

Фото: lenta.ru

ЖИЗНЬ ПОСЛЕ КАРАНТИНА

Итоги и перспективы

Отрасль ювелирных изделий понесла в период пандемии колоссальные потери. В первую очередь это произошло из-за падения спроса, так как снизилась покупательная способность и выросли цены на драгоценные металлы и камни.

В недавнем опросе McKinsey & Company ювелирные изделия стали одним из предметов роскоши, от покупки которых потребители больше других хотели воздержаться после COVID-19.

Как обстоят дела в ювелирной отрасли после карантина – рассмотрим в этой статье.

Татьяна МИХАЙЛОВА

В II квартале 2020 года уровень потребительского доверия во всем мире пережил самое драматичное снижение за все время измерений в течение последних 15 лет – говорится в ***глобальном исследовании потребительского доверия The Conference Board®, подготовленном в сотрудничестве с компанией Nielsen.***

В России он опустился до 62 пунктов – минус 6 п.п. по сравнению с IV кварталом 2019 года. (Здесь и далее сравниваются II квартал 2020-го и IV квартал 2019 года как наиболее наглядные примеры двух периодов – до пандемии COVID-19 и после основной волны кризиса.) В последний раз аналогичный результат, ставший антирекордом, был зафиксирован в I квартале 2019 года.

Число россиян, ожидающих «хороших» или «отличных» финансовых перспектив в ближайшие 6 месяцев, во II квартале 2020 года сократилось до 23% (минус 10 п.п.) по сравнению с IV кварталом 2019-го. Доля тех, кто считает, что сейчас подходящее время тратить деньги, сократилась до 17% (минус 3 п.п.). А уверенными в перспективах на рынке труда себя назвали только 15% (минус 6 п.п.).

«Негативное влияние пандемии COVID-19 ощутили большинство стран во всем мире, поэтому текущее значение индекса потребительского доверия ни для кого не стало сюрпризом. Часть россиян потеряли работу, другие лишились доли заработка и оказались в ситуации неопределенности, что привело к перераспределению трат и сокращению расходов. Сильнее всего во II квартале потребители в России переживали за экономику страны, в этом признались 39% опрошенных, тогда как даже о здоровье в текущей ситуации беспокоилось меньше опрошенных – только 30%. Но одновременно с этим доля тех, кто уверен в выходе из кризиса в течение года, увеличилась с 6 до 17%, что может быть признаком того, что в обозримом будущем тренд изменится в позитивную сторону», – комментирует **Марина ВОЛКОВА, директор по аналитике и консалтингу Nielsen Россия.**

Однако в июне одна за другой прошли новости о восстановлении потребительского спроса в России. «Были слухи, что у людей в пандемию будет меньше денег, однако денег оказалось даже больше, – пояснил **председатель комитета по развитию электронной коммерции ТПП РФ Алексей ФЕДОРОВ в рамках онлайн-конференции «Трансформация оптовой и промышленной торговли».** – Люди стали меньше тратить на развлечения, меньше ходить в рестораны. А вот на различные товары начали тратить больше, потому что это в какой-то степени позволяет избежать некой «психологической травмы». Особенно это относится к покупателям женского пола. Уверен, что когда мы увидим цифры оборота к концу года, это будет не менее 40 триллионов рублей против 35 триллионов в прошлом году».



Источник: Исследование потребительского доверия The Conference Board® Global Concumer Conference™ Survery, подготовленное в сотрудничестве с Nielsen, II квартал 2020 года

По итогам июня общий оборот платежей в эквайринговой сети ВТБ превысил результаты мая на 30%, апреля – на 60%, февраля – на 3%. В список самых востребованных категорий покупок вошли товары для дома и дачи, автоуслуги, электроника. Согласно сведениям входящего в группу ВТБ оператора фискальных данных «Первый ОФД», в целом по России число покупок в июне выросло на 33,5% по сравнению с периодом самоизоляции, который длился с 30 марта по 10 мая.

