

Дно позади

ИТОГИ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 2017-го

С начала года в России выросло производство ювелирных изделий. При этом розница не останавливается и продолжает оптимизацию, начатую в 2014-м. Многие сети сокращают количество магазинов и уходят в торговые центры.

Китайские туристы, годом ранее спасавшие продажи в отдельных регионах, в этом году стали вести себя осмотрительнее. И, по некоторым данным, теперь предпочитают янтарь и часы.

О других трендах отрасли, которые были заметны в первом полугодии 2017 года, читайте в нашем обзоре.



В мире

В начале августа **World Gold Council (WGC)** опубликовал исследование по мировому производству и потреблению золота по итогам первого полугодия 2017 года. Аналитики утверждают, что спрос на золото со стороны ювелиров вырос за полугодие на 5% – до 967,4 тонны. И это на фоне общего падения потребления золота на 14% (почти до 2 тонн), связанного в основном с сократившимся инвестиционным спросом в мире.

При этом сводки с финансовых полей, то есть отчетов ведущих компаний отрасли, нельзя трактовать однозначно. Они лишь подтверждают общее выжидающее настроение, витающее в пространстве.

Так, **Richemont** – одна из ведущих мировых компаний в сфере предметов роскоши, которая владеет ювелирными брендами Cartier и Van Cleef & Arpels, объявила, что ее продажи за 2017 финансовый год (закончившийся 31 марта 2017 года) сократились на 4% – до 10,6 млрд евро. Продажи частично отставали из-за исключительных объемов обратного выкупа продукции в категории наручных часов. Между тем розничный канал отметился ростом, тем самым продолжая опережать оптовый канал продаж. Прибыль компании за 2017 финансовый год сократилась на 46% и составила 1,2 млрд евро.

А вот **LVMH Moet Hennessy Louis Vuitton SA**, крупнейший мировой производитель товаров класса люкс, по итогам первого полугодия 2017 года увеличил прибыль максимальными темпами с 2011 года. Как говорится в сообщении компании, прибыль выросла в январе–июне на 23% и составила 3,64 млрд евро против 2,96 млрд евро за аналогичный период прошлого года. Выручка повысилась на 15% – до 19,71 млрд евро по сравнению с 17,19 млрд евро в первом полугодии 2016 года. Органический рост продаж (без учета валютных колебаний и покупки/продажи бизнеса) составил 12%. Объем продаж часов и украшений поднялся на 14% – до 1,84 млрд евро. При этом органический рост составил 13%.

Signet Jewelers Limited, крупнейший в мире ретейлер ювелирных изделий с бриллиантами, объявил о незначительном росте объема продаж за второй квартал 2017 года. За отчетные 13 недель совокупный объем продаж Signet составил почти 1,4 млрд долл., что на 26,2 млн долл. или на 1,9% больше показателя того же периода прошлого года, когда он сократился на 2,6%. По данным компании, рост продаж преимущественно стимулировали модные ювелирные изделия, в том числе браслеты, кольца и ожерелья. Кроме того, свадебные бренды также способствовали увеличению продаж.

Мировые бренды за 2016 год уверенно отчитались о росте продаж в России, говорят данные «СПАРК-Интерфакса». Причем в большинстве случаев динамика показателей оказалась значительно лучше общемировой





Продажи через интернет во II квартале составили 82,2 млн долл., что на 12,6 млн долл. или на 18,1% превышает результат в 69,6 млн долл. за то же период прошлого года. Рост продаж был отмечен как в крупных торговых центрах, так и в отдельных магазинах ретейлера.

Ювелирная компания Tiffany & Co также отчиталась о превысивших ожидания квартальной прибыли и квартальных продажах, в частности, благодаря увеличению спроса на ее украшения в Японии и снижению производственных затрат. Чистая прибыль во II квартале, завершившемся 31 июля, выросла до 115 млн долл. со 105,7 млн долл. годом ранее. Чистые продажи увеличились за отчетный период на 3% – до 959,7 млн долл., превзойдя усредненный прогноз экспертов на уровне 930,3 млн долл. Продажи в магазинах Tiffany, открытых более года, сократились на 2%, тогда как аналитики, опрошенные исследовательской фирмой Consensus Metrix, ожидали снижения показателя на 1%.

