



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Москва, апрель 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1.1. Определение предмета исследования

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие и смежные рынки

Золото

Серебро

Алмазы и бриллианты

Цветные ювелирные камни

Платина

Палладий

Смежные рынки. Рынок бижутерии

1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

2.1. Сегментация Рынка по типу изделий

2.2. Ценовая сегментация рынка

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

3.1. Объем рынка

Общий объем рынка

Изделия из золота

Серебро

Палладий и платина

3.2. Импорт ювелирных изделий

Импорт золотых ювелирных изделий



Импорт серебряных ювелирных изделий

3.3. Экспорт ювелирных изделий

3.4. Темпы роста Рынка

3.5. Емкость Рынка

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

4.2. Сегментация игроков рынка

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод»

«Алмаз-Холдинг»

Холдинг «Ювелирный дом «Яшма»

ОАО «Красноярский завод цветных металлов имени В.Н. Гулидова»

(«Красцветмет»)

ОАО «Русские самоцветы»

ОАО «Московский ювелирный завод»

4.4. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Ценообразование на рынке

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

5.4. Основные каналы продвижения на рынке

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

6.3. Влияние кризиса на потребительскую активность

6.4. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEEPLE-анализ рынка



7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



I. ВВЕДЕНИЕ

Развивающийся ювелирный рынок России, имея за плечами богатый сырьевой потенциал, на сегодняшний день является одной из немногих свободных мировых зон для успешной деятельности ювелирного бизнеса. Начиная с 2000 г. ежегодный прирост ювелирного производства составлял 20 – 30%, при этом до 40% ювелирных изделий по различным схемам ввозилось российскими предприятиями из-за рубежа и апробировалось как собственный продукт.

В настоящем исследовании дана подробная характеристика текущей ситуации на рынке ювелирных изделий, описаны основные стратегии и планы развития крупнейших игроков, приведен анализ мировых рынков сырья для производства ювелирных изделий, а также потребительских предпочтений, изменившихся под влиянием кризиса. Исследование содержит подробные количественные данные о темпах роста и объеме рынка, начиная с 1994г.

Исследование представляет интерес, как для отечественных производителей ювелирных изделий, так и для торговых компаний, занимающихся импортом/дистрибуцией. А также для представителей розничной торговли.



II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка ювелирных изделий: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок ювелирных изделий (далее Рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку;
- открытые статистические данные;
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ);
- сайты поставщиков изучаемых услуг.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1.1. Определение предмета исследования

.....

1.2. Показатели социально-экономического развития

Основной тенденцией 2010 года стало постепенное продолжение восстановления экономической активности, начавшейся во второй половине 2009 года.

Восстановлению роста в 2010 году способствовало улучшение ситуации в мировой экономике, оживляющийся внешний спрос и рост цен на сырьевые товары российского экспорта, восстановление фондовых индексов и укрепление позиций платежного баланса. Наряду с внешним спросом, положительный вклад вносило восстановление внутреннего спроса, как инвестиционного, так и потребительского, стимулируемого антикризисными мерами, а также восстановление запасов.

.....

1.3. Влияющие и смежные рынки

Влияние на изучаемый рынок оказывают:

- рынок драгоценных металлов (золота, серебра, палладия, платины)
- рынок драгоценных камней (алмазов, бриллиантов, цветных камней)

Золото

Спрос на золото во всем мире в 2010 году достиг своей высочайшей отметки за последние 10 лет по объему и побил все рекорды по цене, усилив спрос на золото во всех секторах. В 2010 году годовой спрос повысился до на сумму приблизительно Это привело к тому, что

.....



Ключевые факторы¹:

• Ювелирный сектор переживал сильный подъем в 2010 году, годовой спрос по сравнению с 2009 годом вырос на ...%. Азиатские потребители, особенно Китай и Индия, возглавили рынок, и в 2011 году спрос в этих странах будет продолжать расти.

• Восстановление индийского рынка и все больше усиливающийся спрос на золото в Китае способствовало тому, что спрос

.....
.....

