ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ • ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ • О ПРОФЕССИОНАЛАХ

Посуда

2026-5

Новости
Выставки
Событие
Рынок
Маркетинг



Elros
новая коллекция
Соланж

АО ЛЫСЬВЕНСКИЙ ЗАВОД
ЭМАЛИРОВАННОЙ ПОСУДЫ
промышленная группа ЛИНРОС

lpec.ru

borcam

by Paşabahçe

Вдохновлены
готовить?

Borcam
всегда рядом!



pasabahce.com/ru
/pasabahcerussia

ŞİŞECAM

Содержание

ОТ ПРОФЕССИОНАЛОВ ● ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ ● О ПРОФЕССИОНАЛАХ

Посуда

2026-5

Обложка предоставлена компанией ЛИНРОГ

8 Слово редактора

Событие

12 Встреча профессионалов
Дискуссии, перспективы и эмоции



14 Новости

Выставки

50 Список выставок

52 HOUSEHOLD EXPO – 37!



57 Ритейлеры выбрали лучшие новинки на HouseHold Expo 2026



58 РАЗВОРОТ НА ВОСТОК:
Как изменилась экономика рисков и правила игры в торговле с Китаем



60 Главные тренды ZUCHEX 2026



Кристал БОГЕМИЯ Рус

CRYSTAL BOHEMIA

ООО «Кристал Богемия Рус»
ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН 8 800 755 10 12
ТЕЛЕФОН ОФИСА 8 495 380 34 22
E-MAIL: e-shops@crystal-bohemia.ru

Интернет магазин

Рынок

64 Вам посылка из Китая

КИТАЙСКАЯ ФАБРИКА ➲ КИТАЙСКИЙ СКЛАД ➲
➲ КИТАЙСКАЯ ТАМОЖНЯ ➲
➲ РОССИЙСКАЯ ТАМОЖНЯ ➲
➲ РОССИЙСКИЙ СОРТИРОВОЧНЫЙ ЦЕНТР ➲
➲ СКЛАДСКОЕ ПОМЕЩЕНИЕ ПОЛУЧАТЕЛЯ

66 Ритейл или интернет-торговля?
Преимущества той или иной формы



Маркетинг

68 Перезагрузка: кухня и экология



72 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





УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Вместе с вами наблюдаем, обсуждаем проблемы и перспективы развития, узнаем новости.

Несмотря на сложность и тревожность текущего момента, рынок существует и развивается в той ситуации, которую ему предлагает жизнь!

Только компании выстроили логистику доставок, приспособились к колебанию рубля, к постоянно прибавляющимся вводным по отчетности, производству, к новому регламенту продаж, как грохнули взрывы на WB. Многие компании понесли значительные убытки, которые невозможно было предугадать.

В этом номере мы сделали акцент на обзор выставок и новостей, так как вопреки всем проблемам рынок продолжает пополняться новинками отечественного производства и изделиями зарубежных компаний.

Так, ПК «Ломоносовская керамика» выпустила новую форму плоской тарелки с бортиком, а Гусевской хрустальный завод представил новую коллекцию хрустальных бокалов «Грановитая». ООО «Балезинский ЛМЗ» объявило о запуске продаж новой линейки хлебопекарных форм с антипригарным покрытием, а «Псковский гончар» выпустил новую форму миски «Каприз». ООО «Эмаль» выпустило набор посуды с деколью «Маки и незабудки», а стеклозавод NEMAN запустил печь для цветного хрусталя.

Дизайнеры турецкого бренда Pasabahce создали линейку посуды под названием RAIN, а ОСЗ предлагает новые коллекции стаканов «Пальма», «Алмонд», «Ривьера», «Кипарис», «Лагуна» разных объемов.

Несмотря на сложность момента, наши прилавки пополняются зарубежной продукцией. Параллельный импорт работает. Конечно, цены кусаются, но поклонники определенного товара не изменяют своим привычкам.

