

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ВЫПУСК 6 ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
Июль 2010 г.**

г. Москва



Содержание	
Аннотация	6
Полное содержание исследования.....	7
<i>Список диаграмм.....</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>11</i>
<i>Список схем.....</i>	<i>11</i>
Выдержки из исследования.....	12
Описание отрасли.....	13
Структура отрасли	13
Основные показатели.....	13
Факторы, влияющие на отрасль	13
Отрасль. Общество. Государство	13
Описание влияющих Рынков	15
<i>Рынок драгоценных металлов и драгоценных камней.....</i>	<i>15</i>
Описание рынка.....	15
Основные показатели.....	15
Структура спроса на рынке ДМДК.....	15
Тенденции рынка.....	16
Описание смежных Рынков	17
<i>Рынок бижутерии.....</i>	<i>17</i>
Описание	17
сегментация рынка.....	17
сегментация рынка.....	17
Объем Рынка в денежном выражении	17
Емкость Рынка	17
Темпы роста.....	17
Прогноз на 2010.....	17
Тенденции	17
Сегментация рынка	18
<i>Определение продукции.....</i>	<i>18</i>
<i>Сегментирование продукции по назначению.....</i>	<i>18</i>



<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>	18
<i>Сегментирование Продукции по технологии производства</i>	18
<i>Сегментирование Продукции по материалу</i>	18
<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	19
<i>Клеймение ювелирных изделий</i>	19
<i>Упаковка для ювелирного изделия</i>	19
<i>Тенденции различных сегментах продукции</i>	20
Тенденции в сегментах различных видов Продукции	20
Тенденции в технологических сегментах	20
Тенденции в сегментах упаковки	20
Тенденции в ценовых сегментах	20
Тенденции в сегментах материалов	20
Основные количественные характеристики Рынка	21
<i>Объем и емкость Рынка</i>	21
Объем Рынка в натуральном выражении	21
Объем Рынка в денежном выражении	21
Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении	22
<i>Темпы роста Рынка</i>	22
<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	22
Прогноз развития рынка	22
Сбытовая структура Рынка	23
<i>Цепочка движения товара</i>	23
<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	24
Производители Продукции	24
Дистрибьюторы продукции	24
Розничный сектор	24
<i>Основные принципы ценообразования</i>	26
Цены производителя	26
Конкурентный анализ	27
Основные параметры конкуренции	27
Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний	27



Сравнительная характеристика компаний производителей ювелирной продукции.....	27
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями.....	27
<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора.....</i>	<i>29</i>
Сравнительная характеристика ритейлеров ювелирного рынка.....	29
Тенденции основных игроков ювелирного рынка.....	30
Анализ потребителей.....	31
<i>Описание потребителей.....</i>	<i>31</i>
<i>Сегментация потребителей.....</i>	<i>31</i>
В2С рынки.....	31
В2В рынки.....	32
<i>Степень активности в потреблении ювелирных изделий.....</i>	<i>32</i>
<i>Потребительские предпочтения.....</i>	<i>32</i>
Потребительские предпочтения по виду изделия.....	32
Потребительские предпочтения по наличию вставки.....	32
Потребительские предпочтения по материалу.....	32
Потребительские предпочтения по марке.....	32
Потребительские предпочтения по производителю.....	32
<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги.....</i>	<i>33</i>
Основные факторы, влияющие на выбор.....	33
Основные причины покупки ювелирного украшения.....	33
<i>Маркетинговые коммуникации. Каналы связи с потребителем.....</i>	<i>33</i>
сегмент В2В.....	33
сегмент В2В.....	33
<i>Основные тенденции в потребительском сегменте.....</i>	<i>34</i>
Обобщающие выводы по отчету.....	35
<i>swot –анализ факторов, влияющих на Рынок.....</i>	<i>35</i>
<i>Влияние кризиса на рынок.....</i>	<i>35</i>
Докризисный период.....	35
Влияние кризиса.....	35
<i>Общая ситуация на рынке.....</i>	<i>36</i>

Маркетинговое Агентство Step by Step

125993, г. Москва, ул. Чайнова, д. 15 к.5, 9-й этаж
Тел. (495)250-6174, (495)760-50-73 www.step-by-step.ru