Сбербанк также заявил, что в июле резко выросли расходы россиян на покупки. С 29 июня по 5 июля они вышли на уровень 2019 года, увеличившись по сравнению с предшествующей неделей на 6,2 и на 0,1% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Аналитики банка связали это с социальными выплатами (семьям с детьми, медицинским и социальным работникам, безработным), которые поступили гражданам в начале месяца. Полученные деньги люди в основном потратили на одежду, аксессуары, бытовую технику, электронику и мебель.

Пандемия в отрасли

Ювелирная отрасль – индикатор экономического состояния страны. Есть уверенность в завтрашнем дне – растет спрос на ювелирные изделия. Уверенности нет – в ювелирной отрасли дела идут плохо. Как обстоят дела сейчас?

«Ювелирная отрасль в этом кризисе оказалась между молотом и наковальней», – считают в **Гильдии ювелиров РФ.** С одной стороны – снижение спроса на ювелирку, с другой – рост цен на сырье от поставщиков. По данным гильдии, объем производства ювелирных изделий в 2020 году снизился в сравнении с прошлым на 35%. Розничные продажи упали на 15%. Рост цен на золото с начала года составил 50%. Рост цен на серебро – 80%. Рост цен на ювелирные камни – 30%. Такая динамика подтверждает прогнозы об ухудшении ситуации во втором полугодии 2020 года». В отрасли развивается полномасштабный кризис, угрожающий массированным сокращением рабочих мест и закрытием части предприятий», – отмечают **эксперты Гильдии ювелиров России.**

По данным **оператора фискальных данных «Такском»,** продажи ювелирных украшений после прихода в Россию пандемии коронавируса сократились почти в два раза. Проанализировав 18 млрд кассовых чеков, «Такском» приводит статистику: с марта по май 2020 года было куплено на 50% меньше украшений, чем за аналогичный период годом ранее. Падение объемов началось с января 2020 года – 27%, а средний чек уменьшился на 2,3%. Это особенно ощутимо, потому что предыдущий год показал рост на 5%.

Как снизился спрос на украшения:

- серьги из серебра – минус 61%;
- кольца из серебра – минус 60%;
- цепочки и подвески из золота – минус 62%;
- золотые кольца – минус 53%;
- браслеты из золота – минус 52%.

«За указанный период больше всего сбросили в цене золотые браслеты, они потеряли 14%, а серебряные, наоборот, прибавили 10%», – отмечают в «Такском».

Медленное восстановление

На фоне постепенного смягчения карантинного режима спрос медленно восстанавливается. Об этом отчасти может свидетельствовать рост числа запросов в Google о кольцах с бриллиантами. Так считают **аналитики «БКС Глобал Маркетс» Кирилл ЧУЙКО, Олег ПЕТРОПАВЛОВСКИЙ и Артем БАГДАСАРЯН.** «Популярность запроса «кольцо с бриллиантом» в поисковике Google растет. Отложенный спрос постепенно накапливается, что в итоге должно способствовать росту покупательской активности, особенно в сегменте свадебных колец, на который приходится около 25% продаж в денежном выражении в ключевых регионах (США, Китае, Японии)», – сказано **в обзоре «БКС Глобал Маркетс».**

Статистика говорит нам, что в мае производство потихоньку начинает оживать. По сравнению с апрелем текущего года показатель немного, на 0,8%, но подрос. Хотя в целом по отношению к маю прошлого года в мае 2020-го Россия сократила производство ювелирных изделий из золота и серебра в стоимостном вы-



Фото: murmansk.bezformata.com

ражении на 59,7% – до 2,6 млрд рублей, сообщил **Росстат.** Всего за первые 5 месяцев 2020 года было произведено золотых и серебряных украшений на 23,4 млрд рублей, что на 33,6% меньше результата соответствующего периода прошлого года.

Данные Пробирной палаты также свидетельствуют о начале восстановления объемов выпускаемой продукции. Так, в апреле в **Верхне-Волжское межрегиональное управление Федеральной пробирной палаты** поступило чуть более 200 тыс. изделий. В мае 2020 года на проведение пробирных операций в палату поступило уже 428 тыс. изделий. А в июне предприятия Костромской области передали на клеймение в два раза больше изделий, чем месяцем ранее, – свыше 838 тыс. штук. Увеличилось и количество предприятий, направляющих изделия в Пробирную палату. По итогам июня на клеймение изделия передали 218 ювелирных организаций Костромской области, что на 57 предприятий больше, чем в мае, и на 122 больше, чем в апреле. За первые две недели июля в ведомство обратились уже 177 ювелирных предприятий области.