Компания TalleR представила набор кухонных ножей «Блэквуд». Finedesigngroup расширила линейку чугунной посуды «Шеффилд» от бренда Liberty Jones. «Анна Лафарг» расширила серию посуды Veirid под собственной торговой маркой. ТМ Esprado пополнила ассортимент емкостей для хранения сыпучих продуктов под названием «Грана». ТМ Metrot выпустила серию эмалированной посуды с деколью «Лотос». В ассортименте компании «Бибихаус» появились новые предметы из коллекции Vieux Luxembourg от Villeroy & Boch (Германия).

Извините, кого я не упомянула! К сожалению, ограничение рамки типового листа не дает возможности рассказать обо всех компаниях. Тем важнее прочитать внимательно весь журнал, и, надеюсь, вам будет интересно!

Главный редактор журнала «Посуда» Т. В. Ковшова

Редакция

Главный редактор: Татьяна Ковшова.
Выпускающий редактор:
Алексей Трембицкий.
Копирайтер: Евгения Максимова.
Работа с сайтом: Евгения Максимова.
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: А. Асеев.

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

www.posudainfo.ru



Читайте в следующем номере*:

Рынок посуды. Ситуация

Агашкины будни

Маркетологу на заметку

Что с розницей

*Возможны изменения.

На правах рекламы



ОСЗ
ОПЫТНЫЙ СТЕКОЛЬНЫЙ ЗАВОД ГУСЬ-ХРУСТАЛЬНЫЙ
КОЛЛЕКЦИЯ «МАГИЯ»
www.osz-glass.xu

«Шеффилд»: новый цвет-бестселлер

Чугунная посуда уже давно не просто скучная утварь для кухни. Сегодня это выбор тех, кто любит готовить с удовольствием и ценит надежность. Коллекция «Шеффилд» от Liberty Jones — отличный тому пример. Она тяжелая и основательная, но при этом выглядит очень современно. Секрет в тройном слое эмали, который на 70% защищает ее от износа и царапин.

Главная новинка сезона — благородный зеленый оттенок. Это не яркий салатовый, а глубокий и спокойный, как лесная хвоя, цвет. Он освежает кухню, добавляет ей уюта и при этом не перетягивает все внимание на себя. В такой посуде хочется готовить овощи, густые рагу и просто любоваться тем, как красиво она смотрится на плите. «Шеффилд» в зеленом — про красивую посуду, которой хочется пользоваться каждый день.



«Венское утро»: геометрия тепла и вкуса

Если «Шеффилд» — про основательность, то коллекция «Венское утро» — про легкость и вдохновение для ежедневной выпечки. Формы изготовлены из прочной стали с безопасным керамическим покрытием. Оно не содержит вредных веществ, а главное — к нему ничего не пригорает.







Но главное в этих формах — внешний вид. Благородный цвет и аккуратные формы, от классического прямоугольного противня до круглой формы для хлеба, превращают обычное утро в маленький праздник. Тесто в них отлично поднимается, бортики держат форму, а готовый пирог или хлеб получается румяным и аппетитным. «Венское утро» — для тех, кто любит, когда даже простой домашний десерт выглядит как из красивой кондитерской.

Компания FineDesignGroup — производитель товаров для дома и эксклюзивный дистрибьютор Liberty Jones в России.

+7 (495) 540-48-60 / для регионов 8 (800) 550-72-98 / www.finedesigngroup.ru

Встреча профессионалов
Дискуссии, перспективы и эмоции

Осень в этом году богата интересными профессиональными событиями.

Одним из них является конференция, прошедшая 7 сентября 2026 года в Москве в комплексе «Измайлово». Организаторы мероприятия – АО «ЛЗЭП» и промышленная группа «Линрог», которые объединили представителей и крупных игроков рынка эмалированной и металлической посуды, а также блогеров и представителей профильных СМИ. В программе выступлений присутствовали темы, посвященные достижениям отечественных производителей кухонной посуды, в первую очередь Лысьвенского завода, а также перспективам дальнейшего развития участников, анализу сложившейся ситуации, повышению эффективности производителей посуды и способам расширения покупательской аудитории посудного сегмента. Конференция «Вызовы потребительского рынка 2026» была косвенно приурочена к 37-й Международной выставке HouseHold Expo.



