

демоверсия

# Исследование рынка ювелирных изделий

АРБ ПРО X INFOCEAN

**Количество страниц в полной версии: 172**

# Исследование рынка ювелирных изделий

Аналитический отчёт предоставляет всесторонний обзор текущего состояния, ключевых тенденций и перспектив развития рынка ювелирных изделий России

**Стратегически важный инструмент для:**



Компаний-участников рынка *(крупные федеральные ювелирные сети, производители и ювелирные дома)*



Поставщиков драгоценных металлов и камней, дистрибьюторов, оптовых компаний и других игроков



Компаний из смежных отраслей с пересекающейся аудиторией *(часовые бренды, люксовые и премиум-бренды аксессуаров)*



Частных инвесторов, венчурных фондов

# Содержание


## 01 ОБЗОР ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

1.1 Объём рынка в денежном выражении
1.2 Структура рынка ювелирных изделий по регионам и потребителям
1.3 Структура рынка ювелирных изделий по продуктам и материалам
1.4 ТОП-10 ключевых игроков (включая портфели ювелирных брендов)
1.5 Ключевые действия глобальных розничных сетей
1.6 Слияния и поглощения
1.7 ТОП быстрорастущих розничных ювелирных сетей
1.8 Инварианты в стратегии — лидеров рынка

## 02 ОБЗОР РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ РФ

2.1 Объём рынка в денежном и натуральном выражении
2.2 Баланс спроса и предложения на рынке ювелирных изделий
2.3 Экспорт и импорт ювелирных изделий
2.4 Структура рынка производства
2.5 ТОП-15 ключевых производителей готовых ювелирных изделий
2.6 ТОП-10 ключевых поставщиков сырья
2.7 Объём рынка и структура розничных продаж ювелирных изделий
2.8 Потребление ювелирных изделий на душу населения по регионам
2.9 ТОП розничных сетей и их онлайн-магазинов
2.10 Резюме по рынку ювелирных изделий

## 03 ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ


3.1 Увеличение спроса на украшения с инвестиционной ценностью

3.2 Быстрая смена коллекций и коллаборации с лидерами мнений

3.3 Аудитория молодеет

3.4 Сдвиг в сторону *«эмоциональных покупок»*


## 04 РОССИЯ. ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА


4.1 Тенденции изменения в продукте *(персонализация и кастомизация, рост применения «конструктора украшений», трансформируемые украшения и др.)*

4.2 Действия конкурентов *(консолидация рынка, маркетинг, рост числа промо-акций и др.)*

4.3 Действия поставщиков сырья

4.4 Технологические инновации *(рост применения технологий индустрии, изменения в технологии продаж)*

4.5 Изменениях в каналах сбыта *(рост онлайн-продаж и маркетплейсов, синергия офлайн-точек и онлайн-продаж и др.)*

4.6 Резюме

Выдержки из исследования

## Обзор глобального рынка ювелирных изделий

Структура рынка

### Структура рынка ювелирных изделий по продуктам:

| Отрасль | Объём рынка | Доля рынка |
|---|---|---|
| Кольца | $ 125 млрд | 34% |
| Серьги | $ 84 млрд | 23% |
| Цепи & Ожерелья | $ 81 млрд | 22% |
| Браслеты | $ 48 млрд | 13% |
| Другие (запонки, броши, диадемы и др.) | $ 29 млрд | 8% |

### Структура рынка ювелирных изделий по материалам:

| Отрасль | Объём рынка | Доля рынка |
|---|---|---|
| Золото | $ 202 млрд | 55% |
| Серебро | $ 66 млрд | 18% |
| Алмазы | $ 48 млрд | 13% |
| Платина | $ 33 млрд | 9% |
| Другие (искусственные камни, сталь, металлы, экологически чистые материалы) | $ 18млрд | 5% |