Некоторые частные ювелиры отметили в это время повышенный спрос на изделия под заказ. Например, дизайнер-ювелир **Олеся ПОЛЯНСКАЯ** рассказала, что летом среди ее покупателей наблюдался повышенный спрос на производство изделий под заказ. По ее словам, за период самоизоляции у клиентов аккумулировалось некоторое количество нереализованных заказов, вследствие чего и наблюдался рост продаж. «В последнее время большим спросом пользуются изделия с одним бриллиантом. Такие изделия в бóльшей степени являются инвестиционными. Они в основном не перегружены дополнительными элементами дизайна», – поделилась с журналом Life ювелир. Она также рассказала, что с начала года со стороны ее клиентов наблюдается устойчивая тенденция к экономии. Чаще стали заказывать бюджетные изделия с минимумом драгоценных камней. Кроме того, покупатели четко разделились на две категории: те, кто покупает бюджетные изделия, и те, кто инвестирует в покупку бриллиантов. Ювелир добавила, что практически полностью исчез спрос на изделия среднего ценового диапазона.

Популярный онлайн

После законодательного разрешения онлайн-продаж в ювелирной отрасли все больше набирают популярность маркетплейсы как канал продаж ювелирных изделий. Wildberries, Lamoda, Беру.ру, Ozon еще в прошлом году



начали вводить ювелирные изделия в свой ассортимент. В этом году категория «Ювелирные изделия» появилась и на сайте **маркетплейса goods.ru**, входящего в ГК «М.Видео–Эльдорадо». В настоящее время на площадке доступны более 25 тыс. SKU*, среди которых украшения Pandora, Tous, Sunlight и других брендов. «До конца лета мы планируем подключить несколько крупных мерчантов, среди которых один из ведущих игроков рынка ювелирных изделий – бренд Sokolov. Это позволит нам расширить ассортимент еще на 10 тысяч SKU и предложить клиентам более широкий выбор украшений и часов самых разных стилей», – рассказывает **Ирина ДУШИНА, управляющая товарной категорией «Аксессуары» на goods.ru.**

Продажи ювелирной продукции на **Wildberries** во II квартале 2020 года выросли на 129% – до 1,1 млрд рублей год к году, сообщил РБК со ссылкой на пресс-службу российского онлайн-ритейлера. Отмечается, что наибольшей популярностью у россиян пользовались украшения из золота – рост продаж составил 186% год к году. В первой половине июля сохранился высокий спрос на ювелирные изделия в связи с сезоном свадебных торжеств. Продажи обручальных колец с 1 по 15 июля выросли на 194% год к году, диадем – на 100%, запонок – на 77%. Также россияне активно покупали в июле подвески (+272% год к году), колье и цепочки (+160%), серьги (+125%) и браслеты (+112%). Помимо прочего вырос

Справка

***SKU** (сокр. от англ. Stock Keeping Unit – складская учетная единица) – идентификатор товарной позиции (артикул), единица учета запасов, складской номер, который используется в торговле для отслеживания статистики по реализованным товарам/услугам. Каждой продаваемой позиции, будь то товар, вариант товара, комплект товаров (продаваемых вместе), услуга или некий взнос, назначается свой SKU.

спрос на ювелирные четки (рост продаж составил +416% год к году), ювелирные иконы (+212%) и столовое серебро (+99%).

Самой дорогой покупкой на Wildberries за текущий период стала золотая брошь с бриллиантами и изумрудом стоимостью 166 тыс. рублей, которую доставили покупателю в город Набережные Челны (Республика Татарстан). Другими дорогостоящими покупками стали серьги из желтого золота и бриллиантов за 132 тыс. рублей, приобретенные в Усть-Илимске в Иркутской области, а также золотая цепь ручной работы за 125 тыс. рублей, которую приобрел житель Москвы.