Конференцию открыла принимающая сторона в лице **генерального директора и владельца ПК «Линрог» Андрея Васильевича Тунева**. В своем докладе он поприветствовал участников конференции и, учитывая значимость занимаемой доли рынка, отметил перспективность расширения производственных площадей, в частности выход завода на новую площадку, и инвестиции, направленные на развитие производства собственных эмалей, в размере более 40 млн. руб.

Директор АО «ЛЗЭП» Антон Александрович Щигарев подчеркнул важность проведенной «перезагрузки» марки Elros. Также в числе достижений коллектива завода был отмечен выпуск эмалевого покрытия «Сливочное масло». Данное покрытие активизировало покупательское внимание и способствовало стимулированию так называемой стихийной покупки. Кроме того, по словам А. А. Щигарева, технологическим прорывом в деятельности компании стал новый подход к свариванию ободка посуды, что повысило качество шва и увеличило его коррозионную стойкость. Далее, благодаря разработанному принципу «одного окна» существенно облегчилось общение с партнерами (произошла консолидация отгрузки за счет объединения мелких заказов в один крупный; при этом экономятся расходы на транспорт; кроме того, минимизировано количество контактов, то есть один менеджер – один контракт). В сопроводительной документации к товару стали указывать достижения компании и полученные награды.







Отдельным пунктом доклада коммерческого директора стало освещение ситуации с пробным введением в сентябре 2026 года маркировки «Честный знак». При этом влияние нововведения на производственный процесс не выявлено, доля брака, а также сбои и различные отказы не обнаружены. Маркировка, по словам докладчика, безусловно, приведет к увеличению себестоимости, но при этом повысится уважение к марке, то есть из товарооборота будут исключены изделия, создаваемые недобросовестными производителями и нередко выдаваемые за продукцию Лысьвенского завода. Учитывая широкую географию распространения посуды (на Пермский край уходит только 10 % от всего производимого объема, остальное – регионы России и другие государства), данная мера повысит привлекательность выпускаемой посуды и будет способствовать покупательскому доверию, что в итоге позволит выйти на новый уровень продаж. В связи с переносом пробного периода введения данной маркировки до февраля 2027 года, полную картину введения «Честного знака» нужно оценить позже.

Коммерческий директор АО «ЛЗЭП» Татьяна Александровна Янкевич перечислила факторы, повлиявшие на рыночную ситуацию в 2025 году и первой половине 2026 года, среди которых были выделены: снижение покупательской способности, жесткая конкуренция, колебания валютного курса и изобилие китайской продукции. В числе конкурентных преимуществ АО «ЛЗЭП» были отмечены безопасность, гигиеничность, универсальность, экологичность, привлекательный дизайн, долговечность и пр. Позитивным сдвигом на пути расширения ассортиментной матрицы стало увеличение числа форм (с 63 до 120 за последний период) и выпуск минимальных партий изделий самых разнообразных оттенков. Значительное внимание в своем выступлении Татьяна Александровна уделила вопросам формирования ассортиментной матрицы в настоящий период.

Начальник отдела внутренних продаж АО «ЛЗЭП» Ксения Валерьевна Сначёва достаточно ярко обрисовала сотрудничество с маркетплейсами и ситуацию с так называемой рекомендованной розничной ценой (РРЦ). Последнее является темой глубоких дискуссий, поскольку имеет как привлекательные стороны, так и способные негативно влиять на продвижение продукции. Исходя из проведенного анализа, очевидно, что основным конкурентом по объемам выпуска и продаж эмалированной посуды является завод «СтальЭмаль». Объемы продаж посуды АО «ЛЗЭП» на OZON несколько ниже, чем на Wildberries. Пики уровня спроса в маркетплейсах и в традиционной рознице не совпадают (высокий сезон в канале продаж не одинаков по глубине и длительности). Продавцы «Лысьвенских эмалей» на маркетплейсах демонстрируют разные доли, среди них: ИП Горонович Н. А., ООО «Уральская корона», ООО «Разумный выбор» и др.