-
-

Статистические данные по спросу на золото за 2010²:

• Объем спроса на золото достиг своей высшей 10-летней отметки и составил ..., тонн. Спрос вырос на

-
-
-
-

Основными факторами, которые будут определять будущее поведение котировок драгоценных металлов в 2011 году, станет

.....
.....

Ожидается, что золото в 2011 году

¹ <http://rjexpert.ru/>

² <http://rjexpert.ru/>



Серебро

Рекордные цены на золото постепенно меняют предпочтения потребителей в сторону серебра. Цены на серебро, поднялись на 2,3% до за унцию, чему способствовали позитивные настроения инвесторов.

Естественно, что быстрый рост стоимости серебра при отсутствии и даже снижении розничных продаж вдвойне отрицательно сказался на рынке столового серебра. Кроме того, в начале кризиса многие ювелирные предприятия с целью сохранения производства перешли в более дешевый сегмент продукции — перепрофилировались с золотых изделий на серебряные. Многие ювелирные магазины также обратили внимание на серебряные украшения и недорогое столовое серебро, поскольку спрос на золотые изделия упал и в рознице.

Алмазы и бриллианты

Согласно официальной статистике, опубликованной Министерством финансов Российской Федерации, Россия в ... раза увеличила экспорт алмазного сырья за 9 месяцев 2010 года по сравнению с аналогичным периодом 2009 года, доведя его в физическом выражении до ... каратов. В стоимостном выражении экспорт вырос

Цветные ювелирные камни

.....

Платина

.....

Палладий

.....



Смежные рынки. Рынок бижутерии

До кризиса рынок украшений был одним из наиболее быстрорастущих в России. Динамичное развитие рынка бижутерии и аксессуаров было связано с популяризацией использования бижутерии в повседневной жизни, всплеском активности на рынке одежды, ростом покупательской способности населения и приходом в Россию большого количества крупных мировых игроков рынка украшений, таких, как Diva, Accessorize, Claire's, InessM. PARIS, GUESSAccessories и др.

В 2008 году, под влиянием мирового экономического кризиса, темпы роста рынка бижутерии замедлились практически в 2 раза. А по итогам 2009 года наблюдалось заметное снижение продаж бижутерии в долларах.....



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

2.1. Сегментация Рынка по типу изделий

Наиболее наглядной представляется следующая сегментация российского рынка ювелирных изделий:

- изделия из драгоценных металлов без ювелирных вставок;
- изделия с синтетическими и полудрагоценными камнями
- изделия с бриллиантами и цветными драгоценными камнями

По структуре ассортимента

- ...% изделий из драгоценных металлов без ювелирных вставок;
-% изделий с синтетическими и полудрагоценными камнями;
-% изделий с бриллиантами и цветными драгоценными камнями.

При этом структура выручки несколько отличается:

-% выручки от изделий из драгоценных металлов без ювелирных вставок;
-% выручки от изделий с синтетическими и полудрагоценными камнями;
-% выручки от изделий с бриллиантами и цветными драгоценными камнями.

Статистика государственных служб, регулирующих оборот ювелирных изделий в России, исходит из следующей классификации:

- ювелирные изделия из золота;
- ювелирные изделия из серебра;
- ювелирные изделия из платины и палладия.

2.2. Ценовая сегментация рынка

Все ювелирные изделия можно условно разделить на несколько ценовых категорий:

- нижний сегмент / масс-маркет — изделия средней стоимостью до \$250



Маркет Аналитика

- средний сегмент — \$...
- верхний средний сегмент — от \$... до \$... за изделие
- премиальный сегмент / de luxe — от \$.....



3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

3.1. Объем рынка

Общий объем рынка

Начиная с 2000 г. ежегодный прирост ювелирного производства составлял 20-30%, при этом до 40% ювелирных изделий

Предкризисная осень 2008г. характерна резким ростом спроса на украшения - до 90% по сравнению с традиционными показателями. В 2009-2010 гг.

