

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

ПОСУДА

2026-2

Безопасная посуда из нержавеющей стали
ЛЫСЬВЕНСКОГО ЗАВОДА МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ



Новости

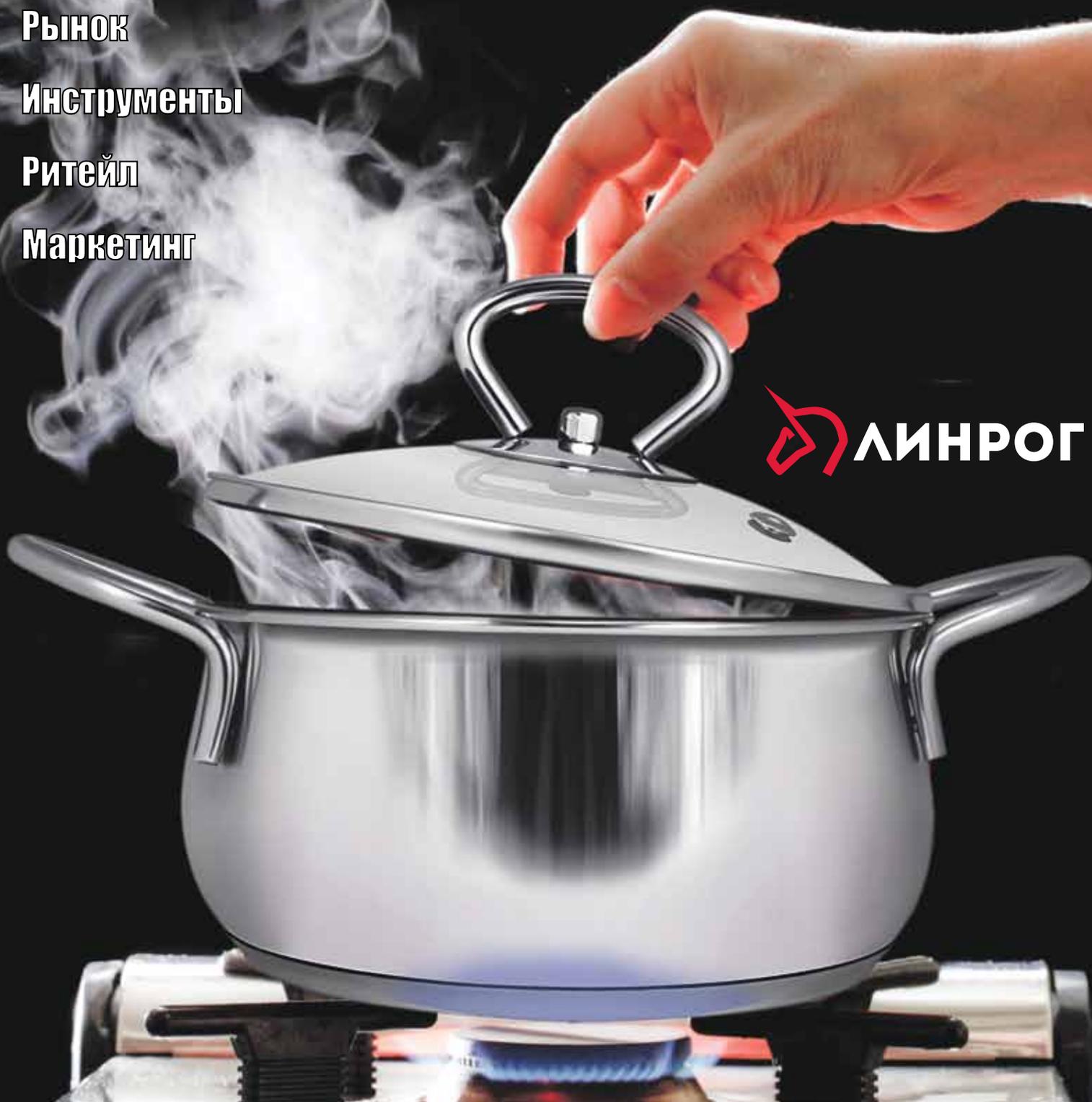
Рынок

Инструменты

Ритейл

Маркетинг

 ЛИНРОГ



Новая коллекция Joy
Подарки любимым!



Обложка предоставлена
компанией ЛИНРОГ

2026-2

8 Слово редактора

50 Ожидания просили подождать

10 Новости

Выставки

36 Таблица выставок

38 Повестка Франкфурта. Ambiente 2026

РЫНОК



44 Эмаль или нержавейка. Преимущества и отличия. Удобство и функциональность. Часть 1.



46 Эмаль или нержавейка. Выгода и универсальность. Часть 2.



52 Складским остаткам – НЕТ!



Ритейл

54 Посуда с маркетплейсов



Эмалированная посуда под торговой маркой заказчика



АО «Керченский металлургический завод» предлагает возможность производства стальной эмалированной посуды **под собственной торговой маркой заказчика.**

Высокая квалификация художников-дизайнеров и наличие собственного цеха деколи позволит воплотить в жизнь проект заказчика в кратчайшие сроки – от идеи до готового изделия. Время подготовки одного типоразмера деколи – 5 дней, время изготовления пробного образца – 15 дней. Срок изготовления партии изделий – 45 дней.

Изготовление продукции с уникальным декором возможно на любом изделии из актуального номенклатурного ряда разнообразных форм, цветов и объёмов – в стандартной или индивидуальной упаковке.



bogatov@kmz-kerch.ru
+7(978)861-20-10



Инструменты

58 ИИ в цифрах

Ассортимент

60 Посуда для холодного отдыха



Маркетинг

64 Главные по тарелочкам

66 Индукция на кухне: ловушка или обоснованный выбор?

70 Стильные штучки



Подписка-2026

Оплату подписки необходимо произвести не менее чем за 20 дней до выхода подписного номера.

Подписка открыта для всех желающих, проживающих на территории РФ, а также в странах ближнего и дальнего зарубежья. Подписка осуществляется на сайте журнала: www.posudainfo.ru. Для оплаты зайдите на сайт, кликните «Подписка», заполните заявку, которую получит отдел подписки. После получения заявки отдел подписки пришлет вам счет, который оплачивается как по безналичному расчету, так и наличными средствами в любом отделении Сбербанка.

При заполнении разборчиво укажите название своей организации (получателя), ИНН, КПП, юридический адрес, адрес доставки и количество номеров.

Стоимость одного номера – 400 рублей для подписчиков из РФ. Для жителей ближнего и дальнего зарубежья стоимость одного номера рассчитывается исходя из валютного курса на день оплаты. Оплата производится в рублях, доставка наложенным платежом.

Юридическим лицам, оформившим подписку, в обязательном порядке высылаются отчетные документы.

Журнал издается с 2004 года. Издание зарегистрировано в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС 77 – 67969 от 13 декабря 2016 года.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов. При перепечатке материалов и их использовании в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, ссылка на журнал «ПОСУДА» обязательна.

На все вопросы, связанные с получением журнала, вам с удовольствием ответят по тел.:

+7 (903) 768-12-30

posudainfo.ru

Горница®

СЕРИЯ ДУЭТ



Изготовитель: ООО "Горница"
352916, Краснодарский край,
г.о. город Армавир, г. Армавир,
ул.Тоннельная, д.16
Тел: 8 (861)375-56-06
E-mail: info@ooo-gornitsa.ru



Добрый день, дорогой читатель!

Скорость изменений жизненного пространства, начиная от мировых, заканчивая бытовыми катаклизмами, зашкаливает. Кризисы возникали в том или ином виде достаточно часто, но любые проблемы решались через печатный станок, что не устраняло накопившихся структурных проблем, а создавало новые. Далее, события на Украине усугубили штормовой эффект. В итоге, на данный момент мы имеем то, что имеем.

Китайское выражение «не дай вам бог жить в эпоху перемен» – не вызывает сомнений. Сейчас это сложное и трудное время, когда нарушены экономика, устойчивые связи и логистика жизни, поэтому приходится искать новые возможности для работы и развития.

Несмотря на достаточно сложную экономическую рыночную ситуацию, рынок продолжает работать и предлагать уважаемым покупателям новые товары.

Отечественные производители продолжают наполнять полки магазинов российскими товарами. В основном это касается посуды для приготовления пищи. Импорт тоже присутствует, в основном китайского производства или СТМ (собственная торговая марка), заказанных также в Поднебесной. Посуда европейских брендов представлена небольшим ассортиментом.

Розничная торговля пока безуспешно борется с маркетплейсами, хотя у последних тоже не все благополучно.

Все новости компаний, тренды и новинки стараемся публиковать в соответствующей рубрике, а их не мало.

Каждый день, каждый час все меняется. Что ж, будем меняться и мы, и работа, и логистика жизни.

Мы еженедельно продолжаем рассылать новости посудного рынка по нашей клиентской базе. Новости разные, но мы надеемся, что позитивных новостей будет с каждым днем больше. Желаем благополучия, важных успешных проектов и мирного, яркого, солнечного неба. До встреч на страницах нашего издания, дорогие уважаемые читатели!

С уважением,

Ковшова Татьяна

Редакция

Главный редактор: Татьяна Ковшова.
Выпускающий редактор:
Алексей Трембицкий.
Копирайтер: Евгения Максимова.
Работа с сайтом: Андрей Макаров.
Отдел рекламы и PR:
Елена Меджитова – руководитель
отдела рекламы и PR,
Татьяна Толмачева – PR-менеджер.
Подписка: Маргарита Гардева.
Корректор: Татьяна Беляева.
Корреспонденты:
Женя Максимова, Алексей Усачев,
Анна Коньшина, Алексей Трембицкий.
Перевод: Мари Ков.
Дизайн и верстка: Алексей Барсуков.

Телефон
+7 (903) 768-12-30
reklamaposuda@mail.ru

www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере*:

Магазин у дома или сеть

Советы маркетолога

Обзор выставки

Ассортимент

*Возможны изменения.

📄 На правах рекламы



posudainfo.ru



ОСЗ
ОПЫТНЫЙ
СТЕКЛЯНЫЙ ЗАВОД
ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ

КОЛЛЕКЦИЯ «МАГИЯ»

www.osz-glass.ru



Новинки от Керченского металлургического завода

2026 год для АО «Керченский металлургический завод» начался продуктивно.

По итогам первого квартала:

- произведено 6 новых наборов кастрюль: «Нектарин», «Галактика», «Пион», «Мимоза», «Дуэт», «Неразлучники». Все изделия – с плоским дном, подходят для всех типов плит.

- введены в производство две новые линейки изделий: «Летний букет», «Яблочный десерт». В составе линеек кастрюли разного объема, чайники, миски, ведра.

- расширены две действующие линейки изделий: «Лимонный сет», «Арабика». Добавили чайники дополнительного объема с наиболее популярным декором.

- расширен ассортимент изделий в индивидуальной упаковке.

Обновленный ассортимент сформирован с учётом необходимости разнообразия в дизайне и в разных ценовых категориях. Все изделия уже доступны к заказу.

www.kmz-kerch.ru



Весенняя капель И НЕ ТОЛЬКО



Весенняя капель и солнце – это не только пробуждение природы, это тонкий намек на возможности и открытия, которые помогают радоваться и открывать мир блеска и элегантности с серией **Дайони** («Dionu») от **Pasabahce!**

Коллекция уже выпускалась на турецких предприятиях и завоевала своих почитателей. Несколько месяцев назад ее начали производить и в России. Линейка Дайони оформлена оригинальными гранями, совершенные формы вызывают восхищение, а элегантный дизайн коллекции привлекает внимание. Она великолепно впишется в любой интерьер, украсит любую сервировку и подойдет для любой компании.

Серия Дайони («Dionu») представлена не только винными бокалами на ножке, но и фужерами для шампанского и стаканами, что делает ее еще интереснее для потребителя.

Бокалы, которые сегодня предлагает российский производитель, представлены объемом 125 мл для игристого шампанского, и объемами 230 и 310 мл для любителей вин. Они выпускаются в подарочной упаковке по 4 бокала и в коробах по 12 с этикеткой на изделии.

Главный момент: всю коллекцию можно собрать, начиная с этих модных бокалов!

www.pasabahce.com/ru

Taller SMART

Комфорт в каждом прикосновении

Автономность и мобильность — встроенный аккумулятор и зарядка от любого USB-порта (портативный аккумулятор, ноутбук, адаптер)

Высокое качество и надёжность от бренда **Taller**

Современный стильный дизайн

Электромельница
Taller TR-70003

Капучинатор электрический
Taller TR-70002

Штопор электрический
Taller TR-70004

QR code | (812) 777-90-80 | taller.ru

Набор посуды «Элемент» – компактная модель от Taller

Эргономика и лаконичный дизайн давно стали главными трендами в обустройстве кухни. Бренд **Taller** воплотил эти принципы в новом наборе посуды **TR-17102**. Его главная «фишка» – универсальная съемная ручка, которая подходит к каждому предмету комплекта. Это не просто дань моде, а радикальное решение проблемы хранения – предметы максимально компактно складываются друг в друга и занимают минимум места в ваших шкафах.

А для того, чтобы защитить антипригарное покрытие от царапин, когда вы ставите предметы друг на друга, производитель предусмотрел специальные вкладыши-разделители, которые дополняют набор.

Набор «Элемент» – настоящий кухонный «конструктор»: два ковша объемом 1,5 и 2,7 литра, три антипригарные сковороды диаметром от 22 до 26 см, крышки всех размеров и даже термостойкие лопатка и ложка. Посуда изготовлена из толстой нержавеющей стали (стенки 0,7 мм, дно 3,5 мм), что гарантирует равномерный нагрев и подходит для любых плит, включая индукционные. Отстегнув пластиковую ручку, емкости можно смело отправлять в духовку.



ООО «СМАРТ ДЕЛИВЕРИ»
Тел.: (812) 777-90-80 | www.taller.ru



Сотейник «Прованс» от «Борисовской керамики»

«Борисовская керамика» представила новую форму – сотейник «Прованс №2». Изделие объемом 1 литр имеет современную форму, удобные ручки. Идеально подойдет для запекания и тушения блюд в духовом шкафу. Доступны разные варианты расцветки.

www.borkeramika.ru

«Группа Лента» отчиталась за 2025 год

«Группа Лента» подвела ключевые операционные итоги 2025 года. Розничные продажи достигли 1 103,7 млрд руб. (+24,2% г/г). LFL-продажи выросли на 10,4% за счет +9,3% среднего чека и +1,0% трафика.

Открыто (с учетом закрытий и покупки «Молнии»): 1034 магазина у дома, 53 супермаркета, 6 гипермаркетов, 322 дрогери. Онлайн-продажи +18,5% до 74,8 млрд руб. (+56,7% в собственных сервисах). Доля онлайн в выручке – 7%.

По материалам new-retail.ru

Aquascendo LightUp: да будут свет и чистая вода!

Компания **Shanghai Grand Trade Co., Ltd.** из Шанхая получила престижную награду **Red Dot Award: Product Design 2025** за инновационную бутылку **Aquascendo LightUp Filtered Bottle**. Бутылка сочетает в себе три функции: ёмкость для воды, фильтр для очистки загрязнённой воды и LED-лампу с режимами света и SOS, а также солнечной панелью для зарядки на крышке. Такие гаджеты обеспечивают доступ к чистой воде и свету в самых сложных условиях, решая проблемы здесь и сейчас в регионах с недостаточно развитой инфраструктурой. Маркетинговая модель «купи одну – подари одну» и партнёрства с НПО делают продукт доступным для таких регионов.

www.red-dot.org



Новинки из силикона TM Regent



Торговая марка **Regent** расширила ассортимент линейки SILICONE новыми формами для выпечки. Среди новинок – формы «Малинка» и «Ракушка», а также глубокие противни для выпечки с металлическим каркасом.

www.regentrus.ru

АНТИПРИГАРНАЯ ПОСУДА

линейка посуды:

МРАМОР

ОРИОН | АЛТАЙ



ПОСУДА СЛАВНЫХ ТРАДИЦИЙ
Гардарика™



gardarika-posuda.ru





Новая линейка стеклянных крышек JARKO

Компания «Гвюра» представила новую линейку стеклянных крышек под брендом **JARKO**: теперь с фирменным логотипом, выполненным с использованием технологии шелкографии. Такой метод нанесения обеспечивает высокую стойкость покрытия после множества циклов мытья вручную или в посудомоечной машине. Размерный ряд крышек – от 14 до 32 см, что гарантирует совместимость практически с любой кухонной посудой разных брендов.

www.gvura.ru

Новый ГОСТ по оценке соответствия металлической посуды вступит в силу с апреля

С 1 апреля 2026 года с правом досрочного применения вводится в действие новый национальный стандарт ГОСТ Р 59563-2025 «Оценка соответствия. Процедура оценки соответствия посуды металлической с покрытиями и без покрытий в форме декларирования соответствия». Он заменяет ГОСТ Р 59563-2021.

Стандарт устанавливает процедуры оценки соответствия металлической посуды (с покрытиями и без покрытий) в форме декларирования соответствия. Он будет применяться заявителями, испытательными лабораториями (центрами) и другими заинтересованными лицами. ГОСТ описывает различные схемы декларирования, которые могут включать испытания типовых образцов посуды и сертификацию системы менеджмента качества изготовителя. Также указаны условия прекращения действия декларации о соответствии, например, при изменении характеристик посуды, влияющих на подтвержденные показатели, или при выявлении несоответствия продукции установленным требованиям.

www.garant.ru

Kukmara Granit Ultra Induction со съемной ручкой

TM Kukmara расширила линию сковород **Granit Ultra Induction Original** моделью диаметром 260 мм со съемной ручкой. Сковорода выполнена из литого алюминия с утолщенным дном 6 мм и стенками 4,5 мм. Антипригарное покрытие **ultra granit** усилено минералами, близкими по твердости к алмазу. Подходит для всех плит, включая индукционные.

www.market.kukmara.com



Новинки фигурной керамики в «Элан Галерее»

Компания «Элан Галерея» пополнила коллекцию «Уточки» красочными новинками для сервировки стола. Посуда выполнена из керамики, украшена декоративными фигурками. Среди новинок – секционные тарелки для фаршированных яиц, маслénки, блюда для сервировки и многое другое. Фактурная поверхность и выразительные оттенки придают сервировке яркий характер.

www.elangal.ru

Стеклянные контейнеры TM Appetite

Компания «Пилот МС» сообщила о поступлении на склад прямоугольных контейнеров объемом 370, 640, 1040, 1500 мл из жаропрочного стекла **TM Appetite**. Все контейнеры на 100% герметичны, не впитывают запахи и не боятся царапин, подходят для использования в СВЧ и духовых шкафах до +400 °С, легко моются вручную и в посудомоечной машине. Набор упакован в цветную коробку.

www.pilotms.ru



В России запускается B2B - маркетплейс для закупок в Китае

В России стартует **B2B-маркетплейс Hainago** для официальных закупок товаров в Китае. Платформа ориентирована на малый и средний бизнес, селлеров Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет. Сервис объединяет закупку, юридическое оформление, сертификацию, таможенную и доставку. Все поставки идут официально с полным комплектом документов.

На этапе первичного запуска платформа будет работать в режиме закрытого доступа для ограниченного числа предпринимателей и селлеров маркетплейсов, отобранных на этапе предварительных заявок.