О вариантах печати деколей для эмалированной посуды подробно рассказала **Ольга Михайловна Квасова, начальник отдела продаж ООО «Карусель»** (плотно сотрудничает с Лысьвенским заводом). В своем докладе, посвященном инновациям в деколировании, Ольга Михайловна заострила внимание на принципиальном отличии декоров, исходя из способа их нанесения: в муфельных печах либо холодным способом. Варианты следует рассматривать в зависимости от вида и назначения выпускаемой посуды.

Выступление **менеджера по работе с ключевыми клиентами ПАО «Северсталь» Александра Игоревича Соболева** подтвердило актуальность выбора производителя стали, используемой для выпуска посудных изделий. Опираясь на многолетний опыт, достижения, налаженные схемы работы с клиентами, докладчик подтвердил, что предприятие «Северсталь» является фундаментальной базой для Лысьвенского завода, благодаря эмалям которого появляется высококачественная конкурентоспособная кухонная посуда. Совместная деятельность двух гигантов обеспечивает стабильный выпуск и актуальное предложение в долгосрочном периоде.

Редактор портала Posudka.ru Константин Перегудов в своем докладе оценил и проанализировал функциональные особенности и потребительские предпочтения покупателей посуды из эмалированной стали. При этом сравнение проводилось по различным категориям посуды (кастрюли, миски, чайники и пр.) на основе результатов испытания и отзывов конечных потребителей.

Емким и ярким можно назвать доклад **генерального директора Seller.ru Николая Андреевича Гороновича**, чьи усилия помогли значительно расширить поток продвижения продукции Лысьвенского завода на маркетплейсах. Лейтмотивом профессиональной деятельности Н. А. Гороновича можно взять часть из его выступления: «Мы продаем эмоции!».

Конференция проходила в ярком эмоциональном ключе, с дискуссиями, затрагивающими важные, волнующие вопросы рынка.











Серия Rain

Paşabahçe LIVE BEAUTIFUL

Для любых напитков

Дождь – это символ обновления, нежности и надежды, это чистота и поэзия, это бесконечное течение времени и хрупкость бытия.

Вдохновившись ритмом дождя и модным изящным узором в форме капли, дизайнеры компании Pasabahce создали линейку посуды под названием RAIN. В этой коллекции представлена кружка с удобной конструкцией и оптимальным объемом, которая станет уместным дополнением как для торжественных, так и для обыденных ситуаций.

Обладая идеальной емкостью для кофе, травяного чая и других напитков, кружка из серии Rain Series появилась в продаже уже этим летом.

Идеально для обмена вкусами: Rain Bowls

Кроме того, упомянутую линейку можно расширить, добавив новые салатники для сервировки в двух размерах.

Благодаря оригинальному современному дизайну и вместительности, изделия этой коллекции привнесут в любую подачу блюд стиль и удобство.

Новые чаши Rain уже поступили в продажу. Они отлично подходят для подачи закусок, салатов, соусов, свежих фруктов или легких блюд.

www.pasabahce.com/ru



Новинка от «Ломоносовской керамики»

Производственная компания «Ломоносовская керамика» выпустила новую форму плоской тарелки с бортиком. Изделие выполнено из высококачественной керамики. Идеально гладкая поверхность и теплый оттенок придают изделию выразительный современный вид. Посуда подходит для мытья в посудомоечной машине. Производство – Россия.

www.naturpan.ru



Аксессуары для кухни от ТМ «Мечта»

Торговая марка «Мечта» представила новинку в ассортименте аксессуаров для кухни. Это набор кухонных принадлежностей из десяти предметов. Изделия изготовлены из натурального дерева и термостойкого силикона, подставка – из легкого пластика. Производство – Китай.