Прогноз развития рынка36

АННОТАЦИЯ

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке ювелирных изделий в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

Кол-во страниц: 93стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 27 диаграмм, 9 таблиц, 3 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Содержание		
2	Введение		6
3	Методологическая часть		7
	3.1	<i>Описание типа исследования</i>	7
	3.2	<i>Объект исследования</i>	7
	3.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	7
	3.4	<i>География исследования</i>	7
	3.5	<i>Время проведения исследования</i>	7
	3.6	<i>Методы сбора данных</i>	7
4	Макроэкономические показатели Российской Федерации и их воздействие на Рынок ювелирных изделий		9
	4.1	<i>Общая экономическая ситуация</i>	9
	4.1.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	9
	4.1.2	<i>Промышленное производство</i>	10
	4.1.3	<i>Уровень инфляции</i>	12
	4.1.4	<i>Уровень доходов населения</i>	12
5	Описание отрасли		14
	5.1	<i>Структура отрасли</i>	14
	5.2	<i>Основные показатели</i>	14
	5.3	<i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	18
	5.4	<i>Отрасль. Общество. Государство.</i>	18
6	Описание влияющих Рынков		20
	6.1	<i>Рынок драгоценных металлов и драгоценных камней</i>	20
	6.1.1	<i>Описание рынка</i>	20
	6.1.2	<i>Основные показатели</i>	21
	6.1.3	<i>Структура спроса на рынке ДМДК</i>	24
	6.1.4	<i>Тенденции рынка</i>	27
7	Описание смежных Рынков		29
	7.1	<i>Рынок бижутерии</i>	29
	7.1.1	<i>Описание</i>	29
	7.1.2	<i>Сегментация рынка</i>	29
	7.1.3	<i>Объем Рынка бижутерии в натуральном выражении</i>	31
	7.1.4	<i>Объем Рынка бижутерии в денежном выражении</i>	31
	7.1.5	<i>Емкость Рынка бижутерии</i>	31
	7.1.6	<i>Темпы роста рынка бижутерии</i>	31

		7.1.7	Прогноз на 2010	31
		7.1.8	Тенденции рынка бижутерии	31
8	Сегментация рынка			33
	8.1	<i>Определение продукции</i>		33
	8.2	<i>Сегментирование продукции по назначению</i>		33
	8.3	<i>Сегментирование продукции по основным наименованиям</i>		33
	8.4	<i>Сегментирование Продукции по технологии производства</i>		34
	8.5	<i>Сегментирование Продукции по материалу</i>		36
	8.6	<i>Ценовое сегментирование Продукции</i>		39
	8.7	<i>Клеймение ювелирных изделий</i>		39
	8.8	<i>Упаковка для ювелирного изделия</i>		40
	8.9	<i>Тенденции в различных сегментах продукции</i>		42
		8.9.1	Тенденции в сегментах различных видов Продукции	42
		8.9.2	Тенденции в технологических сегментах	42
		8.9.3	Тенденции в сегментах упаковки	42
		8.9.4	Тенденции в ценовых сегментах	42
		8.9.5	Тенденции в сегментах материалов	42
9	Основные количественные характеристики Рынка			44
	9.1	<i>Объем и емкость Рынка</i>		44
		9.1.1	Объем Рынка в натуральном выражении	44
		9.1.2	Объем Рынка в денежном выражении	44
		9.1.3	Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении	46
	9.2	<i>Темпы роста Рынка</i>		46
	9.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>		46
	9.4	<i>Прогноз развития рынка</i>		46
10	Сбытовая структура Рынка			48
	10.1	<i>Цепочка движения товара</i>		48
	10.2	<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>		49
		10.2.1	Производители Продукции	49
		10.2.2	Дистрибьюторы продукции	50
		10.2.3	Розничный сектор	51
	10.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>		53
		10.3.1	Цены производителя	53