Оценки объема внутреннего рынка ювелирных изделий всегда существенно варьировались в разных источниках.

По оценкам экспертов, доля контрабандного импорта на российском рынке состоит примерно в ...%. Существуют экспертные мнения, по которым доля контрабандного импорта на российском рынке в отдельные периоды достигала%.

Общий объем ювелирного рынка в России, по оценкам ряда государственных структур и авторитетных участников рынка, составлял:

- в 2006 г. -\$4,95 млрд. (135,21 млрд. руб.)
- в 2007 г. - \$.....
- в 2008 г. - \$.....
- в 2009 г. - \$.....
- в 2010 г. - \$.....

3.2. Импорт ювелирных изделий



Доля импорта золотых ювелирных изделий по итогам 2010 г. увеличилась до млн. шт. (...%) от общего объема апробированных и клейменых изделий из золота, в то время как в 2009 г. доля импорта (легального) составляла%.

По официальным данным, импорт ювелирных изделий из серебра в 2010 г. увеличился на%, по сравнению с предыдущим годом, до млн. изделий.

3.3. Экспорт ювелирных изделий

По косвенным данным, объем экспорта ювелирных изделий из России сегодня составляет

3.4. Темпы роста Рынка

Начиная с 2001 года ювелирная отрасль интенсивно развивалась, ежегодный прирост объемов производства вплоть до начала финансового кризиса составлял ...%. Это произошло в результате уменьшения налоговой нагрузки на отрасль (отмена акцизного налога) с одной стороны, и увеличением реальных доходов населения с другой.

В последние два года в результате мирового финансового кризиса изменился спрос на золото:

3.5. Емкость Рынка

Потенциал российского рынка ювелирных изделий, как и рынков других развивающихся стран, можно считать существенным. Стратегической задачей для российских производителей является сокращение доли нелегального импорта, который, как уже говорилось, занимает от% всех товаров в рознице.



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции

В России в течение последних семи лет наблюдался процесс постепенной консолидации основных игроков ювелирного бизнеса на региональном и федеральном уровнях, начали создаваться вертикально интегрированные производственные холдинги, имеющие собственные розничные торговые сети.

Сегодня конкуренция на российском рынке ювелирных изделий достаточно высока.

.....

4.2. Сегментация игроков рынка

Основные игроки российского рынка ювелирных изделий — это отечественные производители и оптовые фирмы — торговые представители, занимающиеся импортом продукции или сотрудничающие с российскими компаниями.

.....

4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод»

www.adamas.ru

О компании

- Компания существует с 1993 года. Являясь производственным предприятием полного цикла, выпускающая ювелирные изделия всех ассортиментных групп массового спроса, кроме того, изготавливающая ювелирные коллекции небольших серий, а также эксклюзивные украшения по индивидуальным заказам.
- В производственный комплекс компании входят 4 завода в разных регионах России.



- Каждое ювелирное изделие компании защищено уникальным средством индивидуализации - оттиском именника с товарным знаком «АДАМАС».

Стратегическое развитие

- В магазинах компании 75% продукции собственного производства, остальной ассортимент «Адамас» закупает у других производителей.
- Предприятие ориентируется на средний уровень доходов клиентов. Но наравне с массовым производством компания развивает и более дорогое, мелкосерийное, изготавливает эксклюзивные украшения по индивидуальным заказам.
-
-

Планы развития

- Расширение собственного ювелирного производства и торговых площадей. Дальнейшее изучение спроса и потребностей покупателей.
- Долгосрочные планы развития включают строительство нового завода мощностью 1 млн. изделий (3 тонны) в год. Вероятное расположение завода — в Туле, Ижевске или других городах с наличием кадровых ресурсов.
-
-

Распространение

- Федеральная розничная сеть начала формироваться в 1994 г. и в настоящее время насчитывает более 170 фирменных и франчайзинговых магазинов, работающих под Торговой Маркой «АДАМАС».
-

Показатели деятельности

-



-
-
-

География деятельности

- Розничные магазины компании действуют в 67 населенных пунктах во всех федеральных округах
- Ювелирные изделия официально экспортируются в Украину, Беларусь, Литву, Латвию, Эстонию, Молдову, Казахстан.