Компания, которая примерно 15% своей выручки получает с японского рынка, по итогам квартала зафиксировала рост сопоставимых продаж в регионе на 3%. Сопоставимые продажи в Северной и Южной Америке – на

крупнейшем для компании рынке – снизились на 1% в связи с сокращением трат туристов и вялым спросом на все категории товаров, за исключением ювелирных изделий.

Между тем в Tiffany было запланировано открытие второго бутика в Москве в «Петровском пассаже». Новость об этом грандиозном событии прошла еще в начале июля. К сожалению, на момент написания статьи новых подробностей об этом не было. Однако руководство компании подчеркнуло в своем сообщении о важности России как рынка с огромным потенциалом развития. «Мы полагаем, что Россия обладает огромным потенциалом для развития, и присутствие бренда в столице страны подчеркивает нашу приверженность к расширению бизнеса не только в России, но и в масштабах Европы», – сказал вице-президент марки **Марк ЖАШЭ**.

Чистая прибыль **швейцарского производителя часов Swatch Group** за первые шесть месяцев 2017 года увеличилась почти на 7% и составила 281 млн франков (294 млн долл.). Выручка за отчетный период достигла 3,7 млрд франков (3,9 млрд долл.), показав снижение на 0,3%. Во втором полугодии Swatch Group рассчитывает на существенный рост. Как отметили



в компании, в ближайшие шесть месяцев планируется запустить несколько новых продуктов. Отметим, что экспорт швейцарских часов в Россию за первые шесть месяцев 2017 года вырос на 0,6% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года и составил 72,4 млн швейцарских франков (76 млн долл.).

Объем продаж **Chow Tai Fook Jewellery Group Limited** в материковом Китае, Гонконге и Макао увеличился во II квартале 2017 года. Розничные продажи по стоимости за этот период выросли на 17% по сравнению с тем же кварталом предыдущего года для материкового Китая и на 7% для Гонконга и Макао. Сопоставимые продажи по стоимости выросли на 11% за указанный период в материковом Китае и на 5% – в Гонконге и Макао. По объему же в материковом Китае сопоставимые продажи не увеличились, а в Гонконге и Макао повысились на 7%. В то время как продажи ювелирных украшений из золота выросли на 16% по сравнению с тем же периодом предыдущего года в материковом Китае и на 9% в Гонконге и Макао, ювелирные изделия с драгоценными камнями продавались лучше на 3% в материковом Китае, но на 4% хуже в Гонконге и Макао. Интересно отметить, что ювелирные продажи Chow

Tai Fook через интернет в материковом Китае оставались устойчивыми, повысившись сразу на 140% в первом квартале по стоимости и на 125% по объему.

Luk Fook, ювелирная компания из Гонконга, сообщила о скачке прибыли за финансовый 2017 год и об улучшении настроений потребителей в материковом Китае. Прибыль компании выросла на 7% – до 131,6 млн долл. за 12 месяцев, закончившихся 31 марта, говорится в заявлении ретейлера. И хотя выручка упала на 9% – до 1,64 млрд долл., это было более мягким снижением, чем падение на 12% в прошлом году. Сопоставимые продажи в тот же период упали на 18%, но выросли на 2% в IV квартале, когда экономические показатели в КНР начали улучшаться. Туризм в Гонконге показывает слабые результаты из-за замедления экономического роста в материковом Китае, и приезжие, как правило, остаются на более короткие промежутки времени, чем раньше, тратя меньше на одного человека, пояснил **председатель совета директоров и главный исполнительный директор Luk Fook Вон Вай ШЕ-УНЬ (Wong Wai Sheung)**. «Однако в последнее время ситуация начала стабилизироваться и улучшаться», – добавил он.