		10.3.2	Розничные цены	54
1			Конкурентный анализ	55
1				
	11.1		<i>Основные параметры конкуренции</i>	55
	11.2		<i>Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний</i>	55
		11.2.1	Столичный завод ювелирных изделий «Адамас»	55
		11.2.2	ОАО «Красноярский завод цветных металлов им. В. Н. Гулидова»	56
		11.2.3	ООО Ювелирный Дом "Эстет"	57
		11.2.4	ООО "Костромская ювелирная фабрика "Топаз"	58
	11.3		<i>Сравнительная характеристика компаний производителей ювелирной продукции.</i>	60
	11.4		<i>Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями</i>	63
	11.5		<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора</i>	64
		11.5.1	«Ювелирная сеть 585»	64
		11.5.2	Сеть «яшма золото»	64
		11.5.3	«Алмаз-Холдинг»	65
		11.5.4	ООО «Адамас»	66
		11.5.5	«МЮЗ»	66
	11.6		<i>Сравнительная характеристика ритейлеров ювелирного рынка.</i>	67
	11.7		<i>Тенденции основных игроков ювелирного рынка</i>	70
1			Анализ потребителей	71
2				
	12.1		<i>Описание потребителей</i>	71
	12.2		<i>Сегментация потребителей</i>	71
		12.2.1	В2С рынки	71
		12.2.2	В2В рынки	74
	12.3		<i>Степень активности в потреблении ювелирных изделий</i>	75

	12.4	<i>Потребительские предпочтения</i>		76
		12.4.1	Потребительские предпочтения по виду изделия	76
		12.4.2	Потребительские предпочтения по наличию вставки	76
		12.4.3	Потребительские предпочтения по материалу	77
		12.4.4	Потребительские предпочтения по марке	77
		12.4.5	Потребительские предпочтения по производителю	78
	12.5	<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги</i>		79
		12.5.1	Основные факторы, влияющие на выбор	79
		12.5.2	Основные причины покупки ювелирного украшения	79
	12.6	<i>Маркетинговые коммуникации. Каналы связи с потребителем</i>		81
		12.6.1	сегмент B2B	81
		12.6.2	сегмент B2B	82
	12.7	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>		82
1 3	Обобщающие выводы по отчету			83
	13.1	<i>SWOT –анализ факторов, влияющих на Рынок</i>		83
	13.2	<i>Влияние кризиса на рынок</i>		84
		13.2.1	Докризисный период	84
		13.2.2	Влияние кризиса	85
	13.3	<i>Общие выводы по отчету</i>		86
	13.4	<i>Прогноз развития рынка</i>		88

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 – I кв. 2010 гг., млрд. руб.
 Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 – I кв. 2010 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года
 Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2010 (прогноз) гг., %
 Диаграмма 4. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.
 Диаграмма 5. Количество ювелирных изделий из золота и серебра, опробованных и клейменных за 2000-2009 гг., млн.шт.

- Диаграмма 6. Количество ювелирных изделий из платины и палладия, опробованных и заклеянных за 2000-2009, тыс.шт.
- Диаграмма 7. Масса ювелирных изделий из золота и серебра, опробованных и заклеянных за 2000-2009, тонн
- Диаграмма 8. Масса ювелирных изделий из платины и палладия, опробованных и заклеянных за 2000-2009, кг.
- Диаграмма 9. Добыча золота в России 2000-2009 гг., тонн.
- Диаграмма 10. Динамика учетных цен на золото, руб. за грамм.
- Диаграмма 12. Структура мирового рынка золота
- Диаграмма 13. Структура потребления мирового рынка серебра
- Диаграмма 14. Структура мирового рынка платины
- Диаграмма 15. Структура спроса на рынке алмазов
- Диаграмма 16. Структура продаж ювелирных изделий различных ценовых сегментов
- Диаграмма 17. Структура производства ювелирных изделий по видам
- Диаграмма 18. Структура производства ювелирных изделий по материалу, % от общего числа изделий, опробованных в 2009 году (шт.)
- Диаграмма 19. Сегментация производителей по объему выпуска изделий, % от общего числа предприятий
- Диаграмма 20. Структура рынка ювелирных изделий по географии реализации, % от количества предприятий торговли
- Диаграмма 21. Сегментация потребителей по возрасту
- Диаграмма 22. частота потребления ювелирных изделий Москвы в 2009 году
- Диаграмма 23. потребление ювелирных изделий Москвы в 2009 году по основным видам изделий, % от числа покупателей
- Диаграмма 24. сегментация рынка ювелирных украшений по наличию вставки, % от реализации
- Диаграмма 25. Структура потребительских предпочтений по производителю
- Диаграмма 26. Основные причины покупки ювелирных изделий, % покупателей
- Диаграмма 27. Зависимость покупки ювелирных изделий от событий, % покупателей