По материалам www.new-retail.ru



Алюминиевая сковорода «Калитва» со складной ручкой

В ассортименте **TM Kalitva** представлена новая модель алюминиевой сковороды диаметром 22 см со складывающейся ручкой. Сковорода изготовлена из матового алюминия без покрытия. Складывающаяся ручка позволяет экономить место как при хранении, так и во время походов. Изделие соответствует ГОСТ и санитарно-гигиеническим нормативам РФ.

www.kalitva-posuda.ru

Visual Air Fryer: фритюрница с куполом

Особенностью этой фритюрницы является ее стеклянный купол. Это не только придает ей уникальный внешний вид, но также позволяет пользователю наблюдать за процессом приготовления. Поднос можно использовать в качестве блюда для подачи. В дополнение к энергоэффективной жарке, прибор также предлагает быструю функцию размораживания. Производитель: **Baoke (Shanghai) Network Technology Co., Ltd.**, Шанхай, Китай.

www.red-dot.org





Компактная серия кастрюль от Esprado

TM Esprado представила новую коллекцию кастрюль Vincor. Кастрюли выполнены из высококачественной нержавеющей стали 18/10, оснащены трехслойным кованным дном. Конструкция корпуса позволяет компактно разместить их одну в другой, что помогает рационально использовать пространство шкафов. Кастрюли Vincor подходят для всех типов плит, включая индукционные, а также могут использоваться в духовке при температуре до 180 °С.

www.esprado.ru

Обязательная маркировка товаров для дома стартует с сентября 2026 года

С сентября 2026 года обязательная маркировка товаров для дома и посуды станет реальностью для бизнеса. Минпромторг опубликовал проект постановления, завершающий добровольный эксперимент 31 августа 2026 года.

Ключевые этапы:

1 сентября 2026 г.: Регистрация производителей, импортеров и продавцов в системе «Честный ЗНАК». Тестирование IT-инфраструктуры – в течение 15 дней.

1 декабря 2026 г. Нанесение кодов Data Matrix на посуду (коды ТН ВЭД 3924, 4818 и др.), кухонную утварь, декор.

Вывод из оборота немаркированных товаров для дома и интерьера, произведенных в России или ввезенных в РФ до 30 ноября 2026 года, предполагается разрешить до 1 февраля 2028 года. При этом оборот немаркированных средствами идентификации отдельных видов товаров для дома и интерьера будет разрешен до 1 июня 2027 года.

Рекомендации бизнесу

Обновите ПО, настройте ЭДО и протестируйте интеграцию заранее, чтобы избежать сбоев в поставках. Несоблюдение грозит штрафами и блокировкой оборота.

Новый каталог столовых приборов EME

Компания «Рестошеф» представила новый каталог столовых приборов итальянской фабрики EME, доступных к заказу на 2026 год. В частности, в нем представлены новые серии изделий с комбинированным покрытием: рабочая часть прибора выполнена в глянцевом исполнении, а ручка имеет сатиновую поверхность. Приборы рассчитаны на интенсивное использование, подходят для профессиональных посудомоечных машин и ориентированы на долгий срок службы без потери внешнего вида.

www.restochef.ru



TRAMONTINA

Идеальный баланс на вашей кухне: почему мир выбирает Tramontina

Когда речь заходит о качественной посуде, имя Tramontina звучит на всех континентах. Основанное в 1911 году семейное предприятие из Бразилии сегодня превратилось в глобальный бренд с 115-летней историей, представленный в 120 странах. Рассказываем, почему продукция компании стала стандартом для профессиональных шеф-поваров и домашних кулинаров.

НАСЛЕДИЕ И ИННОВАЦИИ

Секрет успеха кроется в бескомпромиссном подходе: компания создает утварь на собственных производственных площадках с жесткими центрами контроля качества. Инновационные технологии здесь неразрывно связаны с принципами устойчивого развития.



ОТ ЭТАЛОННОГО НОЖА ДО ПРЕМИАЛЬНОГО ФАРФОРА

Ассортимент бренда покрывает любые потребности – от уютной домашней кухни до сегмента HoReCa. В фокусе всегда остаются долговечность, функциональность и современный дизайн. В арсенале Tramontina – легендарные кухонные ножи и столовые приборы из высококачественной стали, кастрюли и сковороды с передовыми антипригарными покрытиями, а также изысканный белый фарфор.



«ЗОЛОТАЯ СЕРЕДИНА» В РОССИИ

На российском рынке бренд представлен более 20 лет, укрепляя позиции в рознице и онлайн. Сегодня, когда значительную часть ассортимента составляют товары китайского производства, Tramontina выступает оптимальной «золотой серединой». Выбирая этот бренд, потребитель получает надежную продукцию с высокой культурой производства и идеальным балансом цены и качества.



<https://www.tramontina-russia.com/>
info.russia@tramontina.com



Tramontina – это гармоничный сплав более чем векового опыта, инженерной экспертизы и бразильского подхода к качеству, воплощенный в каждом предмете для вашего дома.





Элегантное пополнение

Императорский фарфоровый завод дополнил коллекцию **Elegant** чайным сервизом на 6 персон. В составе сервиза 14 предметов: чайник объемом 1177 мл, сахарница и 6 чайных пар. Изделия выполнены из костяного фарфора на форме «**Элегия**» заслуженного художника РФ Татьяны Афанасьевой. Дизайн Любви Цветковой сочетает готический орнамент масверк с оп-артом, создавая иллюзии движения и объема.

www.ipm.ru

«Домовой» в Петербурге

21 февраля федеральная сеть магазинов товаров для дома «**Домовой**» откроет новый магазин в Санкт-Петербурге по адресу: проспект Просвещения, 74. Это укрепит присутствие компании в городе, где уже действуют 16 филиалов. Магазин площадью 1100 кв. м предложит ассортимент посуды, текстиля, хозтоваров и предметов интерьера.

www.tddomovoy.ru

Премьеры на выставке HouseHold Expo: Чугунная посуда Davr Metall



Компания **Davr Metall** представит свои изделия из чугуна на выставке **HouseHold Expo**. Среди новинок – сковорода со съемной деревянной ручкой диаметром 24 см. Посуда произведена в Узбекистане.

www.expo-retail.ru

Горшочек для запекания «Тыква» от Elan Gallery

В ассортименте **Elan Gallery** появились наборы горшочков для запекания «**Тыква**». Изделия выполнены из жаропрочного фарфора, рассчитанного на приготовление в духовке при 230 °С. Формы объемом 250 мл можно использовать как рамекин, жульенницу, а также для красивой сервировки.

www.elangal.ru



Новинки из поликарбоната Gastroplast

Компания «**Мастергласс**» расширила ассортимент продукции из поликарбоната. В каталоге появились тарелки и миски для подачи блюд; стаканы и кружки различного объема и цвета; фужеры и бокалы для напитков; соусники и салатники для сервировки. Изделия имеют эстетичный вид, подходят для горячих и холодных блюд, а также для хранения продуктов.

www.masterglass.ru



«Гжель» в Женеве: русский фарфор представили в штаб-квартире ВОИС



18 февраля в штаб-квартире Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) в Женеве прошла выставка продукции Объединения «**Гжель**». Экспозиция была приурочена к 7-й сессии Рабочей группы по развитию Лиссабонской системы международной регистрации наименований мест происхождения и географических указаний. Посетителям выставки были представлены не только классические изделия, но и современные работы, демонстрирующие развитие традиции и ее диалог с сегодняшним днем.

В октябре 2024 года Международное бюро ВОИС официально внесло «**GZHEL**» в Лиссабонский реестр, закрепив международную охрану бренда. В России Гжель охраняется как НМПТ с 1994 года. Этот статус гарантирует подлинность продукции, защищает репутацию производителей и сохраняет культурное наследие для будущих поколений. Международная регистрация в системе ВОИС – логичный шаг для бренда, претендующего на глобальное признание и защиту от подделок за рубежом.

Александр Юрьевич Чернышов, генеральный директор Объединения «Гжель»: «Для нас большая честь представлять Россию и АФК „Система“ в стенах Всемирной организации интеллектуальной собственности. Теперь Гжель (GZHEL) – это зарегистрированный бренд с международной защитой. Мы первыми в стране прошли путь от национального НМПТ до международной регистрации через Лиссабонскую систему. Это накладывает особую ответственность: показывать продукт высочайшего качества, который узнают в любой точке мира без перевода. Женеве – старт нашего системного присутствия на международных площадках, где решаются вопросы защиты культурных брендов».

Татьяна Алексеевна Сивова, главный художник Объединения «Гжель»: «На выставке мы показываем гжель разную: и ту, что помнят наши бабушки – с классическим кобальтовым мазком, и ту, что рождается сегодня – более графичную, смелую, но сохранившую ту же лёгкость и трепетность. Для художника нет границ, но есть подлинность. И именно статус НМПТ гарантирует, что перед зрителем – не стилизация, а живая традиция, которая дышит и развивается. Женеве для нас – диалог с миром на языке искусства, понятном без слов».

www.gzhel.ru



Пластиковый поднос от «Мартика»



Компания «**Мартика**» представила новинку – пластиковый поднос для заведений общественного питания. Модель размером 35×47 см выдерживает интенсивную ежедневную эксплуатацию, имеет усиленные стенки и удобные для переноски ручки. Поверхность матовая, не скользкая.

www.martika-home.ru



К СЕЗОНУ ГОТОВЫ!

Ударопрочные рюмки
из Поликарбоната

50мл

30мл



 НЕ ВПИТЫВАЕТ
ЗАПАХИ

 НЕЛЬЗЯ
РАЗБИТЬ

 БЕЗОПАСНО
ДЛЯ ДЕТЕЙ

 МОЖНО МЫТЬ В
ПОСУДОМОЙКЕ

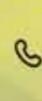
 ВЫДЕРЖИВАЮТ
ОТ -60 ДО +130



 info@gamma-plast.ru

 109383, Москва
Ул. Шоссейная, 110В стр.1

 gamma-plast.ru

 +7(495)348-09-11
+7(495)348-22-81
+7(495)348-22-91

Ударопрочные
стаканы из
Поликарбоната

350мл

300мл

250мл



 Другая продукция
ГАММА-ПЛАСТ





Коллекция Blue garden в компании «Коралл»

Компания «Коралл» сообщила о поступлении новой серии посуды из фарфора Blue garden. Ценовой сегмент: эконом. Страна-изготовитель: Китай. В серию вошли тарелки суповые и десертные, салатники, кружки.

www.korall.ru

Коллекция Sombra от Esprado

Торговая марка **Esprado** пополнила ассортимент коллекцией френч-прессов Sombra. В коллекцию вошли две модели – **Sombra Negro** объемом 1000 мл с черным матовым покрытием и **Sombra Bianco** объемом 600 мл, колба которой имеет белое покрытие. Оба варианта выполнены из термостойкого боросиликатного стекла, которое выдерживает температуры от -20 до +280 °С. Стеклопластиковая ручка не нагревается в процессе заваривания, а черная подставка из термопластичной резины защищает дно и препятствует скольжению. Пресс-фильтр выполнен из нержавеющей стали 18/10 и дополнен уплотнительным кольцом, которое надежно фиксирует крышку. В крышке предусмотрен дополнительный фильтр для аккуратного наливания.

www.esprado.ru



Акварельный Bouquet от Anna Lafarg

Компания «Анна Лафарг» представила новую линию для сервировки стола **Bouquet**. В нее вошли обеденный сервиз, салатники, кружки и салфетки. Посуда изготовлена из белого фарфора с цветочным декором в акварельной технике. Изделия подходят для использования в микроволновой печи и посудомоечной машине.

Кроме того, компания пополнила коллекцию «Лимоны» бокалом для вина объемом 550 мл и креманкой для шампанского объемом 260 мл. Изделия выполнены из термостойкого стекла, отличаются ножкой зеленого оттенка. Внутри емкостей размещена фигурка в виде лимона.

www.annalafarg.ru



Тренд на природные формы и текстуры

В **Liberty Jones** мы не просто следим за трендами и формируем на их основе товарную матрицу, но и сами разрабатываем и создаем продукт с нуля, что позволяет нам поддерживать и вдохновлять рынок.

Одно из течений, которое мы реализовали в собственной разработке – тренд на лёгкость и нежность в сочетании с природными формами, флористикой. Что если взять цветок с полураспустившимися лепестками, воплотить его в стекле и превратить в бокал на изящной ножке, напоминающей стебель? Так, отказавшись от строгих форм и вдохновляясь естественной природной пластикой, мы создали коллекцию **Bloom**. Бокалы производились из выдувного стекла вручную, что позволило передать их нежность и изящество.

Коллекция включает в себя наборы бокалов для вина и креманок в подарочной упаковке.

Если нужна альтернатива классическим бокалам для HoReCa или расширения ассортимента розницы, Bloom может стать прекрасным вариантом.

www.finedesigngroup.ru

«Комплекс-Бар» расширяет ассортимент металлической посуды

С февраля «Комплекс-Бар» предлагает металлическую посуду ручной работы российского бренда **Gibco** (г. Владимир). Изделия изготавливаются из меди, латуни, алюминия и мельхиора. Ассортимент включает блюда, тарелки, соусники, сковороды для подачи. Производство исключает штамповку, применяя уникальную геометрию и авторский дизайн.

www.complexbar.ru



Новые позиции фарфора Fiori

Компания «Комплекс-Бар» представила обновление коллекции премиального фарфора **Fiori** от бренда **Kunstwerk**. Новинки включают заварочный чайник, салатники большого и малого размера, глубокие тарелки и овальное блюдо. Дизайн вдохновлен винтажными цветочными мотивами с синими узорами на кремовом фоне, что создает ощущение уюта и элегантности. Изделия предназначены для интенсивного использования в сегменте HoReCa.

www.complexbar.ru





CookHouse расширяет ассортимент Pintinox

Итальянский бренд **Pintinox** пополнил предложение интернет-магазина **CookHouse** столовыми приборами из нержавеющей стали 18/10. Изделия отличаются ударопрочностью и устойчивостью к коррозии. В наборах: столовые вилки, ножи, ложки, десертные приборы, сервировочные лопатки.

www.cookhouse.ru

В Кировской области продают производство по выпуску оцинкованной посуды

В Кировской области на продажу выставлен инвестпроект – производственный комплекс по выпуску оцинкованной посуды и хозяйственных изделий в Омутнинске. Предложение опубликовано Агентством инвестиционного развития региона.

Производство функционирует по отлаженным технологиям, выпускает свыше 45 позиций продукции, соответствующей ГОСТ. В наличии технологические карты, нормативная документация, парк из более 100 единиц оборудования, а также базы надежных поставщиков сырья и партнеров по сбыту. Объем инвестиций – 280 млн рублей, срок окупаемости – 4 года.

По материалам www.bnkirov.ru

Банки для хранения Lenardi

Торговая марка **Lenardi** представила новую коллекцию банок для хранения к празднику Светлой Пасхи. Банки выполнены из стекла, оснащены металлическими крышками с фигурным декором в виде кролика.

www.lenardi.ru



Коллекция «Ситец» от «Дымов Керамики»

«Дымов Керамика» представила новую коллекцию «Ситец» с изысканным цветочным декором. В коллекцию вошли тарелки, салатники, розетки, сервировочные блюда, чайные и кофейные пары и кувшины.

www.dymovceramic.ru



ЛИНРОГ

Безопасная посуда
из нержавеющей стали
**ЛЫСЬВЕНСКОГО
ЗАВОДА
МЕТАЛЛОИЗДЕЛИЙ**

подробнее о нашей
продукции на сайте
lzmi.ru





Pure Line от Crystalex в нежно-розовом цвете

Crystalex выпустил новую линейку **Pure Line** в нежно-розовом оттенке. Стаканы и вазы выполнены из хрустального стекла премиум-класса (Sparkle™), которое отличается высокой прозрачностью, блеском и устойчивостью в профессиональном использовании. Форма простая и минималистичная, с утонченными линиями. Коллекция также доступна в голубом оттенке и прозрачном варианте.

www.crystalex.cz.com

Новая сковорода «Мечта» от завода «Виктория»

Завод «**Виктория**» представил новую сковороду коллекции «**Мечта**» цвета «Аметист». Новинка выполнена из литого алюминия с двухслойным антипригарным покрытием на водной основе. Толщина дна 6 мм и стенка 4 мм обеспечивает равномерный нагрев, устойчивость к деформации и долговечность. Подходит для газовых, электрических и стеклокерамических плит.



www.victory.by

Новинки от Phibo

Компания «**Быпласт**» выпустила две функциональные новинки из полипропилена – компактную ручную соковыжималку и универсальный органайзер для хранения посуды. Встроенное сито соковыжималки отделяет косточки и крупные кусочки мякоти, позволяя быстро получить чистый напиток или основу для коктейлей и выпечки. Органайзер поможет компактно разместить в вертикальном положении крышки от кастрюль и сковородок, разделочные доски, тарелки, стаканы, чашки, небольшие блюда любой формы и другой кухонный инвентарь, что помогает высвободить дополнительное пространство на любой, даже самой маленькой, кухне.

www.byplast.ru



Стакан для коктейля от бренда Neman

Стеклозавод «**Неман**» выпустил новинку – стакан для коктейля объемом 500 мл. Стакан имеет эргономичную форму, подойдет для различных вариантов коктейлей, в том числе на основе фруктов и сока.

www.neman.by

Bleu Riviera от Le Creuset

Le Creuset представил регулярную коллекцию посуды в новом цвете – **Bleu Riviera**. Это яркий бирюзовый оттенок, вдохновленный водами Средиземного моря, который плавно переходит в более глубокий синий к базе. Цвет устойчив к выцветанию благодаря фирменной эмали Le Creuset. Новый цвет хорошо сочетается с нейтральными тонами или яркими акцентами вроде кораллового.

www.lecreuset.fr



Коллекция Kiln Coral от Denby Pottery

Бренд **Denby Pottery** расширил линейку посуды **Kiln** коллекцией в коралловых оттенках. Посуда изготовлена из премиальной каменной керамики с акцентом на теплые, успокаивающие тона – нежную палитру из белого, земляного розового и янтарных оттенков. В коллекцию входят тарелки, миски, кружки и сервировочные блюда для повседневного использования. Каждый предмет коллекции проходит через руки более 20 мастеров, подчеркивая аутентичное ремесло с 1809 года.

www.denbypottery.com

Формы для выпечки Appetite

Компания «**Пилот МС**» расширила ассортимент форм для выпечки торговой марки **Appetite** новыми моделями. Новинки изготовлены из углеродистой стали с покрытием **Xynflon** внутри и снаружи. Толщина дна и стенок 0,3 мм. Подходят для духового шкафа и мини-печи. Доступны формы разных размеров.

www.pilotms.ru



Provence – новинка в компании «Коралл»

Компания «**Коралл**» пополнила ассортимент новой коллекцией столовой посуды **Provence**. Изделия изготовлены из фарфора и декорированы в монохромной гамме, декор дополнен ярким акцентом в виде желтой окантовки. В составе коллекции: тарелки, кружки, салатники.

www.korall.ru

Коллекция фарфора «Охота» от TM Lefard



Компания «Арти-М» представила эксклюзивную коллекцию фарфора «Охота» от дизайнеров TM Lefard. Традиционный сюжет выполнен на белоснежном фарфоре. Дизайн сочетает теплые тона, современные формы, удобные ручки и оптимальные объемы. В составе коллекции – кружки, чайные пары, закусочные тарелки, блюда, чайный и столовый сервизы. Посуду можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

www.arti-m.ru

Бренд Woll представил коллекцию Ecolour



Немецкий бренд Woll выпустил переработанного алюминия и оснамеров (PFAS) с шероховатой текстурой. Съёмные ручки выполнены из материалов с 50 % долей возобновляемого сырья. Изделия отличаются легкостью и эргономичным дизайном, подходят для всех типов плит, включая индукционные, а также для духовки (до 300 °С, без ручки). Доступные цвета: светло-розовый, небесно-голубой, нефритово-зеленый.