В России

В России производство ювелирных украшений выросло с начала 2017 года. По различным данным, увеличение составило от 13 до 15%. Среди причин специалисты назвали укрепление рубля в начале года, сокращение экспорта, подорожание изделий из золота за рубежом и даже рост числа свадеб в нашей стране.

По информации Росстата, к июню с начала 2017 года в России было изготовлено товаров из серебра и золота на сумму 7,1 млрд рублей, что на 15,3% больше, чем за первые шесть месяцев прошлого года.

По данным Пробирной палаты РФ, ювелирная промышленность России по итогам января–июня 2017 года увеличила использование золота для изготовления изделий на 13,51% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее – до 16,28 тонны (574,26 тыс. унций), серебра снизила на 5,08% – до 65,4 тонны (2,1 млн унций). Пробирная палата России в первом полугодии 2017 года опробовала и заклеимила 14,68 млн штук ювелирных российских изделий из золота общей массой 27,14 тонны против 12,37 млн штук массой 23,91 тонны в аналогичный период 2016 года. Также было опробовано и заклеимено 14,18 млн изделий из серебра общей массой 70,7 тонны

против 15,48 млн штук массой 74,48 тонны в первом полугодии годом ранее.

Всего, включая импорт, через Пробирную палату России за первые шесть месяцев 2017 года прошло 15 млн штук ювелирных изделий с содержанием 16,78 тонны (539,49 тыс. унций) чистого золота. В том числе во II квартале – 6,9 млн штук с содержанием 7,356 тонны (236,5 тыс. унций) золота.

Напомним, что в 2016 году ювелирная промышленность России снизила потребление золота на 9,45% в сравнении с 2015 годом – до 30,984 тонны, серебра на 11,46% – до 134 тонн.

По словам **руководителя Гильдии ювелиров России Эдуарда УТКИНА**, которые приводят «Известия», основная причина увеличения производства – снижение цен на драгоценные металлы. «Курс рубля к доллару вырос в I квартале 2017 года на 26%: этот факт сделал более выгодными импортные операции и менее – экспортные, – сказал **Эдуард УТКИН**. – Мы смогли закупать больше сырья и производить. Например, в I квартале этого года золото стоило на 17,5% дешевле по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а серебро стало дешевле на 7,5%. В свою очередь, и розничная цена на украшения упала, а за ней вырос и спрос».

По информации Росстата, к июню с начала 2017 года в России было изготовлено товаров из серебра и золота на сумму 7,1 млрд рублей, что на 15,3% больше, чем за первые шесть месяцев прошлого года





Фото: АО «Калининградский янтарный комбинат»

По данным Федеральной таможенной службы (ФТС), которые привел **Эдуард УТКИН**, в I квартале 2017-го импорт ювелирных изделий увеличился на 28%, а экспорт из России сократился на 65%.

Заведующий кафедрой государственного регулирования экономики РАНХиГС Владимир КЛИМАНОВ в комментариях «Известиям» отметил, что рост ювелирного производства связан также с выходом из тени многих производителей. «Раньше теневой сектор в этом бизнесе не давал основным игрокам ни повышать цены на свою продукцию, ни увеличивать производство. Теперь ситуация на рынке стабилизировалась», – заметил **Владимир КЛИМАНОВ**. Экономист полагает, что рост спроса на украшения может быть продиктован желанием населения найти стабильные источники сохранения своих сбережений и предпочтением золота банкам.

Член Гильдии маркетологов Николас КОРО добавил, что на общую картину увеличения спроса на золото повлияло и то, что браков в 2017 году зарегистрировано больше: выросли продажи обручальных колец. Число браков в России за первое полугодие

этого года увеличилось на 8,5% – до 289,9 тыс. При этом количество разводов практически не изменилось и составило 247,7 тыс. в первой половине 2017 года против 246,6 тыс. в прошлом году.