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Факторы, влияющие на рынок ювелирных изделий
- Таблица 2. Основные показатели рынка ДМДК
- Таблица 3. Соответствие некоторых проб золотых сплавов метрической и каратной систем
- Таблица 4. Объем российского рынка ювелирных изделий в натуральном выражении
- Таблица 5. Объем производства ювелирных изделий 1998-2008 гг. в денежном выражении.
- Таблица 6. Средние оптовые цены на золотые ювелирные украшения
- Таблица 7. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
- Таблица 8. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
- Таблица 9. swot-анализ российского рынка ювелирной продукции

СПИСОК СХЕМ

- Схема 1. Структура взаимодействия производителей ювелирной отрасли и государства
- Схема 2. Структура рынка ДМДК
- Схема 3. Цепочка движения товара.



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

.....

СТРУКТУРА ОТРАСЛИ

Основные предприятия ювелирной отрасли — ювелирные заводы по производству ювелирных изделий: из золота с драгоценными, полудрагоценными и самоцветными камнями; из серебра со вставками из различных камней и стекла, используемых для изготовления ювелирных изделий; изделий из платины и палладия с драгоценными, полудрагоценными и камнями.

.....

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

.....

В 2009 году было апробировано штук золотых изделий, штук изделий из серебра. Таким образом, показатели по золоту снизились до объемов 2004 года, а показатели по серебру достигли своего максимума (за период 2000-2009 гг.).

.....

В 2009 году было апробировано и штук изделий из платины и палладия соответственно. Из графика видно, показатели за последние девять лет в 2009 году достигли своего максимума (по палладию) и минимума (по платине). Такая динамика, прежде всего, обусловлена влиянием кризиса – более дешевый металл (палладий) вытеснил с рынка более дорогой (платину).

.....

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

ТАБЛИЦА 1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

Положительное влияние	Отрицательное влияние

ОТРАСЛЬ. ОБЩЕСТВО. ГОСУДАРСТВО.

В период кризиса государство оказывало поддержку сырьевому, добывающему сектору, оставив без внимания производителя, что привело к спаду производства



в ювелирной отрасли. Для защиты интересов производителей ювелирной продукции было создано несколько отраслевых организаций (Союз ДМДК, Комитет ТПП, Ассоциация «Гильдия ювелиров России», Ассоциация «Золотое Кольцо», Союз ювелиров России и т.д.), основными задачами которых являются:

.....



ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

РЫНОК ДРАГОЦЕННЫХ МЕТАЛЛОВ И ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ

Ювелирная отрасль в первую очередь зависит от поставщиков сырья, а значит, непосредственно связана с рынком драгоценных металлов и драгоценных камней.

ОПИСАНИЕ РЫНКА

Рынок драгоценных металлов и драгоценных камней, далее именуемый как рынок ДМДК, представляет собой торгово-финансовый центр, в котором сосредоточены торговля ими и другие коммерческие и имущественные сделки с этими активами.

.....

Российский рынок драгоценных металлов можно представить в виде первичного и вторичного рынков.

.....

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Основные показатели рынка ДМДК представлены в таблице:

ТАБЛИЦА 2. ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА ДМДК

актив ¹	Добыча в России-2009	Доля России в мировой добыче	Рост к 2008 году	Цена на 27.05.10, руб/грамм	Рост цены за год	Потребление ювелирной промышленности	Доля ювелирной пром-сти в общем объеме потребления

СТРУКТУРА СПРОСА НА РЫНКЕ ДМДК

Золото. По данным Международного совета по золоту, общий объем золота в мире достигает тонн,

Серебро. Структура мирового потребления серебра представлена на диаграмме:

....

¹ В таблице рассмотрены основные металлы и камни, которые используются в ювелирной промышленности



Платина. Структура мирового потребления платины представлена на диаграмме:

.....

Алмазы. Широко распространены в мире ювелирных украшений изделия из бриллиантов, как алмазов, претерпевших процесс огранки.

.....

Структура спроса на алмазы представлена на диаграмме:

.....

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

.....