линейку посуды Ecolour. Посуда изготовлена из алюминия с антипригарным покрытием без фторполимера.

www.woll.de

Завод биоразлагаемой посуды запустят в Кашире

ООО «ГрейтБилд» планирует завершить строительство завода биоразлагаемой посуды в Кашире (ОЭЗ) в I полугодии 2026 г., сообщает Главгосстройнадзор Подмосковья. Площадь завода – 6,5 тыс. кв. м (производственная и административно-бытовая зоны). Завод будет выпускать одноразовую посуду из целлюлозы для кафе, ресторанов и доставки. Планируемый объем – 128,4 млн ед. в год. Инвестиции составили 1,5 млрд руб. (ранее заявлялось об инвестициях в 860 млн руб.). В настоящее время ведется монтаж инженерных систем и благоустройство территории.

По материалам www.interfax-russia.ru

Коллекция Relief от KENAI

Российский бренд KENAI представил новую коллекцию Relief, выполненную из каменной керамики Stoneware. Мягкие формы, неровные края и изгибы создают ощущение движения и живого тепла. Каждое изделие неповторимо – в нем есть след прикосновения, легкая небрежность и честность ручной работы.

www.kenaiceramics.ru



Набор «Десерт к чаю» от «Стальэмаль»



Компания «Стальэмаль» расширила ассортимент набором эмалированной посуды с декором «Десерт к чаю». Набор включает три цилиндрические кастрюли, выполненные из стального проката с многослойным покрытием жаропрочной эмали. Посуда подходит для всех видов плит, в том числе индукционных. Может использоваться для длительного хранения пищевых продуктов.

www.rusposuda.ru

Gipfel представил набор сковород Granit

Компания Gipfel анонсировала набор сковород Gipfel Granit. В набор вошли сковороды диаметром 20 см и 26 см, съёмная бакелитовая ручка Soft-touch, стеклянные крышки с силиконовым ободком и складной ручкой. Сковороды выполнены из ковального алюминия, оснащены двухслойным антипригарным покрытием Pflon Premium с рельефным мраморным рисунком.

www.gipfel.ru



Новинка от Esprado

Торговая марка Esprado дополнила ассортимент кухонных инструментов удалителем сердцевины фруктов. Острая зубчатая кромка легко справится даже с фруктами с плотной кожурой. После использования достаточно нажать на рычаг у основания, и сердцевина выталкивается одним движением. После использования инструмент легко очищается.

www.esprado.ru

«Полимербыт» расширил коллекцию Summer Time

Компания «Полимербыт» расширила ассортимент коллекции Summer Time изделиями жёлтого цвета. Яркий декор нанесён по современной технологии IML, благодаря чему рисунок устойчив к влаге и истиранию и надолго сохраняет привлекательный внешний вид. В коллекцию вошли разнообразные аксессуары и предметы для сервировки стола. Материал – полипропилен.

www.polimerbyt.ru



Премьеры Household Expo 2026: салфетки из кожи VERO

На весенней выставке **Household Expo**, которая пройдет 17-19 марта, компания «ШЕФ» представит новинку – сервировочную салфетку из переработанной кожи от бренда **VERO**. Изделие производится в Испании, отличается высокой прочностью, сохраняя аккуратный внешний вид даже при регулярном использовании. Размер 36×42 см универсален: салфетка подходит для тарелки и приборов, формируя завершенное сервировочное место. Трапециевидная форма гармонично смотрится на квадратных и прямоугольных столах, добавляя оригинальный штрих в интерьер и подчёркивая стиль сервировки.

www.expo-retail.ru



Сотейник Lclick с 3 съёмными ручками



Сеть магазинов «Домовой» представила серию посуды собственной торговой марки «Домой». Это коллекция посуды для приготовления **Lclick**, выполненная из литого алюминия с антипригарным покрытием PPG Xylan Plus. Толщина дна – 4 мм, стенок – 1,8 мм. Посуда оснащена крышками из жаропрочного стекла и 3-мя бакелитовыми съёмными ручками (две короткие и одна длинная). Подходит для всех типов плит, включая индукцию и духовку (без ручек).

www.tddomovoy.ru

Bormioli Luigi переходит на экологичные гибридные печи

Итальянский производитель стеклянной тары **Bormioli Luigi** ввел в эксплуатацию гибридные печи на заводе в Аббатеграццо (недалеко от Милана), что стало важным шагом к снижению углеродного следа производства. Это инновационное решение в рамках проекта **Vitrum**, поддержанное Фондом инноваций Еврокомиссии, позволяет сократить потребление газа на 30% и выбросы CO₂ на 14% по сравнению с традиционными газовыми печами. Гибридные печи сочетают метан и электричество, а также используют больше переработанного стекла (PCR), что обеспечивает до 80% снижения эмиссий за счет гибридизации.

Проект **Vitrum** ориентирован на производство высококачественной стеклянной упаковки для косметики и уже запущен в январе 2025 года. За первые 10 лет работы печь позволит избежать выбросов 25 500 тонн CO₂ – эквивалента, способствуя цели компании по сокращению эмиссий на 50% к 2030 году. Это особенно актуально для отрасли, где всего 15% печей в Европе работают на электричестве.

Несмотря на заявленные преимущества, в отрасли существует общий скепсис по поводу подобных «зеленых» инициатив: критики отмечают риск гринвошинга, когда компании преувеличивают экологический эффект для маркетинга, что приводит к недоверию потребителей и задержке реальных изменений, хотя конкретных обвинений в адрес Bormioli Luigi не выявлено.

По материалам bormioliluigi.com



Новинка от Kunstwerk в «Комплекс-Баре»

«Комплекс-Бар» представляет новинку от Kunstwerk – серию фарфора **Eggshell Nature**. Коллекция Eggshell раскрывается в новом, природном оттенке с деликатной крапчатой текстурой, создавая ощущение handmade-керамики, при этом сохраняя все преимущества профессионального фарфора. В серию входят плоские тарелки и модели с фактурным бортом разных диаметров, салатники для индивидуальной и общей подачи, блюда, а также чайные и кофейные чашки.

www.complexbar.ru

Серия посуды «Селин» от ТМ Appetite

Серия посуды «Селин» от ТМ **Appetite** пополнила ассортимент компании «Пилот МС». Кастриולי и ковш выполнены из высококачественной нержавеющей стали. Толщина борта – 0,5 мм; толщина дна – 3,0 мм. В серии представлены кастриולי объемом 1,9 л, 2,7 л, 3,6 л и 5,0 л, а также удобный ковш на 1,9 л.

www.pilotms.ru



Столовые приборы Bergano для Horeca

Компания «Русский проект» представила столовые приборы торговой марки **Bergano**. Приборы выполнены из высококачественной нержавеющей стали и полностью отвечают запросам предприятий общественного питания, государственных предприятий, фудкортов, кафе, столовых. Изделия обладают высокой стойкостью к деформации, имеют хорошую шлифовку и полировку. Производство – Китай.

www.rp.ru



«Дом фарфора» закрыл бутик на Невском

Сеть «Дом фарфора», которая управляет шестью торговыми точками в Москве и Подмосковье, закрыла бутик на Невском проспекте в Санкт-Петербурге из-за высоких ставок аренды и слабого трафика, пишет «Коммерсантъ». Это был единственный магазин сети в Санкт-Петербурге. Формат проработал менее двух лет – с апреля 2024-го, заняв помещение общей площадью 410 кв. м, где ранее располагался бутик Diog. В настоящее время компания ищет новое подходящее место аренды в городе.

По материалам www.kommersant.ru



Текстиль для кухни от ТМ Lefard

Компания «Арти-М» представила ассортимент текстильных изделий для кухни: скатерти, раннеры, кухонные полотенца. Продукция имеет весенний декор для создания уюта и праздничной атмосферы.

www.arti-m.ru



Премьеры Household Expo 2026: Серия посуды «Гипсофила» от ТМ «Лысьвенские Эмали»

На весенней выставке **Household Expo**, которая пройдет 17-19 марта, компания «Лысьвенские эмали» представит ряд новинок. Среди них кастрюли с декором «Гипсофила». Кастрюли изготовлены из высококачественной стали с эмалированным покрытием. Эмаливое покрытие долговечно и устойчиво к механическому воздействию, не царапается и не тускнеет, благодаря чему срок эксплуатации изделия увеличивается. Изделия подходят для всех типов плит, включая индукционные. Можно мыть в посудомоечной машине.

www.expo-retail.ru

Барные аксессуары в сети «Посуда Европы»

В ассортименте магазина «Посуда Европы» представлены новинки барных аксессуаров из нержавеющей стали. Коллекции **ROYAL**, **ELITE** и **PRESTIGE** с двойными стенками и безупречной полировкой – это законченные решения для презентации премиальных вин и шампанского.

www.posudaeuro-market.ru



Luminarc снова меняет правила игры: первая в мире коллекция цветного жаропрочного стекла Smart Cuisine

В 2018 году **Luminarc** первым в мире запустил коллекцию форм для запекания **Smart Cuisine** из белого жаропрочного опалового стекла, а сейчас Luminarc с гордостью представляет первую в мире коллекцию Smart Cuisine из цветного опалового стекла!

К преимуществам наших белых форм для запекания Smart Cuisine мы добавили красоту, элегантность и неподвластную времени актуальность серого цвета.

Новинка подходит не только для духовки (до 250°C), но и для аэрогриля – можно готовить блюда с хрустящей корочкой без лишнего масла. Эффектный дизайн позволяет подавать еду прямо из печи или аэрогриля на стол, экономя время на мытье посуды.

Посуда изготовлена из сверхлегкого жаропрочного стекла, сочетающего в себе преимущества керамики и стекла, но оно устойчивее к перепадам температур и ударам, а также легче керамики на 30%!

www.luminarc.com



Подставка для специй «Розалия»

Компания «Кольчугинский мельхиор» выпустила новинку – подставку для специй «Розалия». Аксессуар ручной работы выполнен в технике художественного литья из латуни с покрытием из никеля. Подставка предназначена для емкостей для соли и перца, а также зубочисток.

www.kolmelhior.ru



«АЛГЕАЛ» расширяет ассортимент продукции

Производственная компания «АЛГЕАЛ», более 30 лет выпускающая полимерные изделия и деколи, расширила ассортимент товаров. В настоящее время ассортимент выпускаемой продукции составляет более 80 видов различных изделий: пластмассовая фурнитура для хозяйственной посуды, тонкостенная герметичная полимерная тара емкостью от 0,125 до 0,5л, различная пленочная продукция, производимая экструзионным способом, а также деколь для эмалированной, фарфоровой и стеклянной посуды. Продукция соответствует мировым стандартам качества и дизайна. Вся технологическая оснастка разрабатывается и изготавливается на инструментальной базе предприятия, что позволяет учесть требования заказчика и в кратчайшие сроки изготовить индивидуальную литейную форму.

www.algeal.pф





Luminarc®

Коллекция CHICAGO



Название выставки и место проведения	Время и организаторы	Название выставки и место проведения	Время и организаторы
HOUSEHOLD EXPO. SPRING 2026 международная промышленная выставка товаров для дома Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	17.03.26-19.03.26 ООО «МОККА ЭКСПО ГРУПП»	МОДНЫЙ ТОВАР. АПРЕЛЬ 2026 всероссийская выставка Волгоград	15.04.26-19.04.26 ВолгоградЭкспо
CHINA INTERNATIONAL FURNITURE FAIR 2026 (2 ЭТАП) выставка товаров для дома Китай, Гуанчжоу	18.03.26-21.03.26 China Foreign Trade Guangzhou Exhibition Co., Ltd.	ЖАР-ПТИЦА. ВЕСНА 2026 выставка-ярмарка народных художественных промыслов и ремесел России Москва	16.04.26-19.04.26 Ассоциация «Народные художественные промыслы России»
РЕСТОТЕЛЬМАРКЕТ 2026 международная выставка комплексного оснащения HoReCa Россия, Ялта (Республика Крым)	19.03.26-21.03.26 ЭКСПОКРЫМ	SAC Fair 2026 международная выставка, посвященная предметам декора и интерьера для дома Китай, Гуанчжоу	21.04.26-27.04.26 Nanfong International Convention & Exhibition Center
CCF SHANGHAI 2026 международная выставка потребительских товаров и современного образа жизни Китай, Шанхай	19.03.26-21.03.26 Shanghai New International Expo Centre (SNIEC)	ВЕСЕННЯЯ МОЗАИКА 2026 универсальная выставка-ярмарка Тюмень	22.04.26-26.04.26 АО «Тюменская ярмарка»
РУСАРСТИЛЬ. ВЕСНА 2026 всероссийская выставка-ярмарка народных мастеров, художников и дизайнеров России Москва, Event Hall Даниловский	25.03.26-29.03.26 ООО «Экспоресурс Выставки и Конференции»	МОДНЫЕ СЕЗОНЫ 2026 выставка-ярмарка Нижний Новгород	23.04.26-26.04.26 Узорчье, ВК
FOIRE INTERNATIONALE DE ROUEN 2026 выставка товаров народного потребления Франция, Руан	27.03.26-06.04.26 Parc des Expositions de Rouen	CHINA IMPORT AND EXPORT FAIR (ФАЗА 2) 2026 ярмарка импортных и экспортных товаров Китай, Гуанчжоу	23.04.26-27.04.26 China Foreign Trade Centre (Group)
CHINA INTERNATIONAL FURNITURE FAIR 2 2026 выставка товаров для дома Китай, Гуанчжоу	28.03.26-31.03.26 China Foreign Trade Guangzhou Exhibition Co., Ltd.	HONG KONG GIFTS & PREMIUM FAIR SPRING 2026 международная выставка подарков и сувениров Гонконг, Гонконг	27.04.26-30.04.26 Hong Kong Convention & Exhibition Centre
MOSHOME 2026 международная выставка потребительских товаров для дома, сада, спорта и отдыха Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	31.03.26-03.04.26 ITE Group	HONG KONG HOUSEWARE FAIR 2026 международная выставка товаров для дома Гонконг, Гонконг	27.04.26-30.04.26 Hong Kong Convention & Exhibition Centre
CHINA INTERNATIONAL CONSUMER PRODUCTS EXPO / CIPCE 2026 международная выставка потребительских товаров Хайкоу, Китай	13.04.26-18.04.26 Hainan Provincial Bureau of International Economic Development	NRA Show 2026 международная выставка индустрии гостеприимства, гостинично-ресторанного бизнеса США, Чикаго	16.05.26-19.05.26 NRA, McCormick Place Chicago
SOBMAEXPO 2026 международная выставка контрактного производства и товаров, реализуемых под собственной торговой маркой Москва, МВЦ «Крокус Экспо»	15.04.26-16.04.26 ООО ЭкспоВижнРус	BARECO 2026 выставка и конференция барной, ресторанной, кофейной индустрии Беларусь, Минск	17.05.26-19.05.26 ВУП «Экспофорум»
HORECA EXPO 2026 выставка для профессионалов индустрии гостеприимства Москва, ВЦ Тимирязев зал Чайанов	15.04.26-17.04.26 Intrnational Tea House LLC	VI форум для кондитеров и пекарей Moscow Cake Show 2026 Москва	19.05.26-20.05.26 ПИР ЭКСПО



HOUSEHOLD EXPO

**8-10 сентября
осень 2026**

Москва, КРОКУС ЭКСПО

**ВСЁ,
ЧТО ДОМА
ПРИГОДИТСЯ**

ПОСУДА
КУХНЯ
ХОЗТОВАРЫ
БЫТОВАЯ ТЕХНИКА
СВЕТ, ТЕКСТИЛЬ
ТОВАРЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

ДОБАВЬТЕ СВОИ НОВИНКИ
НА САЙТ EXPO-RETAIL.RU
www.expo-retail.ru – сайт
премьер товаров для дома

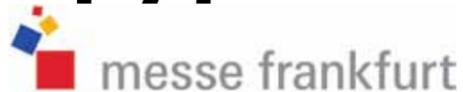
Организатор:

MAYER J.
company



www.hhexpo.ru

Повестка Франкфурта. Ambiente 2026



Frankfurt am Main Messe Frankfurt GmbH. Jacquemin

Во Франкфурте-на-Майне завершилась масштабная международная выставка Ambiente 2026, которая проходила одновременно с другими мероприятиями: Christmasworld и Creativeworld.

Все фотографии принадлежат компании Messe Frankfurt Exhibition GmbH

По оценкам организаторов, в 3-х мероприятиях приняло участие 4636 экспонентов, а число посетителей составило 140 тысяч человек.

Среди постоянных экспонентов выставки есть как глобальные игроки, так и нишевые производители. Среди посетителей – покупатели и лица, принимающие решения, из всех звеньев цепочки поставок, а также коммерческие покупатели из сферы промышленности, услуг и специалисты, такие как архитекторы, дизайнеры интерьеров и проектировщики, руководители или менеджеры оптовой/розничной торговли; производители, дистрибьюторы, экспортеры; представители гостинично-ресторанного бизнеса, индустрии гостеприимства; художественные галереи; владельцы салонов, заинтересованные в покупке предметов интерьера для декорирования; представители дизайнерских бюро и арт-студий; профильные специалисты (дизайнеры, архитекторы, фотографы, модельеры, художники, оформители, ювелиры, флористы); специалисты, занимающиеся домашним интерьером, обустройством дома и сада; представители отраслевых СМИ.

Фото: Messe Frankfurt/Jens Liebchen



Одной из самых обсуждаемых новостей на выставке Ambiente, по словам посетителей и экспонентов, стала повышение ЕС пошлины на китайскую керамику до 79%.

Ambiente 2026: Какие цвета, формы и материалы создают пространство для комфортного будущего? Какие тренды будут определять закупки в 2026–2027 гг.

Международная выставка Ambiente 2026 традиционно задавала ориентиры для глобального рынка потребительских товаров – от посуды и интерьеров до подарков и сектора HoReCa. Для закупщиков и категорийных менеджеров это не просто витрина новинок, а инструмент прогнозирования: какие материалы, форматы и истории будут востребованы в ближайшие сезоны.

Абсолютной новинкой стала секция Compass Talks – это новая площадка для встреч представителей малого и среднего бизнеса, которая ежегодно будет работать перед выставками и удовлетворять потребности мировой индустрии потребительских товаров.

В 2026 году Messe Frankfurt усилила прикладной B2B-фокус выставки: меньше абстрактных концепций, больше решений, которые можно масштабировать в ассортименте и объяснить покупателю.

В этом году концепция трендов на выставке Ambiente 2026 строилась вокруг триады Dreams / Facts / Stories, трех векторов: эмоций, прагматики и смысла.