В период пандемии **компания «Бронницкий ювелир»** оперативно перевела продажи в онлайн и превратила свой сайт в маркетплейс. Активная работа с клиентами и поиск новых каналов коммуникации и продаж позволили ритейлеру не только выжить, но и нарастить объемы. Об этом рассказала **Ксения ДОЦЕНКО, исполнительный директор компании «Бронницкий ювелир»,** на XVII форуме «Ритейл в России», организованном изданием «Ведомости».

«Мы привлекли новых поставщиков, расшили ассортимент до 20 тысяч SKU, – рассказала **Ксения ДОЦЕНКО.** – Произошло перемещение спроса в онлайн-каналы, и работа интернет-магазина позволила нам не потерять объемы продаж. Работая в интернете, мы приложили немало усилий, чтобы покупка ювелирных изделий продолжала дарить людям приятные эмоции. Мы предоставили клиентам возможность комфортно выбирать украшения – привозили несколько товаров на выбор. Давно тестировали, но во время пандемии наконец внедрили видеоконсультации: клиент мог нажать на специальную кнопку рядом с изображением украшения на сайте и получить видеоконсультацию от продавца, который все тщательно показывал и примерял на себе. Были клиенты, которые совершенно не хотели идти в интернет-магазин. Наши продавцы продолжали работать в самоизоляции – активно обзванивали покупателей, рассказывали о коллекциях, демонстрировали украшения через Viber и WatsApp и таким образом продолжали продавать. За время пандемии у нас вырос средний чек – люди стали покупать более дорогие украшения».

По ее словам, теперь, когда магазины открылись, средний чек сохранился, и выручка офлайн-магазинов восстановилась до уровня прошлого года. «При этом онлайн-продажи продолжают расти. Часть людей, вынужденных в карантин покупать онлайн, продолжают это делать до сих пор. По нашим оценкам, примерно 20% лояльных покупателей, раньше совершавших покупки в салонах, остались в онлайне. После открытия физических магазинов не только вернулись лояльные, но и пришли новые покупатели», – отметила **ДОЦЕНКО.**

Кроме того, в период изоляции у «Бронницкого ювелира» в несколько раз выросла выручка ювелирного ателье. Это специальный сервис для клиентов, которые хотят заказать для себя что-то необычное, то, чего нет в основном ассортименте: «Это нам очень помогло. Находясь дома, люди высвободили время и решили, что могут осуществить свои давние мечты», – поделилась **ДОЦЕНКО.**

Каковы прогнозы?

Увеличение доли онлайн-продаж ювелирных изделий, впрочем, не может нивелировать общий кризис в отрасли, вызванный пандемией. Во-первых, рост цены ювелирных изделий препятствует увеличению их привлекательности в глазах потребителей. Рублевая цена золота за первый квартал 2019 года возросла на 14%, за второй – на 4%, а за прошедший период 2020 года побила все мыслимые и немыслимые исторические рекорды. Сейчас цена желтого металла колеблется вокруг многолетних максимумов – около 1950 долларов за унцию (данные на момент написания статьи. – *Прим. ред.*).

К тому же общее снижение доходов и покупательной способности населения способствуют затяжному кризису отрасли. За первое полугодие 2020-го потребительские расходы россиян сократились в среднем на 11,5 тыс. рублей. К такому выводу пришли специалисты международной **аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza.** Отмечается, что это оказалось максимальным значением с 2006 года. До этого на протяжении 13 лет траты граждан только

росли. Среди регионов с самыми экономными жителями специалисты называют Москву. Расходы жителей столицы, подсчитали аналитики, за 6 месяцев упали на 41 тыс. рублей.

Стремление сэкономить эксперты объясняют желанием создать финансовую подушку безопасности: за прошедшие месяцы объем сбережений на черный день увеличился почти в пять раз. В середине августа аналитики говорили о том, что в этом году Россию может ждать первое за 20 лет падение розничной торговли. В зоне риска оказываются продавцы одежды и обуви, ювелирных изделий и автомобилей, а восстановления рынка ждут только в будущем году.