ОПИСАНИЕ СМЕЖНЫХ РЫНКОВ

.....

РЫНОК БИЖУТЕРИИ

ОПИСАНИЕ

Рынок бижутерии, относится к рынку украшений, также как и рынок ювелирных изделий. Доля рынка бижутерии на рынке украшений составляет

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Ассортимент бижутерии велик и разнообразен. Рынок бижутерии можно сегментировать:

.....

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Ассортимент бижутерии велик и разнообразен. Рынок бижутерии можно сегментировать:

.....

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

.....

ЕМКОСТЬ РЫНКА

.....

ТЕМПЫ РОСТА

.....

ПРОГНОЗ НА 2010

.....

ТЕНДЕНЦИИ

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

Ювелирные изделия - это изделия, произведенные с использованием драгоценных металлов (золото, серебро, платина) и их сплавов и/или драгоценных камней.

.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО НАЗНАЧЕНИЮ

.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ

.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА

Особенностью производства **ювелирных изделий** является то, что они расцениваются как произведения искусства и создаются художниками – ювелирами.

.....

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО МАТЕРИАЛУ

Сегментирование по виду металла. Материалами для производства ювелирных изделий служат металлы и их сплавы, ювелирные камни, декоративные и поделочные материалы.

.....

Сегментирование по виду вставки.

.....

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

В структуре рынка можно выделить следующие основные ценовые сегменты:

Нижний ценовой сегмент (до....)

Средне-нижний сегмент...

Средне-высокий сегмент...

Высокий ценовой сегмент...

«Премиум»...

КЛЕЙМЕНИЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

По оценкам представителей розничного сегмента, объема продаж приходится на низкий и средний низкий ценовые сегменты.

УПАКОВКА ДЛЯ ЮВЕЛИРНОГО ИЗДЕЛИЯ

Упаковка ювелирных изделий может производиться в различную тару: индивидуальную (футляры и др.), групповую (картонные коробки) и транспортную (ящики из фанеры и др.). Групповая тара должна быть опломбирована. В транспортную тару могут быть вложены различные изделия, предназначенные одному получателю.

.....



ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕКМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

ТЕНДЕНЦИИ В СЕКМЕНТАХ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

Главной тенденцией в сегменте различных видов продукции является сезонность.....

ТЕНДЕНЦИИ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СЕКМЕНТАХ

- Развитие технологий производства легковесных изделий (пустотелых, штампованных и т.д.)
- Развитие технологий закрепки (невидимая закрепка, установка камней способом Pave)
- Развитие технологий трёхмерного компьютерного моделирования
- Развитие технологий лазерной и алмазной обработки и т.д.

....

ТЕНДЕНЦИИ В СЕКМЕНТАХ УПАКОВКИ

.....

ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНОВЫХ СЕКМЕНТАХ

.....

ТЕНДЕНЦИИ В СЕКМЕНТАХ МАТЕРИАЛОВ

Общемировая тенденция ухода от золота. Основной причиной здесь стал устойчивый рост цен на драгоценный металл, который наблюдался на протяжении второй половины 2009 года.....

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

....

ТАБЛИЦА 3. ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

год	Золото				Серебро				Платина		Палладий	
	Россия		Импорт		Россия		Импорт		Всего		Всего	
	млн.шт.	тонн	млн.шт.	Тонн	млн.шт.	Тонн	млн.шт.	тонн	тыс.шт.	Кг	тыс.шт.	кг
2009												
кв.2010												

.....

ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

ТАБЛИЦА 4. ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ 1998-2008 гг. в денежном ВЫРАЖЕНИИ.

Год	Средний курс руб./\$ по ЦБ	(1*) Производство ювелирных изделий в фактических ценах, без НДС и акцизов, всего в млн.руб.	Производство (1) ювелирных изделий в фактических ценах, без НДС и акцизов, всего в млн.\$	(2*) Объем произведенных ювелирных изделий, всего в млн.руб.	Производство (2) ювелирных изделий в фактических ценах, без НДС и акцизов, всего в млн.\$
1998					
1999					
2000					
2001					
2002					
2003					
2004					
2005					
2006					
2007					
2008					

.....



ЕМКОСТЬ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ И ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

.....