Вести с регионов подтверждают положительные тренды, наметившиеся в первом полугодии. Например, Якутия в январе–марте 2017 года удвоила выпуск ювелирных изделий и увеличила добычу золота на 13,1% по сравнению с показателем аналогичного периода прошлого года. «Добыта 1 тысяча 962 килограмма золота – рост на 13,1% к аналогичному периоду прошлого года. В 2017 году планируем добыть не меньше уровня прошлого года – 24 тонны», – сказал **министр промышленности и геологии республики Андрей ПАНОВ**.

Костромская область также отчиталась о положительном окончании первого полугодия 2017 года. В середине августа 2017 года Костромастат представил итоги социально-экономического развития области в январе–июне 2017 года и сообщил о росте производства ювелирных изделий на 26% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.



БИЗНЕС БЕЗ ГРАНИЦ CESSNA CITATION LONGITUDE



ЗАО «ИстЮнион» – официальный представитель по продажам реактивных самолетов CESSNA CITATION в России и СНГ



CITATION M2
Дальность: 2871 km
Пассажиры: 7



CITATION CJ3+
Дальность: 3778 km
Пассажиры: 9



CITATION CJ4
Дальность: 4010 km
Пассажиры: 10



CITATION XLS+
Дальность: 3889 km
Пассажиры: 9



CITATION LATITUDE
Дальность: 5000 km
Пассажиры: 9



CITATION SOVEREIGN+
Дальность: 5926 km
Пассажиры: 12



CITATION X+
Дальность: 6408 km
Пассажиры: 12



CITATION LONGITUDE
Дальность: 6482 km
Пассажиры: 12



CITATION HEMISPHERE
Дальность: 8330 km
Пассажиры: 12

+7 985 786 29 33 – Елена Малова
+7 968 759 45 24 – Денис Клепов

cessna@eastunion.ru
www.eastunion-fleet.ru



EASTUNION
Business Aviation



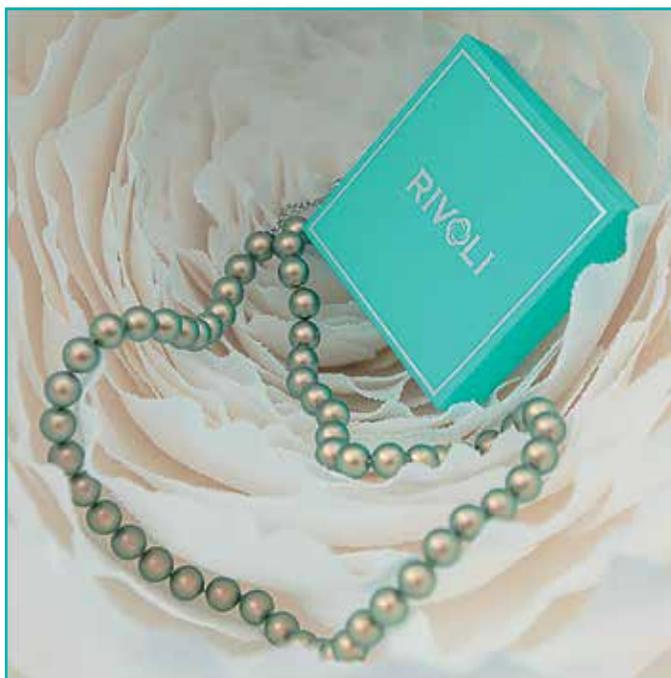
RIVOLI

ALL THE BEST FOR YOU

RIVOLI: всегда прекрасная!!!

Ювелирный бренд Rivoli продолжает радовать новыми яркими коллекциями, стильными моделями. Так совсем недавно состоялась презентация коллекции Beautiful. Rivoli – это не только интересные по своей философии и исполнению современные ювелирные украшения, но и специальная комплексная программа для партнеров. Она дает представление о новых тенденциях в направлениях мерчандайзинга и франчайзинга, раскрывает секреты эффективной работы с клиентами, предлагает инструменты для увеличения продаж.