Ассортимент

Компания выпускает ювелирные изделия всех ассортиментных групп массового спроса, кроме того, изготавливает ювелирные коллекции небольших серий («Ювелирные Мастера»), а также эксклюзивные украшения по индивидуальным заказам (марка ARTIGIANO)

Преимущества

- Прочное лидерство по объемам производства
- Строгие стандарты качества
-
-
-
-

«Алмаз-Холдинг»

www.almaz-holding.ru

О компании

Компания основана в 1993 г. на базе завода «Красносельский Ювелирпром» - предприятия с 90-летней историей.



Компания объединяет производственные площади в Москве, Московской области, Казани, Костроме, в Костромской области (с. Красное-на-Волге) и в Плесе.

Стратегическое развитие

- Компания является крупнейшим на рынке экспортером ювелирной продукции и поставляет за рубеж более 30% продукции. Считая экспортное направление наиболее перспективным, «Алмаз Холдинг» будет увеличивать свое присутствие на международных выставках
-
-

Планы развития

- Компания планирует значительно повысить роль отдела эксклюзивной продукции и экспериментальных цехов. Продолжится практика внедрения в серийное производство нестандартных ювелирных изделий, отличающихся оригинальным дизайном.
-
-
-
-

Распространение

- Компания развивает собственную розничную сеть и работает с оптовыми организациями

Показатели деятельности

-
-
-



География деятельности

-

Ассортимент

.....

Преимущества

-
-
-

Холдинг «Ювелирный дом «Яшма»

www.yashmazoloto.com

О компании

История холдинга берет свое начало в 1998 г., с создания ОАО «Торгово-производственной компании «Яшма». Сам холдинг был образован в 2001 г.

Сегодня Ювелирный дом «ЯШМА» объединяет 10 крупнейших ювелирных заводов России:

- Торгово-производственная компания «ЯШМА»
- ООО «Русский бриллиант»
- Бронницкий ювелирный завод "Кристалл"
- Красносельский ювелирный завод "Кристалл"
- Ювелирный завод "ЯШМА-ВРЕМЯ"
- Ивановский завод "ЯШМА-ПЛЮС"
- Костромской завод "ЯШМА-КОСТРОМА"
- Красносельский ювелирный завод "ЯШМА"
- Красносельская ювелирная мануфактура
- Производство эксклюзивных ювелирных изделий «Стелла -Эксклюзив».



-

**ОАО «Красноярский завод цветных металлов имени В.Н. Гулидова»
(«Красцветмет»)**

www.krastsvetmet.ru

О компании

- «Красцветмет»— комплекс с полным производственным циклом: от создания эскизов и литья сплавов до алмазной огранки и финишной обработки
- Запуск производства состоялся в 1994г.
- ОАО «Красцветмет» - единственный в мире завод, который извлекает все восемь драгоценных металлов – золото, платину, палладий, родий, иридий, рутений, осмий и серебро.
- ОАО «Красцветмет» - единственное предприятие в России, которое вяжет цепи из платины и палладия

-

ОАО «Русские самоцветы»

www.russam.ru

О компании

- Фирма является историческим правопреемником Санкт-Петербургской школы ювелирного и камнерезного искусства конца XIX - начала XX веков, в том числе и фирмы Карла Фаберже.
- Общество для содействия развитию и улучшению кустарного гранильного и шлифовального промысла «Русские самоцветы» было создано в 1912 г. (Императорский указ Николая II). В 1922 г. переименовано в Государственный Трест «Русские самоцветы» (Декрет Совнаркома)
- Новейшая история началась в 1993г. с образованием АО «Русские самоцветы»



-

ОАО «Московский ювелирный завод»

www.miuz.ru

О компании

- С 1993 года ОАО «МЮЗ» входит в группу компаний Леваева, вместе с международными компаниями из различных областей бизнеса. Группа Леваева – это ведущий международный концерн по продаже алмазного сырья и бриллиантов.