Для закупок это означает необходимость баланса между категориями:

Dreams – эмоциональная составляющая продукта, визуальная привлекательность, оптимизм и ощущение «нового».

Facts – долговечность, функциональность, понятная экономика владения, устойчивые материалы.

Stories – происхождение, ценности бренда, «читаемость» продукта для покупателя.

Товар всё реже покупается только за форму или цену: он должен быть объяснимым и убедительным не только на полке, но и в онлайн карточке.

Ambiente Trends 26+: brave, light, solid – как ориентир для ассортимента

В рамках Ambiente Trends 26+ Messe Frankfurt выделила три стиливых направления, которые фактически работали как карта для формирования коллекций.

Направление Brave – это про смелость и дифференциацию. Контрасты материалов, сочетание традиций и технологий, выразительные формы и активный декор. Для закупщиков это сигнал: в ассортименте должны быть «якорные» позиции, которые привлекают внимание и формируют образ категории, даже если они не дают основной оборот.

Вектор Light задает запрос на лёгкость и визуальное спокойствие, прозрачные и «текущие» материалы, пастельные оттенки, светлые поверхности. Этот тренд хорошо масштабируется в среднем ценовом сегменте и работает как универсальный фон для Lifestyle-ассортимента.

Solid – самый прагматичный и коммерчески устойчивый вектор. Чистые формы, модульность, качество и переработанные материалы. Именно здесь сходятся запросы ритейла, HoReCa и контрактных проектов: продукт должен долго служить, легко комбинироваться и вписываться в разные сценарии использования.



Тренды +26 Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Pietro Sutera



Ambiente trends 2026



ASA Selection GmbH .Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Jens Liebchen

В этом году на выставке уделялось особое внимание ресурсосберегающему производству и экологии материалов, в том числе из переработанного сырья. Этому сектору на выставке выделена категория **Ethical Style**. Это направление дало для закупщиков ясное подтверждение работы с такой продукцией, и ценную аргументацию для покупателя в пользу покупки таких изделий. Этот посыл предполагает становиться ценной частью предложения, а не отдельным маркетинговым ходом.





Guzzini Messe Frankfurt Exhibition GmbH



Churchil Messe Frankfurt Exhibition GmbH



Cookcut-Messe Frankfurt Exhibition GmbH



Pordamsa Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Petra Welzel



Koziol Messe Frankfurt Exhibition GmbH



Zwilling Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Petra Welzel



RAK Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Petra Welzel



Aida A S. Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Jens Liebchen



LAV Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Petra Welzel



Korkmaz Messe Frankfurt Exhibition GmbH



Sheyn. Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Jens Liebchen



Tulip Impex PVT. Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Thomas Fedra





Pordamsa Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Petra Welzel



Libby Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Petra Welzel



Serax NV Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Jens Liebchen



Chic.mic Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Pietro Sutera

HoReCa и contract: дизайн, который «работает»

Отдельный акцент Ambiente 2026 сделала на сектор гостеприимства и контрактные дизайнерские проекты. Новые предложенные форматы выставки: Interior Design & Architecture Hub, Hospitality Academy и Hotelier's Day отражают сдвиг рынка от «эффектного дизайна» к практичности и удобству.

В трендах это читается напрямую: износостойкость, модульность, простота обслуживания, масштабируемость. Для закупщиков HoReCa и новых форматов выставки это означает рост спроса на продукты, которые одинаково хорошо выглядят в шоуруме и на полках розничных и онлайн-магазинов.

Закупки

Ambiente 2026 ясно показывает: в ближайшие сезоны выигрывают не одиночные новинки, а связанные коллекции с понятными сценариями развития. Закупки становятся более осмысленными – с опорой на тренды как выверенную систему, а не как эмоциональные импульсные решения.

Для бизнеса это означает меньше импульсивных решений и больше стратегического планирования: ассортимент, который одновременно работает на эмоцию, экономику и ценности, становится конкурентным преимуществом.

Являясь ведущей международной выставкой товаров потребительских товаров, Ambiente отслеживает все изменения на рынке. Зоны **Dining**, **Living** и **Giving** удовлетворяют потребности как розничных продавцов, так и коммерческих конечных пользователей.

Каждый год **Ambiente Dining** становится объединенной мировой ареной для всех, кто прославляет любовь к сервировке и покоряет кухни завтрашнего дня, предлагая все, что делает приготовление пищи проще и интереснее. От сокровищ посуды, инновационных кухонных аксессуаров, решений для хранения и небольших электроприборов до уникальных концепций гостеприимства – это неполный перечень продукции, который предлагает ответы на завтрашние тренды и тенденции.

Сектор **Giving** предлагает широкий ассортимент подарков различной тематики – начиная от драгоценностей и заканчивая предметами сервировки стола.

Living: Сочетая традиции и современность, классику и декоративность форм, Living демонстрирует, как будет выглядеть наш дом завтра. Именно здесь декораторы и архитекторы со всего мира черпают идеи для отделки и дизайна помещений.

Выставку Ambiente («Атмосфера») во Франкфурте-на-Майне профессионалы не пропускают: здесь заявляются главные тренды и темы завтрашнего дня: устойчивое развитие, образ жизни и дизайн, новая работа, ритейл будущего и цифровая экспансия торговли в секторе посуды, дизайна интерьера и инноваций в области сервировки, хранения и приготовления пищи.



CENTRAL ASIA HOUSEWARE 2026: 70% выставочной площади уже продано.

С 22 по 24 июня 2026 года в Алматы, в выставочном центре «Атакент», состоится 23-я Международная выставка посуды, бытовой электроники и товаров для дома Central Asia Houseware 2026. Уже сейчас продано более 70% выставочных площадей — рынок явно показывает высокий интерес к проекту.

Для российских производителей посуды и товаров для дома Центральная Азия становится одним из наиболее перспективных экспортных направлений. Рост потребительского спроса, развитие ритейла и маркетплейсов, усиление региональной логистики — всё это делает участие в выставке стратегически оправданным шагом.

Платформа прямых контрактов

Central Asia Houseware охватывает полный спектр отрасли: посуда (стекло, хрусталь, фарфор, HoReCa, премиальный сегмент), кухонная утварь, мелкая и крупная бытовая техника, хозяйственные товары, бытовая химия, товары для сада и подарочный сегмент.

В 2026 году программа расширяется: к переговорам приглашены ключевые сети и маркетплейсы из Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана, Таджикистана, Азербайджана, Грузии и Туркменистана.

Это означает одно — прямые переговоры без посредников и реальный выход на региональные рынки.

Главный драйвер проекта — МАСШТАБНАЯ B2B-ПРОГРАММА.

- 500+ брендов из 10 стран
- Более 500 закрытых встреч с лицами, принимающими решения.
- Крупнейшие ритейлеры региона: Magnum, Asia Retail, Мечта Маркет, Uzum, Zeta, Abdi, Carefood и другие.



Центральная Азия — новый вектор роста

Алматы — финансовый и торговый центр региона, естественная точка входа на рынки Центральной Азии.

За 3 дня выставку посещают около 4000 профессионалов:

байеры, дистрибьюторы, представители сетей, HoReCa и государственных закупок. Масштабная рекламная кампания в странах региона обеспечивает качественный поток профессиональной аудитории.

Central Asia Houseware 2026 — это не просто выставка, а инструмент экспансии на растущий рынок. С учётом того, что 70% экспозиции уже реализовано, компаниям, планирующим участие, стоит принять решение в ближайшее время. Рынок Центральной Азии формируется сейчас — и именно сейчас есть возможность занять в нём своё место.

Организатор:



Central Asia Trade Exhibitions
A25C9B3, Казахстан, Алматы,
мкр. Самал-1, д. 9/2, офис 43
+ 7 727 266 36 80
info@centralasiaexpo.kz

ПОЛУЧИТЕ БИЛЕТ
На выставку



www.houseware.kz + 7 707 611 81 02 info@houseware.kz

Эмаль или нержавейка. Преимущества и отличия. Удобство и функциональность

Часть 1. ЭМАЛИРОВАННЫЕ ИЗДЕЛИЯ

Рынок предлагает огромное количество изделий для приготовления и сервировки стола от разных поставщиков. Какие же наиболее актуальны и востребованы, каковы минусы и плюсы того или иного изделия? Рассмотрим на примере эмалированной кастрюли и кастрюли из нержавеющей стали.

Эмалированная кастрюля представляет собой корпус, покрытый стеклоэмалью, которая защищает пищу от контакта с металлом.

Эмаль (стеклокерамическое покрытие) химически инертна к большинству продуктов, поэтому её любят для компотов, супов, варенья и заготовок.

Слабое место эмали – механика и перепады температуры: удар или резкое охлаждение горячей кастрюли может дать скол. В месте скола стальная основа способна ржаветь, поэтому по эмали важно не стучать половником, не бросать ложки и не охлаждать посуду «шоково» холодной водой.

Эмалированных кастрюль и подобных изделий для подачи и приготовления еды много, в основном они представлены отечественными производителями. Представлены кастрюли цилиндрических, сферических, грушевидных форм, с металлическим ободком или без, со стеклянной крышкой или с эмалированной крышкой и др. форм и комплектаций.

К отличительным особенностям эмалированных кастрюль от остальных (например, из нержавеющей стали) можно отнести:

Слой стеклокерамики	Наносится снаружи и изнутри (в качественных изделиях цвет внешнего и внутреннего слоя совпадают). Чистить их нужно аккуратно, чтобы не повредить эмаль (не допускается применение металлических губок и абразивных моющих средств);
Высокая теплопроводимость	В таких тарах вода кипит уже через несколько минут, поэтому они подходят для быстрого приготовления риса, яиц, супов, картошки и других блюд. К сравнению кастрюли из нержавеющей стали не нагреваются выше 100 градусов, поэтому жидкость в них закипает постепенно;
Хранение пищи	В эмалированной посуде можно хранить любую еду (если эмаль не повреждена), так как слой стеклокерамики не вступает в реакцию с продуктами, и их вкус остается неизменным в течение нескольких дней, чего не скажешь об изделиях из меди и чугуна.

На полках розничных магазинов или на онлайн-площадках можно увидеть различные эмалированные изделия от разных производителей

лей под разными марками (в качестве примера сравниваем цены на кастрюли объемом 2 л.):

• **Лысьвенский завод эмалированной посуды** входит в состав ПГ «ЛИНРОГ». Эмалированную посуду на полках магазинов можно встретить под ТМ «Лысьвенские эмали», ТМ Elros, ТМ Olkusz-Lysva. «Лысьвенские эмали» производят традиционные для рынка изделия из эмалированной стали, ТМ Elros изготавливает изделия необычных форм и расцветок и со сложными эмалевыми покрытиями, а ТМ Olkusz-Lysva предпочитает представить эмалированную посуду в европейском стиле с широким светлым бортом и отсутствием пластиковой арматуры (имеется в

виду ручки). Все изделия пользуются уважением среди покупателей, тем более что марка известна с советских времен. Например, на онлайн-платформе «Моя родня» кастрюля 2.0 л от ТМ «Лысьвенские эмали» представлена по цене 879 рублей и отмечена как хит продаж.

• **ТМ Керченский металлургический завод.** Завод введен в эксплуатацию в 1900 году, а цех эмалированной посуды запущен в середине прошлого века. Эмалированная посуда изготавливается из высококачественного стального проката и покрыта двумя слоями жаропрочной эмали, которая инертна, устойчива к воздействию пищевых кислот и подходит для хранения продуктов и других нужд.

• История создания предприятия **ТМ «СТАЛЬЭМАЛЬ»** берет свое начало в 60-е годы XX века. Осенью 1971 года было начато строительство цеха по производству стальной эмалированной посуды на базе Череповецкого металлургического завода, которое продолжалось 2 года. 1973 год считается годом рождения цеха по производству эмалированной посуды. В 1999–2000 гг. на предприятии начался процесс реновации. В 2001 году было зарегистрировано ООО «Северсталь-Эмаль», ставшее дочерним предприятием ОАО «Северсталь». Сейчас эмалированная посуда и хозяйственная группа товаров представлена торговыми марками: **Vitross** и **СтальЭмаль**.

• Продукция **ТМ Vitross** предлагается на полках сетевых магазинов и в онлайн – продажах от 2100руб. Возможно, при наличии скидки, купить дешевле.

• Некоторые коллекции ООО «СтальЭмаль» продает под маркой СтальЭмаль. Кастрюля объемом 2 л. с крышкой под названием «Вологодский сувенир», например, может стоить на разных платформах от 1300 до 2500 рублей.

• **ТМ «Сибирские товары»** (Новокузнецкий филиал ООО «СтальЭмаль»), качество товаров соответствует ГОСТу РФ № 24788–2018. Справка: более 65 лет назад на базе Кузнецкого металлургического комбината открылся цех по производству стальной эмалированной посуды. Текущие цены на продукцию начинаются с 1100 рублей, в зависимости от формы, объема и комплектации. В регионах пользуются спросом кастрюли серии «Гранатовый сок» с ободком.

• **ТМ Эмаль** (г. Магнитогорск). Это старейшее предприятие, которое берет свою историю с середины прошлого века. Продукция имеет сертификацию и соответствует стандартам качества. Продукция среднего ценового уровня: кастрюля серии «Ежик» (2 л.) стоит в онлайн-магазине около 1000 рублей.

На полках розничных магазинов и на маркетплейсах много эмалированной посуды турецкого или китайского производства.

• **ТМ «Appetite»** от компании «Пилот МС». Российский бренд появился на рынке в 2007 году и принадлежит компании «Пилот МС», а продукция изготавливается на заводах в разных странах. Предлагается по ценам от 948 рублей (на сайте www.pilotms.ru). Цена варьируется в зависимости от комплектации, формы и объема. По оценкам потребителей, наибольшим спросом пользуется серия Appetite Париж.

• **ТМ Metrot.** Бренд Metrot – линейка сербского предприятия **Metalac**, основанного в 1959 году. На Ozon эмалированная кастрюля серии «Олива» продается по цене 1644 рубля. Что примечательно, они предлагают кастрюли объемами 2,2, 3,1 л и т. д., что для некоторых хозяек существенно.

• **ТМ OMS.** Это турецкий бренд, который давно представлен в Рос-

сии. Ассортимент эмалированных кастрюль интересен, преимущественно округлых форм и богатых, в том числе однотонных расцветок. Эмалированная кастрюля (2,1 л) с прозрачной крышкой и золотым ободком предлагается на WB по цене около 2500 рублей.

• **ТМ Interos.** Компания Interos сотрудничает с турецким заводом **Avsar** (крупнейшим производителем эмалированной посуды с 26-летним опытом), на базе которого и производит свою продукцию. Ее особенности – сплошная деколь, нанесенная по всей внешней поверхности, ручки из нержавеющей стали, которые практически не нагреваются от корпуса. Эмалированная кастрюля серии «Пион» (2,1 л) стоит около 2000 рублей.

• **ТМ Ejiry.** Известная торговая марка принадлежит японской компании **Fuji Porcelain Enamel**, основанной в 1947 году. Более 70 лет предприятие занимает лидирующую позицию в индустрии по изготовлению эмалированной посуды. Все изделия производятся из углеродистой стали с последующим нанесением на заготовку эмалевого покрытия. Вся продукция обладает прочной и гигиеничной эмалевой поверхностью. Стоимость кастрюли серии Provence (2,6 л) – около 9000 рублей в зависимости от места продаж.

Эмалированные кастрюли по-прежнему остаются лидерами на кухне у многих домохозяйств. Их бесспорные преимущества – химическая нейтральность и универсальность, а также возможность использования на индукционной плите ставят эмалированные изделия в число популярных и востребованных на рынке посуды. В такой посуде можно варить, тушить, солить, и, кроме того, безопасно держать в ней готовые блюда в холодильнике. В этом материале мы не рассматриваем эмалированную посуду из чугуна. Это отдельная интересная тема, которую раскроем позже.



Эмаль или нержавейка. Выгода и универсальность

Часть 2. ПОСУДА ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

Посуда из нержавеющей стали присутствует в ассортименте почти всех участников рынка посуды. Выглядит она хорошо, рейтинг у нее высокий, продается не плохо. Поэтому и конкуренция на рынке высокая.

САМОЕ ГЛАВНОЕ

«Нержавейку» предпочитают профессиональные повара. И не случайно. В ней удобно не только варить, но и тушить, томить, причем с минимальным добавлением воды, что улучшает вкус блюд. Сталь «равнодушна» к кислотам, так что подходит и для солений-маринадов, но при одном условии – сплав металла должен быть высокого качества. Плюс ко всему, ее удобно мыть и чистить, она не боится металлических щеток и абразивных средств (кроме хлор-

содержащих). И, главное, – это эстетичная и экологически безопасная посуда.

В настоящее время, с привычкой готовить дома, эти свойства профессиональной посуды пригодились и в домашнем обиходе. Высокие или низкие, с металлическими или стеклянными крышками, разных объемов, традиционные и узкоспециализированные – вот не полный ассортимент кастрюль из «нержавейки», который давно является фаворитом на любой кухне.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА: ПРОЧНОСТЬ И ДОЛГОВЕЧНОСТЬ

Если говорить о сроках службы этого товара, то можно утверждать, что изделия из нержавеющей стали устойчивы к коррозии, не деформируются от царапин, выдерживают высокие температурные режимы и сохраняют товарный вид даже при интенсивном использовании. Естественно, при правильном использовании.

Полезно знать, что кастрюли из нержавеющей стали подходят для приготовления любых блюд, включая кислые, молочные и маринады.

СОВМЕСТИМОСТЬ С ПЛИТАМИ

Тип плиты	Нержавеющая сталь
Газовая	Подходит хорошо
Стеклокерамика	Подходит (если дно ровное)
Индукционная	Подходит, если держится магнит

По этой таблице видно, что очень важно качество стали и толщина стенок и дна. Если дно у кастрюли ровное, толстое, то она подойдет для любых плит и будет служить долгие годы. Если приобретается тонкая эконом-«нержавейка», дно может сделаться выпуклым от нагрева, для индукционной плиты она не годится.

ЦЕНА И КАЧЕСТВО

Посуда из нержавеющей стали – это долгосрочное вложение средств. Качественная кастрюля может служить даже более 20 лет, не теряя

своих потребительских качеств. Инвестиции в качественную посуду окупаются уже через несколько лет.

Современные технологи нашли компромисс, чтобы немного удешевить изделия, но не за счет качества. Они предлагают многослойный «пирог» и утолщенные стенки. Напри-

мер, 5-слойная конструкция: нержавеющая сталь снаружи, алюминий внутри и стальной диск вмонтирован в дно для индукции. За последние годы спрос на многослойные кастрюли с капсульным дном значительно вырос, несмотря на высокую стоимость.

Важно: многослойные кастрюли значительно тяжелее и дороже, но это плата за улучшение потребительских характеристик и качества.