www.posuda-mechta.com



Новинка от Гусевского хрустального завода

Гусевской хрустальный завод представил новую коллекцию хрустальных бокалов **«Грановитая»**. Автор коллекции – Наталья Любимова. Благодаря сложной огранке хрусталь эффектно преломляет свет, раскрывая объем лавандового оттенка.

www.goose-crystal.ru





RONA «Трибьют Коллекшн» в «Комплекс-Баре»

В ассортименте компании «Комплекс-Бар» представлена новая серия словацкого бренда RONA. «Трибьют Коллекшн» создана в сотрудничестве с Эриком Лоринцем, основателем лондонского бара Kwant Mayfair и победителем конкурса Diageo World Class Bartender. В основе коллекции – сочетание традиций и современного подхода: лаконичные формы, продуманные пропорции и внимание к тому, как бокал раскрывает характер напитка. В «Комплекс-Бар» представлены бокалы: коктейльный – 90 мл; для бренди – 285 мл; для вина – 340 мл.

www.complexbar.ru





Пополнение от ТМ Appetite

Компания **«Пилот МС»** представила новую коллекцию антипригарной посуды **«Шервуд»** торговой марки Appetite. В серию вошли кованые сковороды с крышками в размерах 20, 24, 26 и 28 см, а также ковш с крышкой объемом 1,4 л. Ключевой особенностью изделий стала эргономичная бакелитовая ручка с эффектом soft-touch и древесным орнаментом. Плоская стеклянная крышка оснащена силиконовым ободком и паровыпуском. Посуда подходит для всех типов плит, включая индукционные.

Кроме того, компания пополнила ассортимент посуды ТМ Appetite серией **Tokio**. В нее вошли сковороды и сотейники, выполненные из кованого алюминия с многослойным антипригарным покрытием. Серия подходит для всех типов плит, включая индукционные. Эргономичные ненагревающиеся ручки делают посуду удобной для домашнего использования.

www.pilotms.ru

TRY PLY с антипригарным покрытием от ТМ DeNASTIA

Торговая марка DeNASTIA (Новосибирск) представила коллекцию посуды из нержавеющей стали TRY PLY HIBRYD CONSTRUCTION. Изделия оснащены рельефным антипригарным покрытием с ячеистой структурой на дне и вертикальным рисунком на стенках. Такая поверхность повышает устойчивость к механическим воздействиям и допускает использование лопаток из любых материалов, включая металлические. Посуда подходит для всех типов плит, в том числе индукционных.

www.denastia.com





Schott Zwiesel представил коллекцию Blossom

Немецкий бренд Schott Zwiesel представил новую коллекцию барной посуды Blossom. Бокалы выполнены из фирменного хрустального стекла Tritan®, которое отличается прозрачностью, устойчивостью к появлению царапин и позволяет мыть изделия в посудомоечной машине. Особенность модели – декоративный цветочный мотив, придающий форме выразительный вид.

www.zwiesel-glas.com



Новинки от компании «Коралл»

Компания «Коралл» пополнила ассортимент новой коллекцией фарфоровой посуды с деколью **«Зимний сад»**. В составе коллекции тарелки и салатники разных размеров, чайные пары и кружки объемом 400 мл. Кроме того, компания представила набор круглых контейнеров из фарфора. Изделия оснащены герметичной пластиковой крышкой. Объем контейнеров – 460, 780 и 1280 мл. Доступно 3 варианта цвета.

www.korall.ru



KUKMARA усиливает коллекцию «Гранит»: теперь в ней еще больше возможностей для идеальной готовки и проверенная надежность благодаря прочному 5-слойному антипригарному покрытию!



В линейке появились:

- **вместительные кастрюли (6,5 и 8,5 л)** – отличный выбор для семейных обедов и заготовок.
- **сотейники в четырех размерах (от 260 до 320мм)** – превосходный инструмент для любых задач: от медленного томления до активного тушения, при этом все ингредиенты остаются в одной емкости.
- **глубокие сковороды диаметром от 180 до 280 мм** – настоящая находка для любой кухни: со съемной ручкой, стеклянной крышкой и увеличенной рабочей поверхностью они одинаково хорошо подходят для жарки, тушения и запекания.