-

Таблица 1. Сравнительный анализ крупнейших игроков рынка

Компания	Доля рынка, %	Наличие собственной сети	Число собственных магазинов	Специализация/ассортимент
ООО «АДАМАС» столичный ювелирный завод»				
«Алмаз - холдинг»				
Холдинг «ЮД «Яшма»				
ОАО «Красцветмет»				
ОАО «МЮЗ»				
ОАО «Русские самоцветы»				

Источник: «Маркет Аналитика»



5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

Тенденции развития рынка ставят перед игроками, претендующими на лидерские позиции, необходимость развития собственных розничных сетей под узнаваемыми брендами.

.....

Помимо розницы, все производители работают с оптовыми фирмами, а также с независимыми ювелирными магазинами, комплектуящими свой ассортимент продукцией различных марок.

.....

5.2. Ценообразование на рынке

Основной составляющей цены ювелирных изделий в России является стоимость драгоценного металла и ювелирных вставок (камней), если они имеются.

Общая закономерность в ценообразовании такова:

5.3. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке

Основные нормативно-правовые документы:

- Федеральный закон ФЗ №41 «О драгоценных металлах и драгоценных камнях»;
-

.....

5.4. Основные каналы продвижения на рынке

Главным способом продвижения марки и увеличения объемов продаж (для розничных сетей, ориентированных на масс-маркет) остается



Одним из основных способов продвижения продукции может стать

.....

Особенную роль при продвижении ювелирных изделий играет индивидуальная упаковка.

.....

Наиболее распространенными инструментами продвижения в рознице являются мерчандайзинг, ВТL-мероприятия, реклама и программы лояльности покупателей:

- дисконтная программа
- ...
- ...



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

6.1. Описание потребителей на Рынке

..... наиболее перспективные для ювелирной торговли сегменты посетителей:

- женщина от 40 до 50 лет, руководитель высшего звена;
-
-

.....

6.2. Потребительские предпочтения на Рынке

Несмотря на то, что многие отраслевые предприятия в условиях кризиса сделали ставку на более дешевую продукцию из серебра, в ассортиментных предпочтениях покупателей по-прежнему лидирует золото (...%).

Наряду с золотом в числе лидеров – бриллианты и драгоценные камни: украшения с ними хотят приобрести ...% и% покупателей соответственно.

.....

6.3. Влияние кризиса на потребительскую активность

Вне зависимости от споров экономистов по поводу сроков окончания кризиса, видно что он уже до неузнаваемости изменил лицо ювелирного рынка. Уровень инвестиционной мотивации российского покупателя впервые приблизился к ...%.



7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

По прогнозам экспертов, наряду с преодолением общих для всего мира проблем финансового кризиса развитие российской ювелирной промышленности будет зависеть от кредитных ставок, являющихся сегодня абсолютно неприемлемыми для отрасли, так как фактический уровень рентабельности производства у большинства предприятий ниже существующих процентов по кредитам.

Крайне негативными факторами, влияющими на развитие российского производства, являются

7.2. STEEPLE-анализ рынка

Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

Таблица 2. STEEPLE-анализ российского рынка ювелирных изделий

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• В целом невысокий уровень жизни населения и остаточное влияние кризиса (-)•
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Недостаточно современный технологический уровень многих ювелирных производств, не позволяющий внедрять в производство новые сложные дизайн-модели украшений (-)• ...•
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">•
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•



L	Правовые факторы
	•
E	Этические факторы
	•

Источник: «Маркет Аналитика»

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

Среди рисков, влияющих на деятельность игроков рынка, можно отметить следующие:

- повышение цен на сырье, материалы, энергоресурсы;
-
-

7.4. Перспективы развития рынка

Источником дальнейшего развития российской ювелирной промышленности в долгосрочной перспективе должны стать:

- рост экономики России, и как следствие – повышение уровня жизни российских граждан
-