ВЫБОРОЧНАЯ ОЦЕНКА КАСТРЮЛЬ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

Приблизительные цены на кастрюлю объемом от 1,75 л. до 3,5 л.
Цены зависят от особенности каждого изделия и скидках

Марка/бренд/страна изготовления	Плюсы	Минусы	Цена (руб.)
Fissler (Германия)	<ul style="list-style-type: none"> Высокий уровень качества Применение технологии многослойного дна CookStar Прочная информативная упаковка 	<ul style="list-style-type: none"> Высокая цена Нельзя заказать с официального сайта 	<ul style="list-style-type: none"> от 4900 (WB)
ЛЗМИ (Россия)	<ul style="list-style-type: none"> Высокое качество стали AISI 304 Средняя стоимость Приемлемая цена Устойчива к царапинам Можно заказать с офиц. сайта Ручки не нагреваются 	<ul style="list-style-type: none"> Только 2 года гарантии, по факту можно давать больше 	<ul style="list-style-type: none"> от 1200 (офиц. сайт) от 900 (WB)
AMET (Россия)	<ul style="list-style-type: none"> Долговечность Прочное крепление ручек Устойчива к царапинам Есть большие объемы (до 50 л) Цена/качество 	<ul style="list-style-type: none"> Ручки кастрюли и крышки нагреваются 	<ul style="list-style-type: none"> от 2190 (офиц. сайт) от 2300 (WB)
Fiskars (Финляндия)	<ul style="list-style-type: none"> Гарантия качества 25 лет Многослойное дно Долговечность 	<ul style="list-style-type: none"> Высокие цены Нет в рознице Нельзя заказать с офиц. сайта 	<ul style="list-style-type: none"> от 13000 (2,0л.) (WB)
Tramontina (Бразилия)	<ul style="list-style-type: none"> Наличие многослойного слоя Гарантия качества Долговечность Ассортимент В наличии большие объемы кастрюль Приваренные ручки 	<ul style="list-style-type: none"> Мало позиций в рознице 	<ul style="list-style-type: none"> от 3130 (2,2л.) (WB)
Kukmara (Россия)	<ul style="list-style-type: none"> В определенных сериях наличие многослойного дна Невысокая стоимость по сравнению с зарубежными аналогами Соотношение цены/качества 	<ul style="list-style-type: none"> Небольшой ассортимент в рознице 	<ul style="list-style-type: none"> от 2464 (офиц.сайт) от 2400 (WB)

Материал, который мы знаем как нержавеющую сталь – это сплав железа и углерода с добавлением других химических элементов, таких, как хром, титан, никель, молибден, кобальт и кремний. Все эти примеси могут быть добавлены в разном процентном соотношении, о чем говорит маркировка. Считается, что от коррозии материал защищает именно хром, которого в составе должно быть не менее 12%. Немалую роль играет и полировка материала, которая также препятствует разрушению металла.

СВОЙСТВА ПОСУДЫ ИЗ НЕРЖАВЕЮЩЕЙ СТАЛИ

Скорость нагрева

Один из ключевых моментов в выборе кастрюли из нержавеющей стали – это ее теплопроводность. Сама по себе нержавеющая сталь имеет низкую теплопроводность, поэтому, без дополнительных

технологических опций, нагревается она медленно. Однако производители успешно решают эту проблему, создавая многослойное дно. Чем больше слоев, включая алюминий, тем быстрее нагревается дно, и, соответственно, быстрее готовится еда.

В продаже немало подделок под фирменную стальную посуду. Хорошие кастрюли изготовлены из так называемой медицинской стали, они тяжелее низкосортных. Как правило, на дне стоит маркировка «18/10 Stainless Steel»: это означает, что сталь содержит 18% хрома и 10% никеля, есть и кастрюли с надписью «nickel free», то есть без никеля. У низкоккачественной посуды – тонкие стенки и сильно закрученные бортики, ее делают из нержавеющей фольги. Вообще, главное правило выбора: чем толще стенки и дно – тем лучше. И еще. О надежности кастрюли косвенно может говорить и цена: чем дороже кастрюля, тем она качественнее. Уход за стальной посудой прост: губка плюс моющее средство для посуды. Очистить «серьезные» загрязнения помогают специальные средства для чистки нержавейки.

Марка/бренд/страна изготовления	Плюсы	Минусы	Цена (руб.)
НМП (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Неплохое качество для этой ценовой категории • Ассортимент • В некоторых моделях есть мерная шкала • Капсулированное дно 	<ul style="list-style-type: none"> • Нагреваются метал. ручки • После использования в ПММ – пятна • Простая упаковка 	<ul style="list-style-type: none"> • от 2600 (2,1 л.) серия Vivo (офиц. сайт) • от 2500 (2,3 л.) (WB)
Tefal (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • В некоторых моделях есть силиконовые вставки • Интересный дизайн • Большой ассортимент • Подарочная упаковка • Можно купить на офиц. сайте • Офиц. сайт дает 10-летнюю гарантию 	<ul style="list-style-type: none"> • Цена завышена • Силиконовые ручки неудобно мыть 	<ul style="list-style-type: none"> • от 3000 (офиц. сайт) • от 3000. (WB)
RÖNDELL (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Стильный дизайн • Большой ассортимент • Средняя цена • Толстое дно • Наличие подарочной упаковки 	<ul style="list-style-type: none"> • Не продается на офиц. сайте 	<ul style="list-style-type: none"> • от 3500 (WB)
Gipfel International (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Сталь высокой категории • Мерная шкала на стенках • Много розничных точек продаж • Индукционное капсульное дно • Наличие подарочной упаковки 	<ul style="list-style-type: none"> • Маленький срок гарантии • В некоторых сериях нагреваются ручки 	<ul style="list-style-type: none"> • от 2800 (WB) • от 2800 в рознице
Taller (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Красивый дизайн • Наличие мерной шкалы • Наличие интернет-магазина 	<ul style="list-style-type: none"> • В некоторых моделях высокая крышка, занимает много места в холодильнике. 	<ul style="list-style-type: none"> • от 3000 (офиц. сайт) • от 2600 (WB)
Regent (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Интересный дизайн • Подарочная упаковка • Мерная шкала • Соотношение цены и качества 	<ul style="list-style-type: none"> • Не дают гарантию на кастрюли из нержавеющей стали • Неудобный офиц. сайт 	<ul style="list-style-type: none"> • от 1900 (WB)
Катунь (Россия)	<ul style="list-style-type: none"> • Клепочное крепление • Оптимальная стоимость 	<ul style="list-style-type: none"> • Нет в рознице • Тонкие стенки 	<ul style="list-style-type: none"> • от 1100 (офиц. сайт) • от 1120 (WB)
ВСМПО (Россия)	<ul style="list-style-type: none"> • Гарантия качества 25 лет • Клепочное крепление ручек • Многослойное толстое дно • Нержавеющая сталь высокой категории • Есть розничный магазин 	<ul style="list-style-type: none"> • Металлические ручки нагреваются • Не интересный дизайн • Нет в крупных сетях • Высокая цена 	<ul style="list-style-type: none"> • от 4700 (офиц. сайт) • от 5200 (WB)
Bekker (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Клепочное крепление ручек • Оптимальная стоимость • Большой ассортимент • Капсулированное дно 	<ul style="list-style-type: none"> • Нельзя купить на офиц. сайте 	<ul style="list-style-type: none"> • от 1670 (2,4 л.) (WB)
Fissman (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Клепочное крепление ручек • Оптимальная стоимость 	<ul style="list-style-type: none"> • Небольшой гарантийный срок 	<ul style="list-style-type: none"> • от 2000 (офиц. сайт) • от 2500 (WB)
WMF (Германия)	<ul style="list-style-type: none"> • Гарантия качества 25 лет • Стильный дизайн • Многослойное дно • Полировка • Европейское качество 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокая цена 	<ul style="list-style-type: none"> • от 22000 (офиц. сайт) • от 22500 (WB)
NADOVA (Китай)	<ul style="list-style-type: none"> • Интересный стильный дизайн • Маркировка литража • Капсульное дно • Гарантия 10 лет • Ассортимент • Информативная упаковка 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокая цена 	<ul style="list-style-type: none"> • от 5300 (офиц. сайт) • от 4000 (WB)



Главное, что бросается в глаза, это то, что почти все представленные импортные кастрюли сделаны в Китае. Выделить самую рейтинговую марку почти невозможно. Если стильный модный дизайн, то огромная стоимость товара. Если гарантия качества, то не интересен внешний вид. Можно встретить кастрюли на полках магазинов под СТМ. Заказы от сети Metro, Hoff, но все они тоже, в основном, заказываются в Китае.

Конечно, не все производители и марки указаны в таблице. Ассортимент очень большой, и в рознице, и на маркетплейсах. Коллекций много, особенно тех, что произведены в Поднебесной. Но хочется заметить, что отечественные производители по соотношению цены/качества выигрывают.

Правильно выбранная кастрюля из нержавеющей стали – это долгосрочные вложения. Она надежна, проста в уходе, экологична и эстетична. Стоит обратить внимание на продукцию российских производителей.

НА ЧТО НАДО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ:

Ручки

Первое, на что нужно обращать внимание – крепление ручек. Наиболее безопасным и долговечным вариантом считается клепочное крепление. Металлические ручки – практичнее всего. Ручки с силиконовыми накладками очень удобны, защитят руки от ожогов, но неудобны при мойке.

А от пластиковых элементов в кастрюлях лучше вообще отказаться: нет гарантий, что пластик не будет нагреваться и издавать неприятный запах.

Материал и толщина дна

Для наиболее эффективного использования советуем выбирать модели с толщиной дна не менее 7 мм, а с многослойным вариантом,

то толщина может быть до 8 мм. Чем толще стенки и дно кастрюли, тем равномернее распределяется и сохраняется тепло.

Крышка

Крышки могут быть выполнены из огнеупорного стекла или из нержавеющей стали. Обратите внимание на наличие отверстия для отвода пара, оно предотвращает выкипание жидкости из кастрюли.

Производитель и маркировка

Лучший производитель – тот, который ответственно подходит к производству и дает гарантию на продукцию. Маркировка на дне изделия по ГОСТу – 18 / 8 или 18 / 10, но именно второй вариант указывает на наиболее качественную и долговечную нержавеющую сталь.



Ожидания просили подождать

Праздничные даты способствуют торговле. Так было и так будет, но бывают исключения. Январь-февраль этого года, похоже, стал тем самым месяцем, от которого продавцы посуды ждали большего.



СМЕЩЕНИЕ ПОЗИЦИЙ

«Волнообразная торговля снизила размах волн» – эта фраза прозвучала из уст одного участника рынка на осенней московской выставке.

Корр.: – Мы уже привыкли к цикличному развитию посудного рынка. Объясняли смену циклов вполне понятными причинами: «летний отпуск», «зимние праздники» и т.д. Загодя готовились либо к снижению продаж, либо к росту. А теперь колебания покупательской активности словно исчезли. Что же будет дальше?

Участник рынка: – Сезонность на рынке посуды явно теряет свой былой масштаб. И это уже становится заметно не только профессиональным работникам рынка, но и всем конечным потребителям. Кроме того, сегодня границы ценового коридора, сезонные или праздничные скидки уже не так мощно стимулируют покупателей. Например, в Масленичную неделю (совпала с празднованием Нового года по китайскому календарю) можно было рассчитывать на расширение покупательской корзины, но единомоментно. Наибольший рост уровня продаж по сравнению с остальным годом отмечался только по сковородам, по другим посудным позициям каких-то заметных сдвигов не наблюдалось. В этом году ни Рождество, ни Старый Новый год не стали фактором активизации приобретения товаров для дома. Объем покупок на посудном рынке незначительно подрос по сравнению с непраздничными днями.

Корр.: – Неужели покупатели начали отказываться себе в изящной или практичной посуде? А как же развитие домашнего питания и домашней кулинарии? Сервировка же является неотъемлемой частью домашних обедов, особенно в праздничные дни.

Участник рынка: – Значительная часть населения сократила количество отмечаемых дома дат, а домашнее питание стало альтернативой походу в кафе или

ресторан. В итоге заинтересованность в дополнительной сервировочной посуде заметно снизилась.

Нельзя не согласиться с этим наблюдением. Кстати, подтверждением этому является вид торговых залов в крупных розничных точках в преддверии новогодних праздников. Уже не первый год во многих магазинах трудно уловить приближение зимнего праздника. Магазины перестали ярко напоминать о праздничных датах, внимание продавцов сконцентрировано на плавном характере продаж в течение всего года.

При этом акционные периоды не прекратились. Под различными вывесками акционные продажи проводят круглогодично.

ЧТО ГОВОРЯТ ЦИФРЫ?

Точных цифровых показателей почти нет. Активнее всего анализируют продажи маркетплейсы. Обнаружено, что в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, объем продаж ТНП существенно сократился даже в онлайн-торговле.



Также приводим данные частного внутреннего исследования компании, основанного на ее собственных данных по рынку, поэтому ссылка на источник отсутствует. Оно дает лишь приблизительный расчет по объему. Но общая картина видна.



На первом месте – кружки и чашки, затем тарелки, после них – контейнеры и ланч-боксы, потом миски, наборы салатников и стаканы. Далее идут сковороды, кастрюли, а замыкают эту диаграмму сервизы и наборы сервировки.

Если говорить о продажах в праздничный период, то январская статистика свидетельствует, что по сковородам объем продаж сохраняется с декабря по январь. По другим позициям после праздничных распродаж объем покупок снижается.

По мнению участников рынка, в целом объем продаж предметов посуды в январе 2026 года меньше объема продаж посудных изделий в соответствующем периоде 2025 года.

УМЕСТНЫ ЛИ СТАВКИ НА ПРАЗДНИКИ?

К сожалению, сегодня ожидать многого от праздничных продаж в посудной индустрии бессмысленно. В настоящее время даже сложно говорить о распродажах в периоды праздников. Скорее, это продажи со скидками, приуроченными к праздничным датам. При этом скидка или акция перестала быть сильным стиму-

лом. Все дело в крайне жесткой конкуренции, которую во многих случаях задают маркетплейсы. Это отдельная тема. Пока стоит лишь сказать, что зачастую даже продавцы на маркетплейсах терпят убытки, но в целом обороты показывают, что скидки в ряде магазинов не достигают уровня низких цен на маркетплейсах, и продажи происходят лишь там.

Сегодня акция (скидка, бонус) воздействует на покупателя, если товар соответствует не только цене, но и качеству. И никакая альтернатива на маркетплейсе не заменит товар, который в силу своих качественных показателей лучше. Но, доказать преимущество своего товара могут не многие представители розницы.

Маркетплейсы также предлагают праздничные акции. Скидки от маркетплейса устанавливаются и «оплачиваются» площадкой, новая цена отображается в карточке товара. Продавец получает прибыль по своей цене (минус комиссия).

Маркетплейсы могут покрывать скидку полностью или частично: полное покрытие скидки – это когда маркетплейс полностью оплачивает разницу между обычной ценой и акционной. Продавец получает стандартную маржу, его доход не уменьшается, а клиент видит привлекательную цену. Применяется для популяризации новых товаров, брендов-партнёров, сезонных акций. А частичное покрытие скидки (co-invest) – это когда маркетплейс делит расходы со скидкой с продавцом. Продавец теряет часть маржи, но меньше, чем при обычной самостоятельной скидке. Это позволяет продвигать товары с высокой ценой или с низкой маржой без полного финансового давления на продавца. Часто используется при распродажах, чтобы стимулировать рост продаж без перегрузки бюджета продавца.

Подводя итог вышесказанному, стоит сказать, что праздничные продажи сегодня не являются «благом» ни для покупателя, ни для продавца. И делать ставку поставщикам и ритейлерам на них сегодня не столь выгодно, как прежде.

А возвращаясь к началу данного материала, подчеркнем, что январские продажи предметов посуды не оправдали больших ожиданий (продажи были невысокими и даже ниже показателей прошлого года), хотя с сентября 2025 года повышение уровня продаж все же было.



Складским остаткам – НЕТ!

Сегодня рынок изобилует самой различной посудой, как по назначению, так и по области применения. Однако на складах всегда остаются изделия, которые продаются с трудом. Кроме того, в «черный список» попадают изделия, выводимые из оборота по причине несоответствия экологическим или другим принятым стандартам.

Следует помнить

На самом деле предсказать с 100% уверенностью, какая посуда не будет вызывать покупательского интереса, невозможно. Даже на основе анализа складских остатков делать выводы затруднительно. Меняется мода, требования покупателей. Даже по прошествии времени, в связи со снижением цены, вещь не продается.

Можно перечислить признаки привлекательности посуды и сказать, что их отсутствие способствует затруднению ее реализации. И таким образом составить некоторый прогноз на изделия, которые покупатель обойдет своим вниманием. Именно такие изделия и пылятся на складах.

Итак, сегодня в моде природные формы и оттенки. С последним все более-менее понятно: зеленые, серые, песочные или бирюзовые тона и текстуры в таких тонах остаются в тренде.

А какие сегодня предпочтения у покупателей по форме? Расспрашивая участников рынка, понимаем, что каких-то новых форм нет. Есть традиционные варианты, которые уже успели доказать свою привлекательность. Но вот поверхность: гладкая, матовая или шершавая – здесь можно порассуждать. Специалисты говорят о связи с природой, где внешний образ не должен соответствовать строгим геометрическим фигурам, скорее наоборот – должно присутствовать некоторое смеще-

ние от математически выверенных контуров, поэтому интересна асимметрия. Покупателей в последнее время привлекает ручная работа, даже если речь идет о наборе, его предметы не обязаны являться строгой копией друг друга, но они должны быть выдержаны в едином (в определенной степени) серийном исполнении. Это и пропорции, и цвет, и декор...

При этом классические строгие формы не выходят из моды. Например, если речь идет о кухонных изделиях, сложно представить себе, например, кастрюлю треугольной формы. В кухонном сегменте строгость соответствия правильным формам и гладким поверхностям обусловлена возлагаемой на такую посуду функциональной нагрузкой.

А вот что касается фарфора или керамики, то здесь декоративная составляющая стоит на первом месте. Поэтому в столовой посуде всегда приветствуется свежий дизайн и внедрение нестандартных решений, способных привлечь внимание потенциальных покупателей.

Кроме того, одним из трендовых направлений остается микс фактур.

При этом, продолжая рассматривать сервировочные решения, стоит отметить, что покупатели проявляют интерес к модульной и многофункциональной сервировке, например к посуде, в которой удобно и хранить пищу, и подавать ее на стол. Инте-

рес проявляется и к сервировочной посуде, которая прекрасно комбинируется, создавая на столе различные образы, а также к оригинальным решениям, в частности к блюдам-трансформерам.

Таким образом, светлые природные оттенки более востребованы, чем яркие. Формы – классические. Ситуация с асимметрией очень спорная, она востребована только у модной молодежи, а она еще немногочисленна. Тем более, что в последнее время все чаще звучит ностальгия по «бабушкиным» сервизам и традиционным изделиям.

В числе других ограничивающих продажи факторов следует назвать цену и безопасность для здоровья. При этом каждый из этих факторов следует рассматривать, как довольно важный и играющий ведущую роль в определенных ситуациях. Если говорить о цене, то высокая цена никогда не являлась преградой на пути потребительского внимания (в долгосрочном периоде) при условии, что сам предмет вызвал сильную заинтересованность. Вопрос экологической безопасности несет наиважнейшее значение. Вероятность того, что посуда может принести вред здоровью, – практически сразу лишает ее возможности дальнейшей реализации. При сегодняшней конкуренции на рынке даже потенциальный вред приводит к отказу от покупки.