Светский раут, общение со звездами и прессой, занятия в тренажерном зале, прогулка с друзьями по парку, романтик с любимым, наслаждение чтением книги под шум осеннего дождя – в любой обстановке и окружении вы всегда прекрасны и чувствуете себя одинаково комфортно. Ваша жизнь наполнена разными событиями и яркими встречами, каждый день приносит вам радость и удовольствие от общения с интересными людьми, постоянных маленьких открытий. Вы прекрасны – это не просто слова, звучавшие часто вам вслед, это признание в любви от сильной половины человечества. Окружающие от вас без ума, вы нравитесь сама себе, а значит, что вы на верном пути – к успеху, любви всей своей жизни. В коллекции используется жемчуг удивительных форм и цветов. Beautiful – полный восторг, состояние вашей души.





Коллекции делятся на тематические направления, в каждом из которых заложена своя история, свое настроение. Вместе новая линия современных украшений Rivoli представляет уникальное собрание художественных и дизайнерских идей, позволивших создать настоящие ювелирные шедевры.

В работах использованы неповторимые по своей красоте жемчужины, эксклюзивные «звездные» кристаллы Swarovski. Новые модели очень эффектно смотрятся на самых разных по стилю нарядах, но всех объединяет то, что они притягивают не только внимание, но и Успех. Что неудивительно, Rivoli удалось справиться с непростой задачей – создать настоящий ювелирный эликсир, позволяющий вам по настоящему блистать и быть неподражаемой.

Ознакомиться с презентацией можно на страничке сайта компании по QR-коду. На все интересующие вопросы по проекту RIVOLI, новым коллекциям ответят представители отдела дистрибуции компании «Веста Альфа», которые также помогут выбрать удобный для вас формат сотрудничества!



ВЕСТА АЛЬФА

Торговая Компания

Торговая компания «Веста Альфа»

Отдел TIS: 119048, Москва, ул. Усачева, д. 10

тел.: +7 (495) 974-20-01 (доб.: 2197)

E-mail: s.kalintseva@vesta-alpha.com

www.vesta-alpha.com



Основные тренды

Сокращение экспорта

Казалось бы, эффект девальвации рубля в начале кризиса должен был бы позволить отечественным производителям ринуться на иностранные рынки. Однако этого не произошло. «Бюрократические процедуры таможенного оформления и государственного контроля, занимающие около одного месяца, крайне неприемлемы для западных ретейлеров», – отметил **Олег ИВАНОВ, генеральный директор ООО «Пьетра»** в комментариях «Деловому кварталу». С 2013 по 2016 год объем экспорта ювелирных изделий из России сократился в семь раз – с 724 до 106 млн долл. И в июле 2017 года стало известно, что Центр мониторинга развития промышленности (ЦМРП) и Национальный союз экспортеров подготовили пакет мер для поддержки российской ювелирной промышленности и ее экспорта. Среди предложений – обнуление ввозных таможенных пошлин на ювелирные вставки, замена обязательного порядка клеймения ювелирных изделий на добровольный при экспорте, создание «одного окна» для прохождения таможенного контроля и другие инициативы. «Сегодня многие отрасли российской промышленности обладают большим экспортным потенциалом, в том числе и производство ювелирных изделий. По нашим расчетам, оно способно расти на уровне 10%

в год», – говорится в письме **Ильи СЕМИНА, директора Центра мониторинга развития промышленности**.