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

По итогам 2009 г. можно отметить снижение объемов производства изделий из золота% к 2008 году, наряду с этим, - увеличение объемов выпуска серебряных изделий: серебра в 2009 г. ювелиры стали использовать в производстве больше на%, до т.

.....

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РЫНОК

Существует два сезонных пика продаж ювелирных украшений

.....

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

.....



СБЫТОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА

ЦЕПОЧКА ДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Сбытовая структура рынка ювелирных изделий выглядит следующим образом:

.....

КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

Производители Продукции

Сегодня в России производством ювелирных изделий занимается 928 организаций и ... индивидуальных предпринимателей.

.....

Сегментация производителей по объему выпуска изделий

Всех производителей ювелирных изделий в России можно условно разделить на 4 категории согласно лигатурной массе выпускаемых ими изделий.

.....

Сегментация производителей по специализации

Кроме этого производственный сектор разделен на три основные области, включающие в себя:

- предприятия, использующие для собственной продукции камни первой группы (бриллианты, рубины, сапфиры и изумруды);
- предприятия, специализирующиеся на обработке золота;
- предприятия, работающие в основном с серебром.

.....

Дистрибьюторы Продукции

На российском ювелирном рынке не сложилось четкого разделения торговых фирм на оптовые и розничные. Не более% компаний (в основном, региональных) можно полностью отнести к оптовым.

Работа по «давальческой схеме»

В качестве дистрибьюторов ювелирной продукции могут выступать заводы производители, которые, стремясь расширить ассортимент, помимо изделий собственного производства, предлагают покупателю изделия, приобретенные по «давальческой схеме» у других заводов производителей.

Розничный сектор

Наиболее распространенная бизнес-модель, используемая в российском ювелирном ритейле – это создание ювелирной сети "от производителя".....

Сегментация розницы по географии торговли

В России насчитывается свыше предприятий, занимающихся торговлей ювелирными изделиями. Исторически сложились четыре центра развития ювелирной торговли:.....

.....



ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

Растут продажи ювелирных украшений и в Интернет - магазинах. Только за восемь месяцев 2009 года рост продаж увеличился на% по сравнению с прошлым годом.

.....

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Цены производителя

Базовую цену ювелирного изделия определяют три основные составляющие:

- стоимость металла;
- стоимость камней;
- трудозатраты.

.....

Доля трудозатрат в общей сумме затрат на российских фабриках: около% - в изделиях из золота и% - в серебряных поделках.

.....

Таблица 5. Средние оптовые цены на золотые ювелирные украшения

Товар	Цена оптовая, руб. за грамм
Изделия без камня	
Изделия с фианитами	
Обручальные кольца	
изделия с полудрагоценными камнями	

....

Розничные цены

Цены на конкретные ювелирные изделия в точках розничной торговли складывается из двух показателей: **оптовой цены**, по которой изделия приобретаются у посредника или производителя, и **наценки**, которую делает магазин.

.....

По оценкам экспертов минимальная наценка, обеспечивающая рентабельность розничной торговли, составляет% от закупочной стоимости продукции. На изделия с бриллиантами уровень наценки может достигать более%.

.....



КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Основными параметрами конкуренции среди производителей ювелирных изделий являются:

.....

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

РИА РосЮвелирЭксперт совместно с Пробирной палатой России подготовили очередной рейтинг компаний по объемам производства за 1 полугодие 2009 года. Лидерами отрасли по объему производства (по золоту) стали:

.....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ.

.....

В таблице представлена сравнительная характеристика основных производителей ювелирной

ТАБЛИЦА 6. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Год основания	Регион	Географический охват	Доля компании	Ассортимент продукции	Сильные стороны

РЕЗЮМЕ

.....

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

.....

Маркетинговое Агентство Step by Step

125993, г. Москва, ул. Чайнова, д. 15 к.5, 9-й этаж
Тел. (495)250-6174, (495)760-50-73 www.step-by-step.ru





КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ КОМПАНИЯМИ РОЗНИЧНОГО СЕКТОРА

.....

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РИТЕЙЛЕРОВ ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА.

В таблице представлена сравнительная характеристика основных ритейлеров ювелирного рынка:

ТАБЛИЦА 7. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИГРОКОВ РЫНКА ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Компании	Год основания	Число магазинов	Географический охват	Динамика 2008/2009 по числу магазинов	Планы компаний	Стратегия развития

РЕЗЮМЕ

ТЕНДЕНЦИИ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА

.....