Усиленное антипригарное покрытие коллекции «Гранит» рассчитано на интенсивное использование (14 000 циклов приготовления): оно устойчиво к царапинам и надолго сохраняет свои антипригарные свойства.

www.kukmara.com

Расширение коллекции Fleur от Villeroy & Boch

Villeroy & Boch дополнила коллекцию Fleur новыми предметами – заварочным чайником, молочником, масленкой и подставкой для яиц. Все изделия выполнены из премиального фарфора, могут быть использованы в СВЧ и посудомоечной машине.

www.v-b.ru





Керамические формы от Apollo

Торговая марка Apollo пополнила ассортимент керамическими формами для запекания **«Альфорно»**. Вместительный формат удобен для приготовления основных блюд, рассчитанных на несколько человек. Высокие бортики позволяют готовить многослойные блюда, а также блюда с соусом, сырной заливкой или сочной начинкой. Можно мыть в посудомоечной машине.

www.apollogenio.ru

Набор ножей «Блэквуд» от TalleR



Компания TalleR представила новинку ассортимента – набор кухонных ножей TR-98068 «Блэквуд». Набор состоит из поварского ножа с лезвием 20 см, универсального ножа 12,5 см и ножа для чистки 9 см. Лезвия изготовлены из нержавеющей стали марки 420S45, устойчивой к затуплению и коррозии, а оксидное покрытие дополнительно защищает металл и придает изделиям выразительный внешний вид. Рукоятки выполнены из древесины венге с декоративным тиснением, что обеспечивает надежный хват и эстетичный дизайн.

www.taller.ru





Стильный Monochrome от Rosenthal

Немецкий фарфоровый бренд Rosenthal запустил новую коллекцию Home Monochrome, выполненную в минималистичном дизайне и предназначенную для сервировки стола и оформления интерьера.

В серию входят предметы из фарфора в монохромной палитре: кружки с ручкой и крышкой, квадратные плоские блюдца диаметром 12 см, чаши различных размеров, вазы и банки с крышкой, а также набор из четырех подставок под бокалы. Коллекция позволяет комбинировать ее элементы между собой и интегрировать в современные интерьеры.

www.rosenthal.de

ОСЗ отмечен наградой Правительства Владимирской области



Опытный Стекольный Завод удостоен почетного звания за выдающиеся заслуги в экономическом и социальном развитии региона по итогам работы за 2025 год. Свидетельства о занесении на региональную **«Галерею Славы»** вручались 10 сентября в Правительстве Владимирской области.

Предприятие было отмечено за стабильно высокие производственные показатели и активное участие в жизни области.

Генеральный директор завода **Сергей Пенечко** поблагодарил коллектив:

«Это признание – результат ежедневного кропотливого труда каждого из вас. Благодарю всю команду за профессионализм, преданность делу и за то, что остаетесь с нами!»

www.osz-glass.ru



Мини-щипцы для вафель

Бренд кухонных аксессуаров Tovolo представил **Mini Waffle Tongs** – компактные щипцы для извлечения вафель из электровафельницы. Скошенный силиконовый край легко подхватывает готовое изделие, а специальный крючок фиксирует его между ячейками. Щипцы изготовлены из нержавеющей стали и силикона, оснащены кольцевым фиксатором для хранения в закрытом виде и подходят для мытья в посудомоечной машине. Длина модели составляет около 21 см. Компактный формат делает аксессуар удобным для небольших кухонь и детских рук.

www.tovolo.com

Современные акценты для кухни от Sambonet





Итальянский бренд Sambonet выпустил модульный набор посуды **Chromatica Cookware**. Сет из 12 предметов включает сковороды, сотейники, кастрюлю и одну съемную ручку. В комплекте также четыре стеклянные крышки. Посуда выполнена из алюминия с керамическим антипригарным покрытием. Дополняет коллекцию набор кухонных инструментов, выполненных в цветовой палитре сета: Terracotta, Forest Green, Sugar Paper и других оттенках.