*Источник: Grand View Research (2024)*

## Обзор глобального рынка ювелирных изделий

ТОП-10 ключевых игроков

| | | Выручка, $ млрд | | | | по ЧП |
|---|---|---|---|---|---|---|
| № | Компания | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Рент. |
| 1 | **Richemont** *Швейцария* | 16,26 | -4% | 33% | 4% | 3% | 11% |
| 2 | **Chow Tai Fook** *Гонконг* | 7,32 | 23% | 39% | -4% | 15% | 6,1% |
| 3 | **LVMH Watches & Jewelry** Франция | 9,44 | 5% | 13% | 9% | -2% | 18,5% |
| 4 | **Lao Feng Xiang** Китай | 7,47 | 22% | 3% | 8% | 12% | 3,3% |
| 5 | **Signet Jewelers** США | 5,22 | 50% | 0% | -9% | -5% | 12,1% |
| 6 | ... | ... | 22% | -5% | 11% | -17% | 3,2% |
| 7 | ... | ... | 3% | 25% | 33% | 22% | 6,9% |
| 8 | ... | ... | 28% | 1% | 9% | -7% | 12% |
| 9 | ... | ... | -15% | 19% | 23% | 31% | 3,2% |
| 10 | ... | ... | -31% | 7% | 21% | 44% | 3,5% |

*Источник: Ежегодные Корпоративные Отчётности Компаний (2024, 2025)*

## **Обзор глобального рынка ювелирных изделий**
ТОП-5 быстрорастущих розничных ювелирных сетей

| Логотип | № | Компания | *Выручка 2024, $ | ‘24-’23 | CAGR 20-24 | Причина роста \| Инновация |
|---|---|---|---|---|---|---|
| MEJURI | 1 | … | … | … | … | … |
| VRAI | 2 | … | … | … | … | … |
| | 3 | Monica Vinader | $100 млн | 30% | **45%** | Уникальная модель **подписки на персонализированные украшения** + постоянное обновление коллекций |
| | 4 | WWAKE | $18 млн | 26% | **44%** | Акцент на **минималистичный, но уникальный дизайн:** персонализированные украшения с использованием экологичных материалов |
| | 5 | Chopard | $750 млн | 12% | **9%** | Внедрение нового подхода к **Luxury as a Service:** модель аренды ювелирных изделий и переход от владения к аренде в люксовом сегменте |

** Выручка на основе аналитики и оценок экспертов*



# Обзор глобального рынка ювелирных изделий

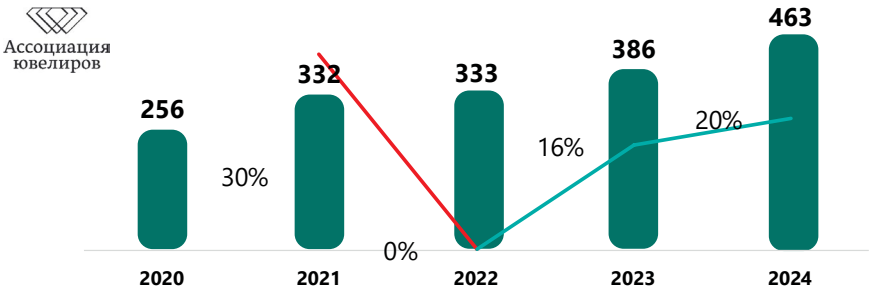
## Структура рынка

| | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|---|---|---|---|---|
| Предложение | 59 473 208 | +34% | -4% | +20% | +7% |
| Производство | 49 728 080 | +38% | +1% | +19% | +9% |
| + Импорт | 9 745 128 | +12% | -38% | +34% | -6% |
| - Экспорт | 6 079 650 | +144% | -23% | +38% | +3% |
| **Объём рынка** | 53 393 558 | +21% | 0% | +17% | +8% |

*Источник: Tebiz Group (2024) | *пересчёт из тонн в штуки*

## Обзор рынка ювелирных изделий РФ

Объём рынка розничной торговли



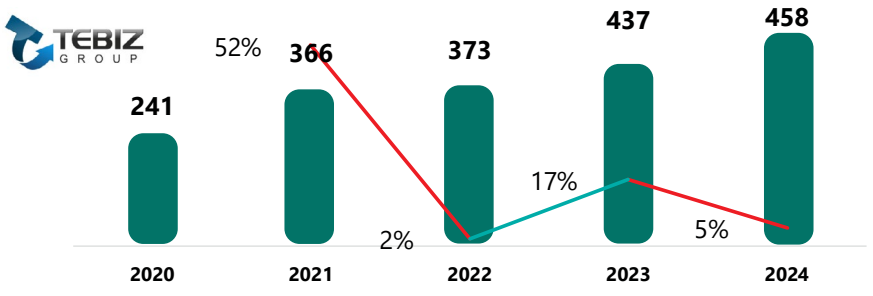

- Sokolov: в 2024 году продажи ювелирных изделий в РФ составили 461 млрд руб.
- в 2025 темпы роста серьёзно замедлятся