Эдуард УТКИН сообщил, что меры, предложенные в письме, в последние годы обсуждались неоднократно и Гильдия их поддерживает. «Экспорт снижается год за годом. Только за первое полугодие 2017 года по сравнению с прошлым годом вывоз ювелирных изделий сократился на 55%, а импорт вырос на 15%», – рассказал **Эдуард УТКИН**. По его мнению, тенденция к импортозамещению, которая наблюдалась в последние три года, закончилась. «Это связано с укреплением курса рубля и ростом издержек производства внутри страны. Импортировать изделия теперь выгоднее, чем производить в России», – отметил глава Гильдии ювелиров. – Для роста экспорта нужны реформы». И в первую очередь нужно упростить процедуры оформления ювелирных изделий на экспорт и для временного вывоза (на выставки).

Оптимизация ювелирного ретейла

Очевидно, что ювелирный рынок нужно анализировать в контексте положения на потребительском рынке в целом. В 2017 году на фоне

Специалисты рынка коммерческой недвижимости отмечают стремление ювелирных ретейлеров к минимизации расходов, связанных с арендой, и переход многих из них в торговые центры





улучшения макроэкономических показателей и укрепления курса рубля сформировалось ощущение стабилизации рынка, снизился уровень негатива в оценке своих перспектив со стороны потребителей. При этом, как мы уже говорили, для прорыва вверх и значительного подъема продаж на потребительских рынках достаточных оснований нет. И ситуация в ювелирном ретейле подтверждает этот тезис.

Из всех крупных ретейлеров, пожалуй, только «585/Золотой» заявляет об экспансии. Сеть рассказала о планах в 2017 году открыть 150–200 новых магазинов по франшизе, в том числе в Крыму. Таким образом, по итогам года она может увеличиться с 600 до 750–800 розничных точек. Кроме того, компания планирует расширить собственное ювелирное производство «Талант».

Общая же тенденция в ювелирном ретейле не настолько оптимистична. Например, старейшая петербургская ювелирная сеть «Ювелирторг» закрывает магазины. Компания закрыла несколько точек в Петербурге и других городах России. Причина закрытия магазинов – серьезное падение спроса на ювелирную продукцию, произошедшее за последние два года. В этой ситуации «Ювелирторг» нашел более прибыль-

ный способ использования собственных торговых помещений. По данным компании **JLL (Jones Lang LaSalle)** в Петербурге, площади закрывшихся магазинов «Ювелирторг» планирует сдавать в аренду.

Подобные проблемы испытывают и другие игроки. «Это общая тенденция. Многие сети закрывают нерентабельные магазины. Мы также закрыли две точки в Петербурге. Я думаю, что с учетом падения продаж и закредитованности отдельных ювелирных компаний этот год покажет нам не одно банкротство», – прокомментировал ситуацию для «РБК Петербург» **генеральный директор «Русских самоцветов» Сергей ДОКУЧАЕВ.**

Специалисты рынка коммерческой недвижимости также отмечают стремление ювелирных ретейлеров к минимизации расходов, связанных с арендой, и переход многих из них в торговые центры. «Пик развития ювелирного сегмента закончился года три назад. Тогда активно разворачивались такие сети, как «585/Золотой», Sunlight и Pandora. Сейчас операторы демонстрируют точечное развитие и тяготеют к размещению в торговых центрах, где популярен островной формат – на первых этажах у входных групп. Это позволяет минимизиро-

Ювелирные украшения, в которых можно выразить свою индивидуальность, являются результатом тщательного выбора и в кризис имеют более устойчивый спрос

вать арендную плату и к тому же расположить большое количество витрин. В формате стрит-ритейла предпочитают локации с высоким пешеходным трафиком. Ювелирные магазины, как правило, занимают помещения площадью 80–200 кв.м. На протяжении прошлого года новые точки открывали такие сети, как Silver & Silver, Brosco Jewelry, «Ювелирцентр» и «Белый бриллиант». Кроме того, планы на активное развитие в России анонсировали сети «585/Золотой» и «Московский ювелирный завод», – рассказал в комментариях portalу «Коммерческая недвижимость в Петербурге и ЛО» Александр ПРОСЕНКОВ, руководитель департамента street retail компании Colliers International в Санкт-Петербурге.