Трансформация ритейла

Многие эксперты сейчас говорят о том, что розница должна трансформироваться. Покупатель изменился, COVID-19 для многих стал точкой входа в мир онлайн-шопинга, из которого не все вернутся. Онлайн-торговля в России превысила 10% (10,9%) всего оборота ритейла. Для нашей страны это исторический рекорд. «Такого показателя не было никогда в жизни», – цитирует «Интерфакс» **президента Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Артема СОКОЛОВА.**

За первое полугодие 2020 года объем онлайн-продаж составил 1,654 трлн рублей. Это вдвое больше, чем за такой же период прошлого года. Российский рынок e-commerce приблизился к таким развитым рынкам, как США (13,9%). В то же время он серьезно отстает от Китая, где на его долю приходится 29,9%, отметил президент АКИТ.

Бизнес, который до этого смотрел на e-commerce как на что-то чужеродное и непонятное, уже пытается встроиться в новую реальность. Что касается офлайна – он будет жить, но трансформация и диджитализация пойдет ускоренными темпами. Согласно исследованию SearchNode, 21% европейских онлайн-магазинов уже являются маркетплейсами, а 6% планируют стать таковыми в 2020 году. Пример «**Бронницкого ювелира**» также показал, что и в российском ювелиром онлайн-пространстве процесс запущен довольно успешно.

Спрос на алмазы и бриллианты

В «АЛРОСА» считают, что если сценарий второй волны не реализуется, то закупки алмазов огранщиками активизируются к сентябрю. Об этом в комментарии к отчетности за II квартал сказал **замглавы компании Алексей ФИЛИППОВСКИЙ.** «Признаки восстановления уже наблюдаются в ритейле – в июне спрос на ювелирные украшения в США был на 1,9% выше значения прошлого года, отмечается рост потребительской активности в Китае. Также мы видим первые признаки восстановления импорта алмазов в Индию по мере роста экспорта ограненных камней. Пока этот рост удовлетворяется внутренними запасами огранщиков, но, по нашим оценкам, восстановление покупательской активности огранщиков начнется уже в сентябре в преддверии сезонного роста спроса на бриллианты в ноябре–январе», – сообщил он. **ФИЛИППОВСКИЙ** назвал этот сценарий возможным и «осторожным» в случае, если не произойдет второй волны распространения коронавируса.

При этом в августе 2020 года «АЛРОСА» отчиталась о росте продаж алмазов. Как следует из сообщения компании, их было продано на сумму 202,1 млн долларов против 180,2 млн годом ранее, бриллиантов – на 14,6 млн долларов (1,5 млн в августе 2019 года). Таким образом, по сравнению с показателем августа прошлого года компания нарастила продажи алмазов более чем на 11%, бриллиантов – почти в 10 раз.

Отраслевой аналитик Эдан ГОЛАН (Edahn Golan) также ожидает, что алмазная отрасль будет восстанавливаться неупорядоченным и медленным темпом до ноября или декабря этого года после пандемии COVID-19. «Вся алмазная отрасль опирается на розничную торговлю. А в рознице скопились определенные складские запасы, ей не нужно покупать что-нибудь у оптовиков, а им не нужно ничего брать у производителей бриллиантов, поскольку и у них скопились большие складские запасы. И так на протяжении всего алмазопровода, – отметил **Эдан ГОЛАН.** – Так что мы видим отрасль, терпеливо ожидающую, когда потребители вернутся в магазины и снова станут делать покупки».



СИЯНИЕ ЧИСТОГО СВЕТА

JUVEDEL

ювелирные изделия из серебра 925 пробы

Честная цена-нет оптовой наценки- собственное производство

Не нужно ждать срок производства/Склад готовой продукции в большом объеме (Широкий ассортимент легковесных изделий из серебра с жемчугом, изделий с полудрагоценными и искусственными вставками, серебряные цепи ручного плетения, Итальянские цепи)

· Актуальный ассортимент-группа рентабельности А
· Безопасное партнерство/изделия изготавливаются из банковских слитков, приобретенных в банке
· Бесплатная доставка
· Производство полного цикла/пакетное предложение по разработке ассортимента под потребности клиента

JUVEDEL

Наш офис располагается по адресу

Москва, Дмитровское шоссе, 100, к. 2, офис 143

Тел.: +7 (495) 755-63-65

Моб.: +7 (962) 955-22-99

+7 (965) 346-37-85

E-mail: info@juvedel.ru

juvedel.ru

РЕКЛАМА