- **Объём рынка 2024**: 457,7 млрд рублей(+5% г/г)
- **Прирост стоимости золота** в 2024 по сравнению с 2023 годом составил 45%, **серебро** — 46%
- **Средний чек** при покупке ювелирных изделий увеличился на 17% (до 8,6 тыс. руб.)

*Источник: Tebiz Group (2024), Ассоциация Ювелиров России (2024)*

## Обзор рынка ювелирных изделий РФ

Объём рынка розничной торговли




- **Количество ювелирных точек** на конец 2025 года: 15,3 тыс. точек
- **Рост количества ювелирных точек** за 2024/2023 гг.: +4,1%
- **Доля ТОП-3 игроков:** 2023: 40% → Q2 2024: 44% → 2024: 47%
- **Доля количества продаж: серебро — 73%, золото — 27%**

*Источник: Tebiz Group (2024), Ассоциация Ювелиров России (2024)*



## Обзор рынка ювелирных изделий РФ

Резюме: тренды ювелирной отрасли 2024-2025 гг.

1 **Падение офлайн-трафика:**

- Среднее снижение посещаемости розничных магазинов составляет 10–30%
- Основная причина: переход потребителей в онлайн, где покупки становятся удобнее и безопаснее.

2 **Рост онлайн-продаж:**

Прогноз: к 2027 году онлайн-продажи могут вырасти на 50–60%.

3 **Изменение структуры спроса:**

Спрос смещается в сторону доступных украшений с визуальным эффектом роскоши *(лёгкие бриллианты, фианиты)*.

4 **Возрастающая роль клиентского сервиса:**

- Федеральные сети активно улучшают обслуживание через мессенджеры и социальные сети *(ответ в течение 2-3 минут, персонализированный подход)*.
- Региональные сети отстают в этом вопросе, теряя лояльность клиентов

## Обзор рынка ювелирных изделий РФ

Тенденции

**Увеличение доли молодёжи среди покупателей**

**71 % Женщины**

**29 % Мужчины**

| Возрастная группа | Доля продаж (%) | Популярные категории украшений |
|---|---|---|
| 18-24 года | 10,60% | Серьги – 24%<br>Кольца – 21%<br>Цепи и подвесы – 14% |
| 25-44 года | 49,30% | Серьги – 28%<br>Кольца – 17%<br>Цепи и подвесы – 16% и 10% |
| 45-64 года | 20,90% | Серьги – 27%<br>Кольца – 28%<br>Цепи и подвесы – 17% и 11% |
| 65+ лет | 20,90% | Серьги – 27%<br>Кольца – 15%<br>Цепи и подвесы – 19% и 13% |

Серьги — наиболее популярное украшение практически во всех возвратных группах

**В Москве:**
18–24 года: 5,3%
25–34 года: 26,4%
35–44 года: 34,3%
45–54 года: 19,6%
более 55 : 8,2%.

**В регионах:**
18–24 года: 4,8%
25–34 года: 25,4%
35–44 года: 34,5%
45–54 года: 21,1%
более 55 : 14,9%

Источник: 585*Золотой (2024)