По данным этого портала, сегодня средняя площадь ювелирного магазина в Петербурге снизилась до 60 кв.м, хотя еще четыре года назад сети предпочитали открывать точки по 200 кв.м. В торговых комплексах ювелирные сети развивают два формата – полноценные магазины и островки. За последние идет наиболее острая борьба. Формат островков позволяет минимизировать арендную плату и при этом разместить большое количество витрин, считают игроки рынка.

Нишевые предложения

В компании Fashion Consulting Group считают, что кризисные годы сформировали относительно стабильный спрос на нишевые предложения в ювелирной отрасли. Говорит Анна ЛЕБСАК-КЛЕЙМАНС, генеральный директор Fashion Consulting Group: «Такие изделия оригинального дизайна, четко таргетированные на конкретную целевую аудиторию, всегда находят своего покупателя. Ювелирные украшения, в которых можно выразить свою индивидуальность, являются результатом тщательного выбора и в кризис имеют более устойчивый спрос.

Ниша малосерийных авторских ювелирных украшений в среднем и среднем плюс ценовых сегментах продолжает оставаться перспективной, например, красивые трендовые украшения по вполне доступной цене. С их помощью можно выглядеть на миллион, но потратить на это значительно меньше. Особым спросом пользуются кастомизированные украшения от fashion-брендов, наборные изделия (например, браслеты Pandora) и украшения на заказ».

Китайский синдром

Китайские туристы в среднем тратят в России около 530 долл. в день. Они предпочитают покупать ювелирные изделия, часы, одежду и другие вещи. В первом полугодии 2017 года туристический поток из Китая в Россию по безвизовому каналу вырос на 36% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, сообщил Ростуризм. В отдельных регионах число туристов из КНР увеличилось сразу на 300%.

В конце апреля компания Alibaba Group заявила о решении запустить в России свой платежный сервис Alipay в связи с увеличением количества китайских туристов, которые привыкли использовать за пределами КНР привычные для них сервисы. Первым партнером Alipay в России станет «Модульбанк», рассказали РБК представители банка и «Alibaba Россия». По их словам, первыми



ритейлерами, которые начнут прием Alipay, станут продавцы популярных среди туристов из КНР товаров – сети по продаже янтаря «Янтарь России», а также сувениров, российских и советских часов, которые расположены в центре столицы.

Однако китайцы также постепенно начинают тратить дома больше, чем за границей. За последние два года они значительно уменьшили свои расходы на товары класса люкс за рубежом. Если в 2014 году только 39% расходов на такие товары они совершали дома, а в поездках – 61%, сейчас эти доли кардинально поменялись. В 2016 году жители Китая сделали за рубежом только 35% дорогих покупок, а 65% пришлось на домашний рынок. Траты китайских туристов на шопинг за 2016 год снизились на 8%, отмечают **аналитики консалтинговой фирмы Oliver Wyman**. При этом в целом они не стали тратить меньше: расходы в поездках выросли на 3,5%. «Китайские туристы пересматривают расходы в пользу впечатлений, таких как изысканная кухня, необычные культурные путешествия и даже рискованные виды спорта», – поясняют аналитики Oliver Wyman.

Сокращение интереса к российскому золоту туристов из Китая отмечают также руководители некоторых ювелирных салонов на Дальнем Востоке. Спрос, который можно сравнить с объемом трехлетней давности, сохранился во Владивостоке и Благовещенске. А в Хабаровском крае роста продаж за счет китайцев уже не наблюдается. «Что касается китайцев, сейчас с их стороны особого интереса нет. Всплеск спроса был связан с падением рубля и укреплением курса юаня – при соотношении 1:15 покупать русское золото было выгодно. Юань вновь подешевел, держится в районе 8,5 рубля. А китайские туристы очень хорошо умеют считать деньги. Кроме этого, есть проблема с гидами, которые работают с ювелирными салонами и требуют большие «откаты» за то, что приводят китайцев именно в эти магазины. Свои аппетиты они уменьшать не хотят – это несмотря на то, что и уровень продаж, и ценовая планка упали. Таким образом, сейчас неуместно говорить об интересе китайцев к нашему золоту», – рассказал **Вячеслав СИВОГОРЛЫЙ, исполнительный директор сети ювелирных салонов «Изумруд»**, комментируя ситуацию в интервью изданию «Восток-медиа».