www.sambonet.com



«Зимние забавы» от «Полимербыт»

Российский производитель изделий из пластика, компания «Полимербыт» представила коллекцию посуды «Зимние забавы». Регулярные формы бренда выполнены в синих тонах и украшены ярким принтом. Изделия изготовлены из полипропилена.

www.polimerbyt.ru

Лаконичные силуэты от Nude Glass и Tom Dixon



Британский дизайнер Том Диксон и турецкий бренд Nude Glass выпустили коллекцию бокалов **Splash**. Серия посвящена ритуалу употребления напитков и объединяет лаконичные силуэты с выразительной деталью: волнистым узором у основания ножки. Орнамент напоминает круги на воде, возникающие от дождевой капли или последней капли вина. По замыслу дизайнера, этот мотив также отражает процесс выдувания стекла и превращение расплавленного материала в скульптурную форму. При этом бокалы сохраняют тонкий, изящный профиль и рассчитаны на повседневную сервировку и особые случаи.

www.nude-glass.press.camronglobal.com



«Зимняя» коллекция фарфора от Nouvelle Home



Компания **ENS-Group** представила новую коллекцию посуды **«Север»**. Посуда выполнена из прочного фарфора, который выдерживает интенсивную эксплуатацию, сохраняя эстетичный внешний вид. Традиционная красно-зеленая цветовая гамма создает праздничное настроение в сервировке стола.

www.ens-group.com



Le Creuset в честь 60-летия Star Trek

Французский бренд Le Creuset совместно с **Paramount Products & Experiences** выпустили лимитированную коллекцию посуды и аксессуаров, посвященную 60-летию франшизы Star Trek. В линейку вошли чугунная кастрюля Enterprise с золотой ручкой в форме эмблемы Звездного флота, жаровня Klingon с символикой клингонов и керамическая форма Galileo Shuttlecraft. Ассортимент дополнили мини-кокотницы в виде персонажей, кружка Spock, подставка для ложки Live Long & Prosper, прихватка и терка Communi-Grater, стилизованная под коммуникатор.

www.lecreuset.fr



Новинки чугунной посуды от Liberty Jones

Компания **Finedesigngroup** расширила линейку чугунной посуды **«Шеффилд»** от бренда Liberty Jones. В линейке появились новые формы и новые оттенки эмали. Посуда выполнена по стандартам, которые применяют ведущие европейские производители чугунной посуды. Тройной слой эмали на 70% увеличивает износостойкость покрытия по сравнению с двухслойными аналогами.

www.finedesigngroup.ru

Столовые приборы Narin в компании RestoWare

Компания RestoWare сообщила о поступлении коллекций столовых приборов от турецкого производителя Narin. Изделия изготовлены из нержавеющей стали 18/10 и представлены в различных вариантах декоративного оформления: состаренное покрытие, матовое покрытие с 24К золотом и другие.

www.restoware.ru



Коллекция «Бургунди» в «Гала-Центре»



Компания «Гала-Центр» представила новую концептуальную коллекцию «Бургунди» – ассортимент товаров для дома, объединенный акцентным бордовым цветом. Коллекция включает посуду, текстиль, декор и хозяйственные принадлежности.

www.galacentre.ru

VITEK запускает новую категорию – «Посуда для приготовления»



Торговая марка VITEK расширяет кухонную экосистему и представляет новую категорию – «Посуда для приготовления». Посуда изготовлена из нержавеющей стали и оснащена тройным капсульным дном. В стартовое предложение вошли наборы кастрюль различных конфигураций и чайники – все необходимое для ежедневного использования. В ближайшее время в продаже появятся сковороды с антипригарным покрытием, ножи и другие предметы кухонной утвари. Новинки уже доступны для заказа на маркетплейсах и в магазинах партнеров.