Нельзя по закону

В 2026 году участники рынка сталкиваются с введением так называемого «экологического фильтра», который уже в течение нескольких лет активно внедряется на посудном рынке. В продажу из соображений безопасности перестанет попадать одноразовая пластиковая посуда (включая стаканчики, тарелочки, вилочки и пр.), содержащая опасные красители, бисфенол А, а также тяжелые металлы. Эта посуда



оперативно заменяется биоразлагаемыми аналогами. Кстати, вводимые стандарты маркировок позволят узнать полную информацию о составе, сроке годности и производителях присутствующей на рынке посудной продукции.

Значительные ограничения сохраняются по отношению к посуде, используемой в секторе HoReCa. Учитывая, что ресторанно-гостиничный сегмент показывает неплохое развитие и заказы посуды для него составляют очень весомую долю на рынке, можно сказать, что в данном сегменте не будет продаваться посуда, отличающаяся низкими

эксплуатационными характеристиками. Разумеется, это не новость, но не указать на данное обстоятельство нельзя. В равной степени в детских учреждениях, где также налажена система общественного питания, будет ограничено применение так называемой травмоопасной посуды.

Мнение

По мнению участников рынка, трендовые направления, основанные на привлекательности эксплуатационных характеристик (износостойкость, сохранение внешнего вида длительное время, возможность мытья

в посудомоечных машинах и пр.), и интересных дизайнерских находках сохранятся не только в текущем году, но и в последующие годы. Также покупательской заинтересованности будут способствовать изделия с использованием новых, высокотехнологических материалов, облегчающих труд домохозяйки и соответствующих экологическим стандартам. Представителям розницы, а также оптовикам следует проверять предлагаемую посуду на уровень покупательского внимания и с осторожностью останавливаться на изделиях, вызывающих сомнения в такой привлекательности.



Посуда с маркетплейсов: новая история

С развитием онлайн-торговли конечные покупатели все чаще обращаются к маркетплейсам. Насколько оправданы покупательские ожидания? Что происходит с розницей? Где конечному потребителю покупать посуду в дальнейшем?

КАК БЫТЬ И ЧТО ДЕЛАТЬ?

Этот вопрос риторический, но далеко не праздный. Это связано с тем, что цены на маркетплейсах стали «кусаться». Грядут перемены, которые вынуждают продавцов предлагать товар по более высокой цене. Ряд продавцов просто не сможет работать в таких условиях и покинет эту масштабную площадку в силу высоких расходов, связанных в первую очередь со стоимостью логистики, драконовской скидочной системой, навязываемой сервисом маркетплейса (в частности, СПП – скидка постоянного покуп-

ателя) и другими расходами, к которым опять же склоняет торговая площадка.

С другой стороны, сегодня мы наблюдаем сокращение классических розничных магазинов, которые съехали со своих торговых мест (прежде всего в торговых центрах) из-за непосильно высокой арендной платы и потери клиентов, которые переориентировались на покупки из дома.

Сегодня распределение площади в торговых комплексах складывается не в пользу торговли, а в пользу сферы платных услуг. Первые места занимают сфера развлечений и спорта – 30,3% и 25,2% от общего

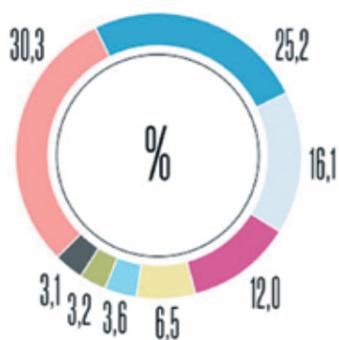
рует, что продавец выйдет «в ноль».

Кто-то из покупателей скажет, что пока площадка работает хорошо. Да, пока свои функции она выполняет, и на фоне постоянного удорожания товаров и услуг, предложение маркетплейса, скорее всего, будет достаточно выгодным. Но при этом маркетплейс не готов обслужить потребности узких специалистов, которым требуется не просто бытовой предмет или элемент одежды, а профессиональный товар. Для таких покупок, без сомнения, лучше подходят специализированные магазины, и уже сегодня часть покупателей переключается на них. Кроме того, ценовая политика не позволяет офлайн-магазинам завывать цены. Поэтому иногда в специализированном магазине можно совершить покупку по более низкой цене, чем на маркетплейсе.

ВСЕ УСТРАИВАЕТ?

Конечно, определенная часть поставщиков сохранит свое присутствие и на WB, и на Ozon, и на других площадках. С введением новых законодательных распоряжений, связанных с налогообложением и ведением отчетности, условия, по которым будут строиться торговые взаимоотношения, изменятся. И работать, а точнее – зарабатывать, станет сложнее. Конечно, все познается в сравнении. Еще пару лет назад разместить свой продукт на платформе мог каждый желающий. Теперь же для этой деятельности потребуются немало различных навыков и масса официальной документации. Это неминуемо приведет к тому, что ряд коммерсантов будут искать новые возможности для продажи товаров и продвижения своих брендов.

Отток продавцов от маркетплейсов, кстати, начался не сегодня и не вчера. Первые «ласточки» отметились еще в конце 2024 года. Понимая, с какими трудностями им предстоит вскоре столкнуться, они начали покидать насиженные места.



РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДЕЙ ПО ТИПУ АРЕНДАТОРА В КРУПНЫХ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРАХ*

- Развлечения
- Спорт
- Фешен
- Товары для дома
- Общепит
- Электроника и бытовая техника
- Услуги
- Продуктовый ритейл

*ОТ 50 ТЫС. КВ. М, СДАННЫХ В 2025 ГОДУ.

ИСТОЧНИК: УК «САМПА», kommersant.ru

К осени грядут изменения для торговли на маркетплейсах. С 1 октября 2026 года вступает в силу закон № 289-ФЗ. Маркетплейсы должны будут передавать в ФНС все данные о сделках. Для иностранных продавцов добавится еще одна форма отчетности (дополнительная нагрузка).

метража соответственно.

Причиной отказа поставщиков работать с маркетплейсами может также стать и серьезно возросшая конкуренция. По мнению одного из продавцов, за последние годы количество предложений однотипных товаров стало в 10–15 раз больше. Вероятность выгодных продаж в таких условиях серьезно снижается, точнее – стремится почти к нулю. Чтобы реализовать «соседский» товар, остается одно – снижать цену, но не до бесконечно-

сти же!

Сегодня на маркетплейсе нужны уникальный товар, невысокая цена и быстрая доставка. Совпадение этих трех условий – большая редкость. Выручка не оправдывает вложений (включая оплату дополнительных расходов).

Опытные продавцы рекомендуют рассчитывать доходность исходя из самого пессимистического сценария, таким образом, подстраховываясь на случай непредвиденных обстоятельств. И то, это не гаранти-

Есть ли сегодня альтернатива для покупателей недорогой посуды, и для тех, кто уже успел освоить такие покупки через маркетплейсы? Способны ли представители классического ритейла составить конкуренцию маркетплейсам? Если да, то продажи не рухнут. Постепенный переход покупателей посуды на другие торговые платформы окажется вполне терпимым.

Со стороны продавцов тоже не все понятно. При неудачном переходе на другие платформы обратный возврат будет стоить дороже. Насколько высоким окажется повторный порог входа на тот же Ozon или другой онлайн-гипермаркет? Да и потеря клиентов может быть невосполнимой для бизнеса.

В любом случае будет новая модель работы с маркетплейсом,



обусловленная ростом цен, инфляцией и новыми правилами взаимоотношений с налоговыми органами и покупателями. Кстати, есть все основания предполагать, что поиск необходимой товарной позиции в будущем может проходить в соот-

ветствующем разделе, на которые вполне возможно будет поделена вся товарная база. Изначально известные платформы не хотели, чтобы так было, но с увеличением оборота и усложнением механизма поиска только об этом стали говорить.

ПРИЧИНЫ ВЫБОРА МАРКЕТПЛЕЙСА КОНЕЧНЫМИ ПОКУПАТЕЛЯМИ

Примечание: расчет доли покупателей проводится исходя из принятого общего количества за 100%; при этом каждая из 8 долей (рассмотренных в Таблице) распределяет процент покупателей, склоняющихся к указанной причине, и рассчитывается отдельно, а оставшаяся часть распределяется между другими факторами.

Причина/фактор	Доля покупателей от общего числа
Более выгодная цена, чем на другие аналогичные товары	46%
Положительные отзывы о товаре	39%
Скидка на товар или участие в акции	33%
Отзывы от покупателей о том, что товар является оригинальным	25%
Нет отрицательных отзывов о товаре	24%
Высокий рейтинг продавца	23%
Программа лояльности у продавца	14%
Товар известного бренда, который знаком покупателю	8%

Источник: Data Insight

Аналитическая работа, основанная на показателях посудного рынка затруднена, так как большинство показателей противоречат друг другу. Подобные несоответствия существовали всегда, но порой они доходят до абсурда. В частности, почти каждый участник рынка говорит о снижении спроса, при этом в прессе можно найти данные о росте посудного сегмента как в денежном, так и в натуральном выражении. Согласно одному из прогнозов (опубликованному в РБК от 15.05.25), к 2029 году объем рынка составит около 36,5 млрд. руб. В то же время, согласно тому же источнику, в 2024 году объем рынка был менее 20 млрд. руб. Вроде бы наблюдается достойный рост (или бешеная инфляция?!). А фактически многие известные магазины розничной торговли, в том числе торгующие посудой, закрываются (особенно в крупных московских ТЦ). Пытаясь найти ответ на данный вопрос, приходим к выводу, что большая часть информации не соответствует действительности. Следовательно, проводить анализ ситуации проблематично.

ПОИСК АЛЬТЕРНАТИВ

Сегодня участники рынка стоят перед выбором: чем заменить маркетплейсы (об этом думают продавцы) и где приобрести товар на более выгодных или удобных условиях (такие мысли уже приходят к конечным покупателям)?

Принципиально новых торговых платформ в массовом масштабе сегодня нет. Существует потенциальная возможность переключить часть уже имеющегося сервиса на более активную работу с иностранными продавцами. Сегодня часть товаров предполагает международную доставку (с увеличенным сроком получения заказа) по более выгодным ценам. Но имеются два препятствия: длительный срок ожидания товара и более сложное оформление возврата с последующим ожиданием денежных средств. Кроме того, покупателю нужно предоставлять свои паспортные данные (не все потребители сегодня к этому готовы). Создание отдельного торгового отдела для поставок из-за рубежа могло бы упростить работу с покупателями и ускорило бы доставку. Таким образом, уровень заказов и продаж возрос бы. Но это пока одни «если».



Также есть возможность выделить в отдельный раздел некоторые категории товаров, в частности лекарственные средства, получение которых в любом случае происходит в аптеках-партнерах...

Что касается посуды, то здесь лучшие результаты мог бы показать самостоятельный отдел по продаже посуды, где упор делается на более качественную визуализацию предлагаемой продукции, а также введение услуги дополнительной упаковки для хрупких изделий (стекло, фарфор, керамика). Ведь посуда – особый товар. Она нуждается в особом представлении.

Сегодня же приобретение посуды стало типовой (рядовой) покупкой. И это хорошо только для стандартных кухонных или столовых предметов, описание которых не требует от про-

давца дополнительной информации. Но продажа посуды требует представления многочисленных данных о ней: от сырья до рекламы на упаковке.

В отдельном торговом разделе представить посудное изделие наиболее ярко удобнее и проще. Тем более, когда речь идет об эксклюзивных коллекциях, оригинальных решениях, раритетной посуде или узкоспециализированных посудных товарах и пр. Ведь сюда заходят с целью ознакомиться с посудой; покупательское внимание концентрируется исключительно на посудной продукции.

Кроме того, приобретение обновленных моделей из современных коллекций очень нуждается в возможности поддержать изделие в руках, то есть предложение посуды, основан-

ное на тактильных ощущениях, значительно перспективнее. Вероятность приобрести посуду после тактильного контакта значительно выше. Из этого следует, что классические розничные посудные магазины не стоит упускать из вида. Несмотря на сложность их содержания, возможно, они вновь станут важным звеном в торговой цепочке, благодаря которому общий оборот не упадет слишком низко.

Какими бы ни были альтернативные решения, позволяющие потенциальным потребителям узнать о посуде больше, а продавцам создавать более интересные предложения, они должны применяться с учетом потребительских предпочтений и потенциальных возможностей рынка, что, естественно, будет способствовать его развитию.



Набор столовой посуды «Veneto» на 6 персон, состоящий из 24 предметов, можно приобрести на OZON от 25 000 руб.

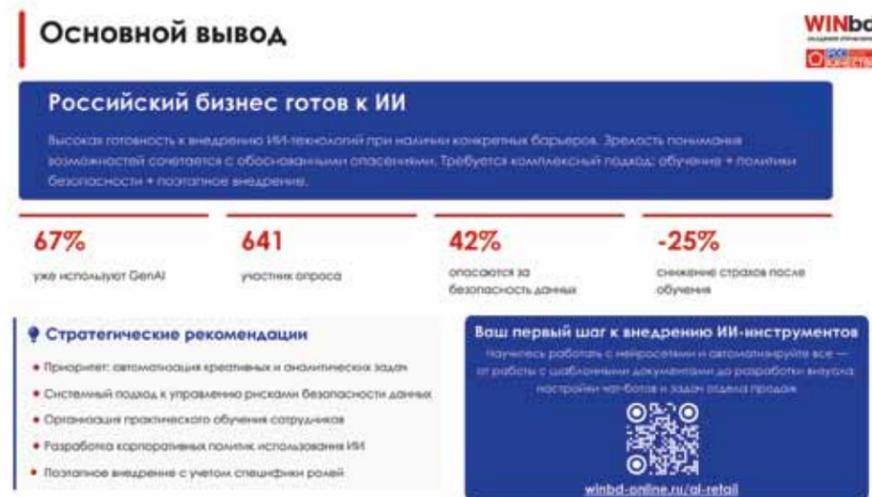
ИИ в цифрах

Тема ИИ не отпускает, так как с этим явлением связано очень многое в жизни каждого пользователя. Мы понимаем, что подрастает поколение, полностью воспитанное на цифровых программах. Какие изменения ждут нас в области искусственного интеллекта в течение 20–30 лет?

Говоря о будущем ИИ, нельзя не взглянуть на 20–30 лет назад. Разве можно было тогда подумать, что мы сможем дистанционно работать, не выходя из дома, оплачивать покупки нажатием нескольких кнопок на телефоне, что маршрут за нас будет продумывать навигатор, а ставить диагнозы в поликлинике будет уже не человек (хотя это спорный вопрос. – прим. Ред.)?

Влияние ИИ будет не менее масштабным, чем влияние интернета и цифровой цивилизации за последние 30 лет. Кроме того, по оценкам специалистов, через 30 лет бразды правления в политике, экономике, бизнесе и социальной сфере возьмет на себя поколение людей, привыкших получать информацию из цифровых каналов.

Если человечеству удастся выработать приемлемые правила игры, минимизирующие риски, связанные с искусственным интеллектом, то у каждого из нас может появиться цифровой индивидуальный помощник, подобно тому, как сегодня мы не мыслим своей жизни без смартфона. Без такого помощника мы, возможно, уже не сможем представить свое существование.



Что же это за «зверь» такой – индивидуальный цифровой помощник? Он будет взаимодействовать вместо вас или через вас посредством различных устройств и каналов, полностью сохраняя контекст и всю историю ваших «взаимоотношений». При этом он будет знать и учитывать ваш характер, особенности и интересы.

Мы видим, как ИИ продвигается через все каналы связи с обществом. Экспертное сообщество и биз-

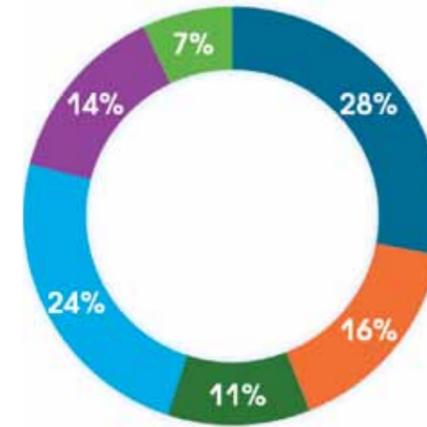
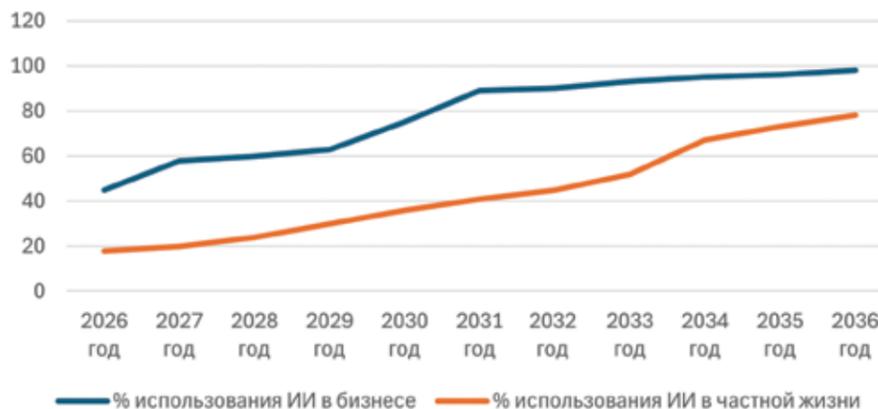
нес разрабатывают схемы внедрения технологий ИИ в обычную жизнь. Философы осмысливают совместное существование человека и ИИ. Система образования перестраивается под обучение с помощью ИИ. Государство пытается обеспечить безопасность и защиту населения от рисков, связанных с ИИ.

Искусственный интеллект все настойчивее и глубже проникает в самые разные области человеческой деятельности. «Умные» программы сегодня задействованы не только в кибернетике, но и в медицине, экономике, логистике, производственной и сельскохозяйственной сферах. И этот список только растет.

Привлечение ИИ, безусловно, значительно облегчит жизнь, но вместе с тем порождает некоторые проблемы, в том числе этического характера. В целом, искусственный интеллект представляет собой набор моделей и методов, способных на основе полученной информации делать те или иные выводы.