Роскошь в цене

Несмотря на экономическую ситуацию, глобальные люксовые бренды в России чувствуют себя гораздо увереннее, чем в целом по миру. Как пишет РБК, российские подразделения люксовых брендов за 2016 год показали больший прирост продаж, чем материнские компании в целом по миру. Это следует из финансовых результатов российских «дочек» известных модных домов – Tiffany & Co, Prada, Chanel и других (категории одежда, аксессуары, ювелирные изделия), которые работают в России самостоятельно и не входят в структуры крупнейших российских продавцов предметов роскоши, таких как Mercury, «ДжамильКо» или Bosco di Ciliegi.

«Россия всегда была любимым рынком для европейских люксовых брендов, и даже привлекательный Китай не убил эту любовь», – отмечает **Александр ШУМСКИЙ**, президент Mercedes-Benz Fashion Week Russia и Национальной палаты моды.

Мировые бренды за 2016 год уверенно считались о росте продаж в России, говорят данные «СПАРК-Интерфакса». Причем в большинстве случаев динамика показателей оказалась значительно лучше общемировой. Так, прода-

жи Tiffany & Co выросли почти на 30% – до 1,2 млрд руб., тогда как выручка глобального бизнеса знаменитой компании за прошлый год сократилась на 3% – до 4 млрд долларов. Выручка Prada в России выросла на 15%, притом что в мире сократилась на 11%. Продажи Chanel в мире снизились на 9%, а в России, напротив, выросли на 9%. Продажи Vogner в 2016 году должны были сократиться на 5%, прогнозировала компания, при этом в России они выросли на 12%. Продажи Burberry в мире сократились примерно на 0,5%, при этом в России они выросли на 200%.

«В 2017 году рост продаж люксовых товаров в стране продолжился», – рассказала **Марина МАЛАХАТЬКО**, директор отдела торговых помещений СВРЕ в Московском регионе, в интервью РБК. По ее словам, наиболее успешные бренды по показателям полугодия – Chanel, Dolce & Gabbana, Valentino, Louis Vuitton и Rolex. В целом, по данным СВРЕ, рост рынка товаров роскоши в рублях составил около 11,5%. «У некоторых французских и итальянских брендов Россия занимала до 30% в структуре продаж, – напоминает **Александр ШУМСКИЙ**. – Сейчас цифры, конечно, меньше, но все равно достаточно высокие, чтобы внимательно относиться к нашему рынку». 



**22-25
МАРТА
КРАСНОЯРСК 2018**

Итоги 2017 года:
10 093 посетителя из Китая, Москвы и Московской области, Великого Новгорода, Иркутской области, республик Тыва, Хакасия, Бурятия, Кемеровской области, Новосибирской области, Самары, Санкт-Петербурга, Томска и Красноярского края
106 экспонентов из разных городов и регионов России

**ВЫСТАВКА-ПРОДАЖА
ЮВЕЛИРНЫЙ САЛОН СИБИРИ**

- ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ
- ЧАСОВОЙ САЛОН
- САМОЦВЕТЫ
- ОБОРУДОВАНИЕ И ЮВЕЛИРНОЕ СЫРЬЕ

МВД «СИБИРЬ»
ул. Авiators, 19
тел.: (391) 22-88-612, 22-88-611
e-mail: gold@krasfair.ru
www.krasfair.ru

0+



БРОННИЦКИЕ
ЦЕПИ

BRONNITSY.COM
ONLINE MARKET



Скидка **20%**

на все заказы в серебре
на время проведения
выставки (от 1 кг.)