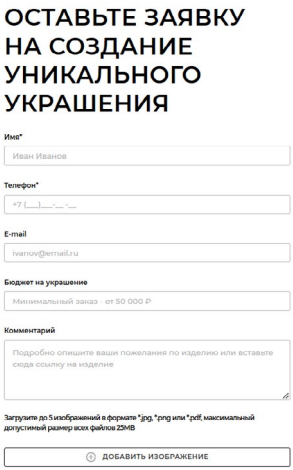
# Обзор рынка ювелирных изделий РФ

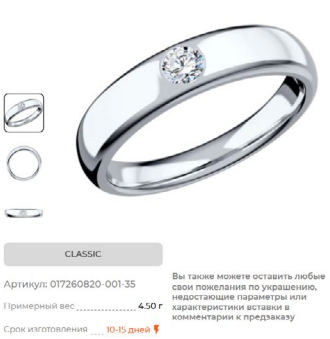
## Тенденции

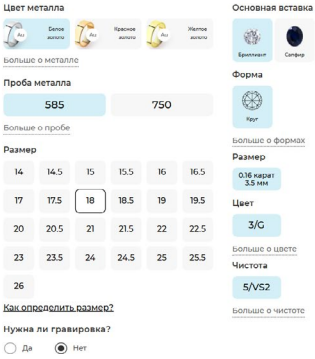
### Рост применения «конструктора украшений»

Создание уникальных украшений через онлайн-конструкторы становится важной тенденцией ювелирного рынка, так как:

- **Удовлетворяет потребность в индивидуальности:** современные потребители хотят персонализированных решений, отражающих их стиль и ценности
- **Укрепляет связь с брендом:** возможность кастомизации формирует чувство принадлежности и повышает лояльность клиентов
- **Стимулирует рост продаж:** ювелирные изделия, созданные «под заказ», имеют высокую добавленную стоимость



# Обзор рынка ювелирных изделий РФ

## Тенденции

### Расширение ассортимента ювелирных компаний за счёт FMCG-продукции

Ювелирные бренды, такие как SOKOLOV, выходят за рамки традиционного ассортимента и внедряют в свои коллекции продукты категории FMCG, включая:

- **Сумки:** элегантные аксессуары, сочетающие стильный дизайн и функциональность.
- **Косметика:** линии декоративной косметики и уходовых средств, ориентированные на клиентов, ценящих качество и премиальность

**Преимущества:**

- **Усиление бренда и охвата:** такие категории усиливают ассоциацию бренда с премиальным образом жизни и стилем.
- **Привлечение новых клиентов:** возможность охватить более широкую аудиторию, включая тех, кто ранее не рассматривал бренд.
- **Повышение частоты покупок:** FMCG-продукция дополняет редкие покупки ювелирных изделий более доступными и регулярными товарами.






## Обзор рынка ювелирных изделий РФ

Тенденции

### Изменения в технологии продаж

| Технология | Описание | Компании |
|---|---|---|
| **Виртуальная примерка** | Использование дополненной реальности (AR) для примерки украшений онлайн, что повышает удобство покупок | SOKOLOV |
| **3D-моделирование** | Создание 3D-изображений украшений для детального обзора изделий со всех сторон | SOKOLOV<br>ADAMAS |
| **Искусственный интеллект** | ИИ анализирует предпочтения клиентов, персонализирует предложения и оптимизирует ассортимент | SOKOLOV<br>585 ЗОЛОТОЙ |
| **Онлайн-кастомизация** | Платформы для создания индивидуального дизайна украшений с выбором материалов, камней и форм | SOKOLOV |
| **Омниканальный подход** | Интеграция онлайн и офлайн каналов для создания бесшовного клиентского опыта | SUNLIGHT<br>SOKOLOV |

*Источник: Официальные сайты компаний*

**Вас также могут заинтересовать**

## Другие отраслевые исследования от *АРБ Про & InfOcean*

- Робототехника
- Fashion-рынок (одежда)
- Образование
- Криптовалюта
- Медицинское оборудование
- ИИ-решения в операционных процессах
- Тенденции рынка агропромышленности
- Гостиничные услуги и туризм
- Потребительское поведение
- Автосервис
- Металлорежущий инструмент
- Станкостроение
- Строительство
- Керамическая плитка
- Алкоголь (мировой рынок)
- Скалодромы
- Мебель
- БАС и БПЛА
- Ретейл (розничная торговля)
- Центры обработки данных (ЦОД)
- Медицинские услуги

**Давайте создавать информационное преимущество вместе!**



Роман Копосов



Зоя Стрелкова



Андрей Бояшов


# InfOcean *от АРБ Про* — эффективный охотник в море информации



ТГ АРБ Про

Сайт АРБ Про