Использованы материалы <https://www.trends.rbc.ru> и материалы открытого доступа Академии управления WINbd

Нарастание использования ИИ в частной сфере и в бизнесе (в %)

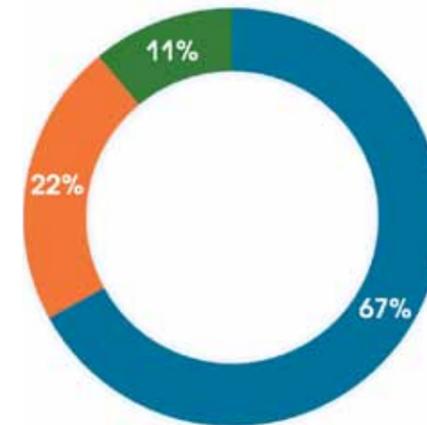


КЛАСТЕРЫ ОТВЕТОВ

- Инструмент/Помощник: 28%
- Технология ИИ: 24%
- База данных: 16%
- Автоматизация: 14%
- Будущее: 11%
- Имитация мозга: 7%

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- 52% видят нейросети как практический инструмент
- Преобладает прагматичный подход к ИИ
- ИИ как источник данных (16%)
- 24% фокусируются на технической стороне
- Акцент на автоматизации задач (14%)
- Минимальные страхи (менее 5%)



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ GENAI

КЛАСТЕРЫ ОТВЕТОВ

УРОВЕНЬ ВНЕДРЕНИЯ

- Активно используют: 67%
- Знают, но не используют: 22%
- Еще не работают: 11%

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ ПО GENAI

- 67% активно используют GenAI инструменты
- ChatGPT доминирует
- Фокус на практических задачах
- Текстовые ИИ 60% превосходят остальные
- Генерация изображений на втором месте (32,5%)
- Растет интерес к специализированным решениям

ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ

- Текстовые ИИ: 60%
- ChatGPT, GigaChat, Claude
- Генерация изображений: 32,5%
- Midjourney, Шедеврум, Deep Seek

ЗАДАЧИ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ

КЛАСТЕРЫ ОТВЕТОВ

Категории задач

- Работа с контентом: 35%
- Коммуникации: 15%
- Аналитика и отчеты: 25%
- Техническая: 10%
- Документооборот: 20%

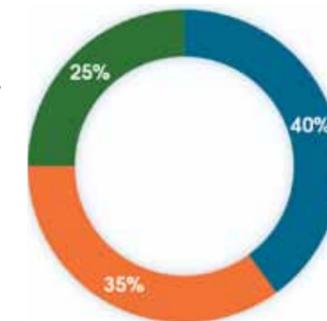
КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ АВТОМАТИЗАЦИИ

- Контент доминирует: 35%
- Отчетность занимает 25%
- Написание текстов – лидер
- Документооборот – 20%
- Растет спрос на видеоконтент
- Клиентские коммуникации – 15%

ГОТОВНОСТЬ СОТРУДНИКОВ

КАТЕГОРИИ ЗАДАЧ

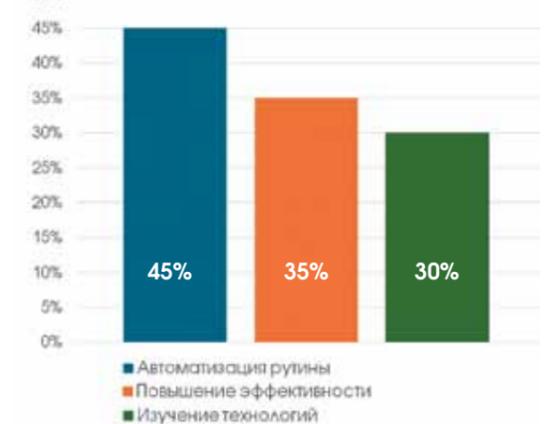
- Активно используют: 40%
- Хотят изучить: 35%
- Не хотят использовать: 25%



КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Бизнес ориентирован на практическую пользу, а не на технологии ради технологий
- Готовность к обучению: 30% хотят изучать новые технологии
- 75% сотрудников готовы использовать или изучать ИИ
- Только четверть сотрудников сопротивляются внедрению.

ТОП-3 БИЗНЕС-ЦЕЛИ ВНЕДРЕНИЯ ИИ



Посуда для «ХОЛОДНОГО» ОТДЫХА

Традиционно посуду для загородного отдыха вспоминают с наступлением теплого сезона. Неудивительно, что именно летом спрос на посуду для туризма достигает своего пика. Однако времена меняются: внутренний туризм набирает обороты, идет активная пропаганда здорового образа жизни и спорта, расширяется круг мероприятий, связанных со спортивными состязаниями, а молодежь всё чаще отправляется в походы, открывая для себя неизведанные уголки родной страны. И здесь на первый план выходит туристическая посуда – верная спутница, в которой можно не только перенести, но и разогреть, и даже приготовить пищу прямо на открытом огне. Именно о такой, надёжной и многофункциональной, посуде мы и поговорим.

Я БЕРУ С СОБОЙ В ПОХОД...

Наши родители ходили в походы с алюминиевой кружкой, котелком и брезентовым рюкзаком за спиной. Тогда такого разнообразия специальных посудных аксессуаров не было.

Сегодня картина другая. Для конечного потребителя уже придуман необходимый набор всевозможной посуды, который позволяет с достаточным комфортом готовить еду в любых температурных режимах и сервировать походный стол.

Наиболее привычными материалами для посуды туриста являются: титан, алюминий, нержавеющая сталь и пластик.

По своей теплоемкости и иным качествам титан стоит на первом месте. Приготовить пищу в посуде из этого материала довольно просто, при этом вес кухонного набора на компанию из трех человек – минимален.

В числе посуды из перечисленных выше металлов: кружки, кастрюли, сковородки, сотейники, столовые приборы и пр. Обычно эта посуда трансформируется и довольно компактно складывается, что является удобным фактором для переноски и хранения. Возможно, самым объемным предметом является чайник, но и его научились выполнять довольно компактным (уплотненный корпус, короткий носик, складная ручка (внутри можно положить заварку или иные сушеные ингредиенты)).

Практически у каждого, кто идет в поход, непременно имеется как минимум одна плоская металлическая фляжка с водой, без нее в любом пути не обойтись.

Из пластика в основном изготавливают бутылки для жидкостей и контейнеры для хранения продуктов питания.

Поскольку титан – материал дорогостоящий, альтернативой ему выступает алюминий. Он также довольно прочный и легкий. Но он деформируется в процессе эксплуатации и не рекомендуется для частого использования, если не покрыт защитным покрытием. Исключение – анодированный алюминий, но и его искусственно созданная защитная пленка тоже не отличается стойкостью и требует бережного отношения.

В этой связи многие прибегают к нержавеющей стали, которая обладает высокими прочностными характеристиками, приемлемой теплоемкостью, высокими гигиеническими качествами и внешне выглядит довольно привлекательно. При этом ее стоимость не такая высокая, как у посуды из титана. Единственный минус – больший по сравнению с предыдущими материалами вес. По этой причине тот, кто ходит на дальние расстояния и довольно точно рассчитывает вес своего груза, не всегда может позволить себе посуду из нержавеющей стали.

Кроме того, в последнее время для переноски жидкостей и продуктов многие используют специальный морозостойкий пищевой пластик. Конечно, срок его службы меньше, чем у металла, но и цена в ряде случаев ниже. В остальном – это хорошая альтернатива (пластик не пригоден только для приготовления или разогрева пищи).

К этому стоит добавить, что помимо изделий, которые были перечислены выше, на рынке имеется множество аксессуаров, ориентированных на комфортное пребывание и питание под открытым небом. Среди них термочехлы на посуду и

посудные боксы, различные держатели, крючки, ножи (в том числе для открытия консервов), подставки, заграждения от ветра, специальные автономные грелки и пр. Газовое оборудование в данном материале рассматривать не будем, это тема отдельного разговора, просто упомянем, что данное оборудование также напрямую связано с посудой и необходимо для приготовления пищи на природе в различных метеорологических ситуациях.

НА КАКОЙ ПОСУДЕ ОСТАНОВИТЬ ВЫБОР?

Сегодня на рынке присутствует довольно много специальной посуды для использования вдали от цивилизации.

Наряду с уже известными мировыми брендами продавцы предлагают массу относительно недорогих изделий из титана и нержавеющей стали. Предметов из непокрытого алюминия не так много, в основном от отечественных брендов, и они не отличаются эргономикой и широким размерным рядом.

Как было сказано ранее, наиболее удобной в плане прочностных характеристик и веса является посуда из титана, в качестве альтернативы по экономичной цене стоит анодированный алюминий, среднее положение в соотношении «цена-качество» занимает посуда из нержавеющей стали.

О последней стоит сказать, что она различается в зависимости от марки стали, например, известны и широко применимы такие марки, как: 18/0 или 18/10 (согласно европейской шкале,

Таблица 1. Популярные мировые марки туристической посуды

Наименование бренда	Родина бренда	Предлагаемый материал	Качества
MSR (Mountain Safety Research)	США	Титан, анодированный алюминий, нержавеющая сталь	Малый вес, высокая прочность
Snow Peak	Япония	В основном титан	Привлекательный дизайн, ориентация на суровый климат
Primus	Швеция	Анодированный алюминий, нержавеющая сталь	Малый вес, хорошая эргономика, ориентация на широкую покупательскую аудиторию
Kovea	Южная Корея	Анодированный алюминий, нержавеющая сталь	Ориентация на экстремальные условия
Toaks Titanium	Китай	Титан	Сверхмалый вес
Trangia	Швеция	Различный металл	Ориентация на посуду для приготовления на компактных туристических плитках
Nalgene	США	Высококачественный морозостойкий пластик	Перенос и хранения продуктов и готовых блюд
Tatonka	Германия	Нержавеющая сталь	Походная посуда для широкой аудитории
Fire-Marle	Китай	Нержавеющая сталь, анодированный алюминий, титан	Портативные туристические горелки разных видов, посуда для походов, газовые фонари, наборы для барбекю и множество всего необходимо для похода и отдыха на природе.

адаптированной для конечного потребителя). Иногда нержавеющая сталь (обычно неизвестной марки) не соответствует тем требованиям, которые прописаны в российском ГОСТе, но узнать это удается не сразу (сомнения возникают в процессе эксплуатации из-за появления странного цвета, коррозии, деформации формы от нагретой конфорки и пр.). Внешне определить марку стали невозможно. Кроме того, отечественная классификация отличается от европейской. По этой причине мы часто видим на изделии маркировку 304 (российская шкала), что является доказательством полноценной нержавеющей стали. Иногда про-

изводитель или продавец указывает «медицинская» нержавеющая сталь – это маркетинговый ход, так как такого официального названия не существует.

Опираясь на опыт заядлых туристов-пешеходов, которые нередко делятся своими впечатлениями, можно посоветовать начинающим походникам приобретать наиболее ценную посуду постепенно, так как в пути очень важно иметь качественную амуницию, которая не подведет, и походные гаджеты, которые украсят путешествие.

На рынке туристических продуктов лидируют зарубежные марки, они предлагают интересные, удобные и качественные изделия. Но и ценник у них довольно высокий.

Например, набор туристической посуды MSR Alpinist 2 System на 2 персоны предлагается по цене от 13000 руб. В него входит кастрюля 2,4 л из анодированного алюминия, две миски для горячих блюд и супов, две термочашки с крышками для питья, а также для хранения продуктов, алюминиевая крышка со сливными отверстиями и складная ручка, которая надёжно фиксирует посуду и облегчает работу с горячими кастрюлями. А набор из анодированного алюминия от Fire-Marle (Китай) серии Gourmet Set, состоящий из 2 тарелок, 2 мисок и 1 кастрюли, стоит от 8000–10000 руб. в зависимости от платформы продаж.





Таблица 2. Ценовой разброс на посудные изделия, ориентированные на использование в дикой природе

Марка	Вид изделия	Особенности	Ориентировочная цена в маркетплейсе, руб.
MSR (Mountain Safety Research)	Набор из двух кастрюль с крышкой	Материал: нержавеющая сталь	8185 (со скидкой) 14900 (без скидки)
MSR (Mountain Safety Research)	Набор из двух кастрюль с крышкой	Материал: анодированный алюминий с керамическим покрытием	10900
Snow Peak	Кружка, объем 450 мл	Материал: титан	3278 – 3514
Primus	Котелок с крышкой Essential Trek	Материал: анодированный алюминий, объем 600 мл, вес 300 гр.	5080 – 5131
Kovea	Набор походной посуды на 1-2 человека KSK-SOLO2	Материал: анодированный алюминий + пластик, общий вес 650 гр.	4673 – 5185
Kovea	Кружка Kovea NZ TM-450FH	Материал: титан. Объем 450 мл	2961 – 3288
Toaks Titanium	Кастрюля	Материал: титан. Объем 1300 мл, вес 141 гр.	3723 – 3985
Toaks Titanium	Котелок	Материал: титан. Объем 750 мл, вес 110 гр.	5491 – 6093
Trangia	Контейнер пищевой	Материал: алюминиевый сплав. Объем 1820 мл, вес 257 гр.	2791– 2946
Trangia	Сковорода с крышкой	Материал: алюминиевый сплав. Вес 359 гр.	4192– 4536
Nalgene	Бутылка детская	Материал: пластик (Тритан). Объем – 0,35 л (полезный); 0,42 л (максимальный)	4471 – 4996
Nalgene	Бутылка спортивная	Материал: пластик (Тритан). Объем 1000 мл	4948 – 5512
Tatonka	Кружка HANDLE MUG	Материал: нержавеющая сталь Объем 600 мл, вес 180 гр.	2144 – 2382

К сожалению, выбор отечественной посуды для этого вида деятельности невелик. Когда-то компания «Экспедиция» поставляла интересные предметы для походов, но сейчас она перепрофилировалась на продукты питания.

Из российских компаний интересна «Роза ветров». Она производит туристическую посуду, таганки, печки, коптильни из нержавеющей стали и титана. Цены приемлемые: набор посуды из титана, состоящий из котелка (1,7 л), фляги (0,7л) и ложки. Кстати котелок предлагается в комплектации с глубокой штампованной крышкой и с фиксирующей ручкой. Стоит весь набор около 6000 рублей.

В Уфе производственное объединение «Урал-Экспедиция» предлагает различное туристическое снаряжение и плав. средства.

Оно предлагает и посуду из нержавеющей стали, но это не основное направление их деятельности.

В ассортименте «Кукморского завода Металлопосуды» также можно найти посуду для отдыха на природе в разделе товаров для туризма. Например, походный казан на 6 литров из непокрытого литого алюминия стоит чуть более 2600 рублей.

Наборы для пикника и туризма можно найти на сайте компании «Амет». Туристический котелок объемом 1,75 л стоит 1490 рублей. Он изготовлен из нержавеющей стали марок AISI 304 и 304L, которые разрешены для контакта с пищевыми продуктами и не влияют на вкус и запах приготовленных блюд. Посуда надежна и долговечна даже при ежедневном использовании.

Российские производители выпускают продукцию для поход-

ников, но это не основное их производство. Надеемся, интерес к российским маркам, со временем увеличится хотя бы потому, что здесь можно более точно отследить материал, из которого изготовлена продукция.

В любом случае, какой бы ни был выбор современного покупателя при покупке туристической посуды, он должен быть не менее обдуманным, чем расчет маршрута, соблюдение техники безопасности и забота о природе. В этом мире побеждает гармония с окружающим миром. А правильно подобранная посуда – это ещё один тонкий мостик, соединяющий путника с той частью планеты, по которой он шагает дальше.



Главные по тарелочкам

Один участник рынка сказал: «Кто умеет продавать посуду, может продать что угодно». Поговорим о продаже тарелок, самых разных... На что обратить внимание.

ТАРЕЛКИ РАЗНЫЕ НУЖНЫ

В каждой семье или заведении общепита существует свой ассортимент тарелок. К ним в полной мере относятся тарелки для первых или вторых блюд, салатники, подстановочные и пирожковые тарелки и блюда, а также декоративные тарелки.

Различные размеры, декоры, варианты исполнения формы – разнообразие тарелок поражает воображение. Когда-то эту посуду изго-

тавливали из глины и дерева, порой камня, позже к этому добавились фарфор, металл, стекло, пищевой пластик, силикон, биоразлагаемое сырье. Главное, чтобы материал был пригоден для контакта с продуктами питания и готовыми блюдами.

Поскольку вариантов много, небезоснователен вывод: тарелка – весьма востребованный товар. Тарелки занимают первое место по продажам среди других наименований сервировочной посуды.

человека согласно его стремлениям пользоваться тем или иным предметом посуды, в частности тарелкой. И угодить покупателю в связи с этим очень непросто. Но можно.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОКУПКИ

Сегодня, когда выбор тарелок огромен, их представление в торговых точках требует определенной расстановки, освещения и даже готовых сервировочных решений. Продавец дает возможность покупателю увидеть, подержать в руках, посмотреть в интерьере различные модели тарелок и остановить свой выбор на наиболее заинтересовавшей его позиции.

Прежде всего, для покупателя, конечно, важна визуализация. Именно эта возможность позволяет продавать тарелки и любую посуду не только в розничных магазинах, но и удаленно. Благодаря качественным фото и видеоматериалам покупатель способен вдохновиться той или иной посудой.

Не меньшее значение для потенциального покупателя несет история тарелки (кроме декоративной). Особенно если речь идет об известном бренде, тематической серии и пр. Если продается серия тарелок, то есть возможность докупать или подзаказывать новые варианты, тем более что тарелки – часто бьющийся товар, так как их используют часто и много.

Надо сказать, что для значительной доли потенциальных покупателей тактильный контакт является определяющим при выборе посуды. По этой причине классические магазины, торгующие посудой, не исчезнут, даже на фоне закрытия многочисленных точек продаж различной бытовой утвари.

Правильно выбрать тарелку на торговой полке помогут специалисты-мерчендайзеры. В отсутствие консультанта, чтобы покупатель обратил взор на определенную тарелку, ее нужно грамотно представить на витрине.

Тарелка должна стоять вертикально, демонстрируя свой декор и

форму. Подчеркнуть оттенок тарелки поможет правильно подобранный задний цветовой фон (порой выкладка формируется как подготовка к серьезной фотосессии). Размещение тарелки должно включать ее позиционирование с разных сторон, а также выделение клейма производителя (с целью демонстрации качества изделия). Желательно сгруппировать изделия одной серии в едином секторе, что добавляет привлекательность посуде. Важно также группировать посудные изделия согласно их цветовой гамме. Немаловажно сопроводить выкладку ненавязчивыми информационными комментариями с перечислением отличительных качеств дан-

ной посуды (например, повышенная стойкость к сколам, возможность мойки в посудомоечной машине и пр.).

Дополнение сервировочного решения из тарелок декоративными настольными предметами (свечами, подставками, вазами и пр.), а также текстилем усиливает позитивное восприятие от посуды и создает у покупателя ощущение тепла, домашнего уюта, что склоняет его к приобретению данного товара. Конечно, покупатель оценит усилия продавца, сумевшего создать уникальное предложение, где будут подчеркнуты уникальные качества материала, например «сделано из переработанного стекла», «срок

службы – не менее 10 лет» и пр. Все это в определенном смысле триггеры продаж.

Не стоит забывать о покупательской аудитории, которая различается в силу национальных традиций, возраста, сферы интересов. По этой причине выкладка, впрочем, как и сами посудные коллекции, должны своевременно обновляться.

Важный аспект имеет торговая точка продаваемого товара, в частности тарелок. Если это спальный район или новостройка, где много молодых семей, там будет востребована стильная, модная продукция, но недорогая. Если торговая точка в центре крупного города, то лучше предложить классику.

Примеры цен на тарелки (отличаются в зависимости от места продаж)

Марка	Материал	Параметры	Ориентировочная цена, руб.
Luminarc	Опаловое стекло	Набор Diwali глубокие 20 см, 780 мл, 6 шт.	1045–1159
Luminarc	Стекло	«Лайт Блю» 25 см, 2 шт.	373-414
Luminarc	Стекло	Тарелка глубокая «Амбьянте Эклипс», 25 см, цена за единицу	271-285
Pasabahce	Стекло	Тарелка глубокая, 21 см, 1 шт.	159-167
Pasabahce	Стекло	Тарелка глубокая „Инвитейшн“ 22 см, 1 шт.	254-267
Pasabahce	Закаленное стекло	Набор тарелок, 26 см, 2 шт., разноцветный.	467-519
Добрушский фарфоровый завод	Фарфор	Тарелка десертная „Белье. Идиллия“ 17 см, 1 шт.	481-534
Добрушский фарфоровый завод	Фарфор	Тарелка „Гуси“, (цвет белый) 24 см, 1 шт.	525-583
Добрушский фарфоровый завод	Фарфор	Тарелка 14 см, 1 шт.	87–91
Дулево	Фарфор	Набор фарфоровых тарелок мелких „Гуси“ 20 см, 4 шт.	923–1024
ОСЗ	Стекло	Тарелка глубокая „Симпатия“ 20,5 см, 1 шт.	268 - 282
Apollo	Костяной фарфор	Тарелка глубокая, 600 мл	930-1031
Magistro	Фарфор	Тарелка глубокая (серия Organic brown), 1 л, 10 шт.	18452 - 20640

За период с 2023 по 2025 годы наибольший рост среднерыночных цен наблюдался на продукцию мелких и глубоких тарелок, где темпы увеличения составляли 10 % именно в 2024 году. На декабрь 2025 года средняя розничная цена такой продукции достигла 360,8 рубля за одну тарелку, демонстрируя прирост на 1,3% по сравнению с предыдущим месяцем.