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

.....

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В2С РЫНКИ

По географии потребления можно выделить две группы покупателей:

- Московские
- Региональные

.....

Доход. Российские покупатели ювелирных изделий в зависимости от дохода можно разделить на две группы.

Первая группа. Большинство приобретает серийные изделия. Это люди со средними доходами и традиционными предпочтениями, они доверяют продукции преимущественно российских ювелирных заводов.

Вторую группу составляют те, чьи доходы достаточны, чтобы оценить не только металл, из которого изготовлено ювелирное изделие, но и бренд, и эксклюзивность модели.

Возраст. Ассортимент ювелирных изделий рассчитан на потребителей всех возрастов, начиная от рождения (натальный крестик) и старше 75 лет. Основная масса покупателей – от люди в возрасте от 20 до 50 лет (86%). В диаграмме представлены доли различных возрастных групп, покупающих ювелирные изделия.

Пол. Потребителями ювелирных изделий могут быть как женщины, так и мужчины....

Мотив покупки.

....

В2В рынки

Компании, закупающие ювелирную продукцию для бизнеса условно можно поделить на три группы:

- Производители ювелирных изделий
- Оптовые компании
- Розничные ювелирные магазины

.....

СТЕПЕНЬ АКТИВНОСТИ В ПОТРЕБЛЕНИИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

.....

.... большинство москвичей (.....%) покупают ювелирные изделия 1 раз в год.% - обычно принимают подобные изделия в качестве подарка.% потребителей самостоятельно приобретают ювелирную продукцию 1 раз в 2-3 месяца.

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ВИДУ ИЗДЕЛИЯ

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО НАЛИЧИЮ ВСТАВКИ

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО МАТЕРИАЛУ

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО МАРКЕ

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ПРОИЗВОДИТЕЛЮ

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ МОТИВАЦИИ И ПОВЕДЕНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ Продукции или Услуги

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР

К основным факторам, влияющим на выбор ювелирного украшения можно отнести:

1. Дизайн изделия
2. Цена
3. Качество
4. Производитель

Цена и дизайн изделия имеют решающее значение для% покупателей.
Причем первое - главное для% женщин, а второе - для% мужчин.

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ ПОКУПКИ ЮВЕЛИРНОГО УКРАШЕНИЯ

.....

- украшения только для себя приобретали ...% покупателей;
- украшения только для других приобретали ...% покупателей;
- украшения и для себя, и для других покупали ...% покупателей.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. КАНАЛЫ СВЯЗИ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

СЕГМЕНТ В2В

В сегменте В2В ювелирного рынка принято использовать следующие каналы связи с потребителем:

.....

СЕГМЕНТ В2В

Торговля ювелирными изделиями проигрывает многим другим сегментам рынка товаров массового потребления по силе и частоте воздействия на потребителя.

.....

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ СЕГМЕНТЕ

.....

ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ**SWOT –АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РЫНОК****ТАБЛИЦА 8. SWOT-АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЮВЕЛИРНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Факторы	Описание	Возможное влияние	Перспектива	Влияние на рынок[1]
Экономический				
Технологический				
Социокультурный				
Политический				

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РЫНОК**ДОКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД**

С 1994 года рынок ювелирных изделий динамично развивался, его прирост составлял% в год.

.....

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.

....

ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА

Кризисные явления затронули все секторы ювелирного рынка, только в сегменте российских изделий из серебра по сравнению с 2008 годом наблюдался рост.

ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

В 2009 году было апробированомиллионов штук золотых изделий российского производства,миллион штук российских изделий из серебра, и тысячи штук российских изделий из платины и палладия соответственно.

.....

В течение 2009 г. динамика объемов производства российских ювелирных изделий оказалась в непосредственной зависимости от потребительского спроса. Спрос на ювелирные изделия по итогам III квартала 2009 г. снизился в России на%, что связано с внутренними экономическими трудностями и ростом цен на золото.

.....

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА

Согласно прогнозу эксперты ожидают в 2010 году рост продаж ювелирных украшений, особенно на изделия из серебра и изделия платиновой группы.

.....

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88