Однако повторение октябрьских темпов роста нельзя считать гарантированным: на результат повлияли крупные нерегулярные покупки. Основной вывод — рост собственной розницы и отдельных партнёров при неоднородной динамике каналов продаж и регионов».

Вконтакте

MAX

JUNWEX
Отраслевой медиа-холдинг
8 800 550 41 34

press@rjexpert.ru
www.junwex.com