Сейчас стерлась грань между востребованностью профессиональной посуды и посуды для дома. Хозяйки предпочитают износостойкие варианты изделий. Поэтому не только дизайн посуды, но и ее устойчивость к сколам играет важную роль при выборе. Особенно актуален этот вопрос сегодня, когда домашние кулинарные эксперименты в сочетании с удобными и практичными кухонными гаджетами, призванными облегчить труд, делают профессиональную посуду, прежде обладавшую эксклюзивным статусом для кафе и ресторанов, желанной для каждой хозяйки.

Учитывая, что на сегодня задача насыщения рынка износостойкими тарелками в определенной степени реализована (началось это насыщение еще в 1990-х годах), ажиотажа-

ного спроса на тарелки нет.

Однако в рамках таких категорийных пропорций, которые с одной стороны выглядят несбалансированными, а с другой стороны демонстрируют истинный баланс рыночного спроса и предложения, тарелки в широком смысле остаются часто приобретаемым изделием. На это влияет и естественный износ, и рост населения в крупных городах с последующим образованием новых домохозяйств, и подарочный вариант, и стихийно возникшее желание покупателя совершить покупку. Так что, при прочих равных обстоятельствах и складывающейся ситуации на рынке, тарелки разные нужны и важны.

Реальный спрос можно наблюдать в торговой точке, которая способна удовлетворить потребности

По официальной статистике, в России сейчас 6,5 млн молодых семей, в которых живут более 20 млн граждан страны. Более половины (57,6%) молодых семей в России проживают в собственных квартирах, приобретенных без ипотеки или уже выплаченных. Об этом свидетельствует исследование, проведенное Финансовым университетом при Правительстве РФ. Больше всего заинтересованных в улучшении жилищных условий отмечено в Санкт-Петербурге (44%), Махачкале (40%), Севастополе (31%), Хабаровске (28%), Тольятти (26%) и Владивостоке (23%). Это не просто цифры, это степень заинтересованности молодежи к покупке посуды, в том числе и тарелок.

УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ!

Индукция на кухне: ловушка или обоснованный выбор?

Рынок современных кухонных товаров невозможен без посуды, предназначенной для плит с функцией индукции. Обладатели таких плит имеют возможность пользоваться наплитной посудой, обладающей ферромагнитными свойствами (содержащей в себе ферромагнетики, в частности: железо, кобальт, никель) и пропускающей электромагнитные волны. Насколько это удобно и каковы перспективы такой посуды на рынке в ближайшее время?



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ	СТЕКЛОКЕРАМИКА	ИНДУКЦИОННЫЙ НАГРЕВ	ЧУГУННЫЕ КОНФОРКИ
КПД	74,5%	94%	62,2%
Время нагрева 1 литра воды на разных конфорках	9 мин	7 мин 30 сек	10 мин 30 сек
Расход электроэнергии на нагрев 1 литра воды до кипения	0,15 кВт/ч	0,12 кВт/ч	0,18 кВт/ч
Расход электроэнергии в сутки	12,47 кВт	8,7 кВт	17,4 кВт
Экономия в год при стоимости 1 кВт/ч 4,55 руб.	8 421,48 руб.	14 861,36 руб.	—



электроприборах. О влиянии на стоящего рядом человека мнения звучат различные. Далее. При работе индукционной плиты (в меньшей степени варочной поверхности) поблизости размещенные металлические предметы, в первую очередь посуда, могут также нагреваться. Следовательно, в зоне плиты лучше не оставлять утварь, восприимчивую к намагничиванию.

Еще одним ограничением является поверхность дна посуды. Дно должно быть абсолютно ровным и полностью соприкасаться с поверхностью плиты, иначе не соприкасающиеся зоны не будут нагреваться, в результате посуда будет получать неравномерный нагрев, что приведет к подгоранию пищи.

Посуда диаметром меньше 12 см также не приспособлена к индукционным конфоркам.

Развенчан миф о том, что конфорка не нагревается. Да, сама по себе без контакта с ферромагнетиком конфорка даже при включении остается холодной. Но после того, как на нее устанавливается посуда, она разогревается от последней, как любой физический материал. И остывает медленно, как стандартная стеклокерамика.



Цена на индукционную плиту (панель и духовку) выше, чем на обычную электрическую стеклокерамическую; такая же ситуация с ценой на посуду для индукционных плит.

Определенным альтернативным вариантом для покупателей является приобретение независимой варочной панели с индукционными и обычными электрическими конфорками.

Что касается духового шкафа, то здесь ситуация еще более сложная. Традиционно в духовках используется керамическая, стеклянная, алю-

миниевая посуда, а также с недавних пор формы из силикона. Все эти материалы не приспособлены для индукционного воздействия.

В связи с имеющимися ограничениями эксплуатации традиционной посуды производители предлагают приобрести металлические подставки-адаптеры, позволяющие без труда использовать на индукционных варочных панелях привычную посуду.

Практичные хозяйки совмещают индукционную варочную панель и классический электрический духовой шкаф.

ЕСТЬ ОГРАНИЧЕНИЯ!

Безусловно, посуда для индукционных варочных поверхностей обладает рядом преимуществ, среди которых на первом месте экономия электроэнергии. Однако и ограничений тоже хватает.

Далеко не все блюда удобно готовить в металлической «индукционной» посуде, включая эмалированную и чугунную. Чтобы расширить гастрономические возможности, некоторые производители дополняют традиционную посуду, например, алюминиевую, особым ферромагнитным диском, впрыснутым в дно.

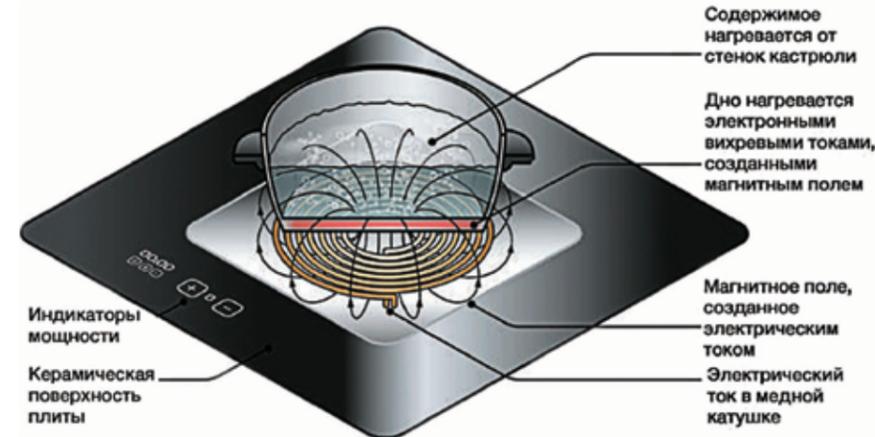
При этом нержавеющая посуда с капсульным дном, в котором находится алюминиевый диск, лучше и быстрее распределяет тепло по всей поверхности. Однако, без стальной сердцевины, такая посуда

остается бесполезной на индукционном поле.

Универсальная посуда, предназначенная для всех видов плит, включая индукционные, обойдется покупателю дороже.

ПРОДВИЖЕНИЕ И СПРОС

Появление нового подхода к нагреву связано с развитием инновационных технологий. Определенные достоинства, в числе которых локальный нагрев соприкасающихся



поверхностей (безопасность) и снижение энергозатрат (экономия), стали мотивом для внедрения новинок. Сегодня уже значительная доля покупателей останавливает внимание на индукционных моделях, что ведет к росту продаж востребованной посуды для таких плит.

Однако эксперты не уверены, что в дальнейшем спрос в данном сегменте увеличится. Постепенно покупатели понимают, что наряду с достоинствами «индукционной» кухни, здесь имеется и целый набор факторов, препятствующих привычному приготовлению даже элементарного обеда.

Начнем с того, что электромагнитное излучение, позволяющее разогреть поверхность магнитящегося металла, не лучшим образом сказывается на работающих рядом

После приобретения индукционной варочной поверхности закономерно встает вопрос о приобретении современной посуды. Дело не только в том, что используемые ранее эмалированные виды металлической посуды не подходят для новой панели. Но и дизайн старой посуды, мягко говоря, отстает, а точнее, не соответствует современному дизайну удобных стеклокерамических панелей. И, как показывает практика, эмалированную посуду, даже пригодную, меняют. Здесь раздолье для производителей посуды, так как для них как раз потребитель, который часто обновляет свой кухонный арсенал, самый выгодный и любимый. А покупателю приходится раскошелиться на новую продукцию, в статью расходов нужно включить и эти траты.

Если посуда все же очень любима, но без магнитного диска, то можно приобрести диск-адаптер, который позволит использовать традиционную посуду или посуду диаметром менее 12 см. Кстати, при его применении расход электроэнергии увеличивается, потому что в данном случае пользователь умышленно превращает индукционную плиту в обычную электрическую.

Дополнительно владельцам индукционных плит нужно позаботиться, чтобы на расстоянии 40–50 см от включенной панели не было работающих электроприборов, так как это может привести к порче последних.



В связи с вышеперечисленным можно объяснить замедленный прирост спроса на индукционные модели плит, о котором говорят продавцы в известных магазинах электроники. Впрочем, данное явление может быть временным и связано с общим повышением цен на электробытовые товары.

Но, так или иначе, есть основания предполагать, что спрос на «индукционную» посуду не увеличивается. Хотя в крупных городах такая посуда востребована. Видимо, покупателей подкупает экономия средств на электроэнергию, которая за несколько лет нивелирует расходы на приобретение. По свидетельству пользователей, уже через 1–1,5 года использования индукционной панели сэкономленная электроэнергия в денежном выражении составила разницу между стоимостью обычной электрической стеклокерамической плиты и индукционной. Правда, в расчет не берутся иные эксплуатационные расходы.

К этому стоит добавить, что при наличии газа (а такого жилья пока еще очень-очень много) вопрос об индукционной посуде вообще не стоит.

В ИТОГЕ

Сегодня продавцам посуды следует более подробно раскрывать перед покупателями особенности приготовления пищи на традиционных электрических и индукционных плитах, а также в духовых шкафах. А вместе с этим помогать с выбором соответствующей кухонной посуды. Покупатель должен понимать, что, приобретая качественную дорогостоящую посуду, будет использовать ее не один год. В данном случае лучше возможно остановить выбор на универсальной посуде, которая подходит для всех типов плит. Особенно актуально это для семей с небольшим достатком, так как индукция уменьшает количество используемой электроэнергии. 🔴



Еще один кусочек на закуску

Приготовление бисквита требует времени и сил. Но и после выпечки бисквит требует внимания: его нужно правильно разрезать, иначе внешний вид потеряет всякую привлекательность. Наилучшим образом с этой задачей справится специальный бисквитный нож с перфорированной режущей кромкой – **Konfinetta** (его длина лезвия 35 см).

www.progress-land.ru



Фондю сближает

Набор **Bella Tenero** от **Skyphos** включает в себя 4 шпажки, чашу и элегантную подставку. И все! Ничего лишнего для уютного отдыха и истинного удовольствия в компании самых близких людей.

www.sima-land.ru

Строго по форме

Силиконовые формы прочно вошли в домашнюю кулинарию. Они существенно облегчают труд современных хозяек. Ингредиенты не прилипают, а мытье не составляет труда. Формы для выпекания багетов китайского фабричного производства **Twinkie** с 8 полостями, выполненные из высококачественного силикона, позволяют создавать кексы, эклеры и другую выпечку удобной формы и привычных размеров. Оказалось, что принятые параметры известных кулинарных блюд способствуют узнаваемости, что довольно важно для конечного потребителя!

www.joom.ru



Амбассадор: бокал, который меняет правила игры

В мире коктейлей важна каждая деталь – от ингредиентов до подачи. Если вы хотите удивить гостей или клиентов, начните с правильного бокала. **Амбассадор** – это не просто посуда, это инструмент для создания впечатлений.

В чем его уникальность?

Этот бокал – единственный в своей серии, обладающий внушительной вместимостью 790 мл. Такой объем открывает безграничные возможности для барменов и любителей миксов:

- создавать смузи с сочными фруктами и ягодами;
- экспериментировать со льдом, сиропами и соками, создавая эффектные и вкусные многослойные коктейли.

Эта форма и размер отлично подойдут для баров и ресторанов, которые ценят стиль и функциональность, а также для домашних вечеринок, когда хочется удивить гостей. И, безусловно, это идеальный выбор для всех, кто не мыслит жизни без щедрых порций наслаждения и удовольствия.

Амбассадор – это не просто бокал. Это пространство для творчества.

www.pasabahce.com/ru



Высушить зелень? Не проблема!



Устранить оставшиеся капли на вымытой зелени или ягодах поможет ручная центрифуга из АВС-пластика от **Gipfel – Cerea**. Это незаменимый помощник при создании салатов или фруктовых миксов. Достаточно поместить в нее вымытую зелень (ягоды и пр.), повернуть несколько раз ручку и влага отлетит под действием центробежных сил. Теперь ингредиенты можно смешивать и заправлять любимым соусом, который равномерно распределится, а не стечет на дно посуды, как это бывает при контакте с мокрыми поверхностями.

www.gipfel.ru

Ложечки бывают разные!

Особенный дизайн чайных ложечек **Lilipop** (производство: Китай) обусловлен в первую очередь используемым материалом. Это закаленное стекло! Ложечки выдерживают как высокую температуру, так и перепад температур (термошок). При этом изделия выглядят воздушными, а с учетом добавления различных оттенков – весьма привлекательными для различных сервировок: на свету ложечки переливаются и преломляют свет в виде цветных «солнечных зайчиков».

www.decoraholic.ru



Элегантность в стекле

Комплект «Иллюзия» от **Magistro** включает четыре элегантных бокала для вина с ярким оттенком используемого стекла, что создает эффект глубины, подчеркивает достоинство и насыщенность выбранного сорта вина. Сужающееся кверху тело бокала дает возможность «дышать» благородному напитку, а длинная ножка не будет передавать излишнее тепло от руки содержимому. Универсальный объем каждого изделия – 540 мл, что позволяет применять бокалы с самыми различными винами.

www.lamoda.ru



Форма – повод для содержания!

Стекланные стаканы для воды и прохладительных напитков серии «Орион» сочетают в себе оригинальность исполнения и благородство. Прозрачные стенки и рельефная текстура изделия позволяет наблюдать за игрой света и тени в напитке, что делает каждый глоток более запоминающимся. Такая посуда сделает любой застольный вечер торжественным и непринужденным.

www.fulfillment.denco.store

Стильный кувшин для стильной кухни

На маркете предлагается необычный светлый кувшин объемом 2 л с алюминиевой крышкой. Изготовленный из закаленного стекла, он обеспечивает долговечность и устойчивость к повреждениям, а также легко очищается в посудомоечной машине. Крышка надежно закрывает кувшин, сохраняя свежесть напитков и предотвращая их проливание. Цилиндрическая форма и необычное дно изделия придают ему современный и элегантный вид, который отлично вписывается в любой интерьер. Он идеально подходит для подачи воды и других напитков, как в домашних условиях, так и на других мероприятиях.

Магазин **GSH STORE**



Время и удовольствие!

Сковорода **AMT-1924S** от **Gastroguss** со стеклянной крышкой диаметром 24 см – это не просто экономия времени при готовке разнообразных блюд, но и наслаждение эстетикой в процессе использования данной посуды. Данная модель объемом 5,5 л выполнена из литого алюминия и подходит для всех видов плит, за исключением индукционных. При создании этой кухонной посуды известного немецкого бренда особое внимание уделялось качеству исполнения и безопасности использования сковородки в домашних условиях.

www.amt-shop.ru



Правильное место для бутылки

Легкий, но весьма прочный и оригинальный держатель для бутылки от **Lizard** будет уместно смотреться при любой сервировке, поскольку обладает индивидуальной самодостаточностью и концентрирует внимание не на себе, а на бутылке с благородным напитком.

www.decoraholic.ru

Изысканность в минимализме

Керамика остается очень востребованным материалом, из которого можно «вылепить» такие произведения. Конструируя это изделие, пакистанские дизайнеры взяли за основу текстуру камня. Неправильная форма тарелки делает это произведение еще интереснее. Простой белый цвет и минималистский стиль придают этой тарелке изысканность и элегантность, не нарушая общий стиль современности.

Магазин **Ganzhou Zhongfeng Tongda Daily Necessities Trading Company**



Менажница для закусок

Китайская компания **Harmonious Living Home** придумывает и воплощает очень много идей для дома. В том числе и всевозможные сервировочные решения. В этот раз приглянулась необычная фарфоровая менажница для подачи закусок.

Магазин **Harmonious Living Home**



Фрукты на столе

Декоративная ваза **Bridget Wong** изготовлена из керамики и выполнена в форме раскрытого банана. Дизайнеры представили ее в двух вариантах цвета: белый матовый и золотой. Используется непосредственно как ваза для цветов или как предмет декора. Добавит пикантности, сочности и оригинальности любому интерьеру.

www.nordiskagalleriet.no/varemerker



Особенный изгиб

Оригинальный дизайн порой имеет довольно важное значение. Швейцарская компания **Moha Moderne Haushaltwaren** основана в 1985 году Бруно Херреном и специализируется на разработке инновационных и качественных кухонных принадлежностей. Кухонные инструменты Moha очень популярны. Среди этих необычных предметов, выделяется ложка с необычным изгибом. Оригинальный изгиб ручки позволяет фиксировать ложечку на стенке чашки, не опуская ее на дно. Это удобно, когда нужно положить тягучий мед или джем в чай или другой напиток. Содержимое из ложки медленно стекает в чашку, наполняя напиток приятным расслабляющим ароматом.

www.posudamart.ru



www.posudainfo.ru



СТЕКЛО, ФАРФОР, КЕРАМИКА, МЕТАЛЛ, ПЛАСТИК И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ

Тематические рейтинги
Обзорные и аналитические статьи
Производители и дистрибьюторы отрасли
Обзор выставок по рынку посуды
Ритейл и маркетинг
Новые дизайнерские решения
Тенденции и тренды

Почтовый адрес редакции: 117218,

2026

E-mail: reklamaposuda@mail.ru
Почтовый адрес редакции: 117218,
Россия, Москва,
ул. Большая Черемушkinsкая, 34

8 (903) 768-12-30

2025
2026



KUKMARA®



ПОСУДА,
КОТОРАЯ
ВДОХНОВЛЯЕТ!



www.kukmara.com