www.merlion.com/plm

Три штопора официанта от Vacu Vin



В ассортименте винных аксессуаров Vacu Vin появились новинки – штопоры официанта. Каждая модель объединяет три инструмента: штопор, нож для срезания фольги и открывалку для бутылок. Главное преимущество серии – запатентованный двухступенчатый механизм Push. Он помогает извлекать даже длинные пробки строго вертикально, с минимальными усилиями и меньшим риском сломать их. Прочная спираль с антипригарным покрытием легко входит в пробку, обеспечивая плавное и аккуратное открывание.

www.vacuvin.ru





Цветные акценты от Sabre Paris

Французский бренд Sabre Paris специализируется на выпуске столовых приборов и кухонных аксессуаров с узнаваемым дизайном. Их уникальная особенность – цветная рукоять, которая привлекает внимание не только приятной палитрой, но и разнообразием форм. Рукоятки выполнены из цветной акриловой массы, что повышает их стойкость к выцветанию и царапинам.

www.sabre-paris.com

Коллекция наплитной посуды Veirid от Anna Lafarg



В ассортименте компании «Анна Лафарг» появилась новая серия посуды **Veirid** собственной торговой марки Anna Lafarg. Посуда изготовлена из кованого алюминия с двухслойным антипригарным покрытием Pfluon. Производство – Китай. В составе коллекции – кастрюли, ковш и сковороды.

www.annalafarg.ru

Новые емкости для хранения от Esprado



Торговая марка Esprado пополнила ассортимент коллекцией емкостей для хранения сыпучих продуктов **«Грана»**. В коллекции представлено три объема: 500, 700 и 900 мл. Емкости выполнены из боросиликатного стекла, снаружи стекло дополнено матовым черным покрытием. Изделия оснащены бамбуковыми крышками с силиконовым уплотнителем.



УЛУЧШЕННОЕ ПОКРЫТИЕ PFLUON SILIMAX НА ФОРМАХ ESPRADO

Также компания представила формы для запекания **«Тарта»** с новым покрытием Pfluon Silimax. Формы выполнены из углеродистой стали. Улучшенная формула двухслойного покрытия с силиконом обеспечивает легкое отделение готовых блюд от поверхности, помогает сократить использование масла и упрощает уход за формой после приготовления.

www.esprado.ru

Стационарный блендер от «Аксион»



Концерн «Аксион» расширил линейку бытовой техники новым стационарным блендером. Модель рассчитана на приготовление смузи, коктейлей, соусов, крем-супов и других блюд, требующих быстрого и равномерного измельчения продуктов. Высокая мощность и продуманная конструкция позволяют устройству работать не только с мягкими ингредиентами, но и с твердыми продуктами, включая лед. В линейке – модели с чашами объемом 1,5 л, 1,8 л и 2,0 л.

www.axion-tnp.ru



Посуда Metrot с деколью «Лотос»

Торговая марка Metrot выпустила новую серию эмалированной посуды с деколью «Лотос». Изделия имеют трехслойное эмалевое покрытие, оснащены крышками из жаропрочного стекла. В серии представлены кастрюли (2.2 л, 3.1 л, 5.4 л), миски (1.1 л, 1.7 л, 2.4 л) и набор кастрюль (2.2 л, 3.1 л, 5.4 л).

www.metrot.ru

«Псковский гончар» выпустил миску «Каприз»



«Псковский гончар» выпустил новую форму миски «Каприз». Нестандартная порционная миска объемом 0,3 л подходит для подачи холодных и горячих супов, салатов и многого другого. Также в ней можно готовить запеканки и небольшие десерты прямо в духовке или микроволновке. Тарелка изготовлена из жаропрочной керамики. Изделия расписаны вручную.

www.goncharpsk.ru



Sambonet возрождает коллекцию San Marc к 170-летию бренда

К 170-летию Sambonet возвращает в ассортимент одну из ключевых моделей своего дизайна – коллекцию столовых приборов San Marc. В ее основе лежит исторический проект 1948 года: компания сохранила оригинальные формы, что позволило бережно воспроизвести узнаваемый силуэт. Лаконичная пластика, плавные линии и сдержанная элегантность делают San Marc актуальной и для классической, и для современной сервировки. Переиздание подчеркивает связь итальянской марки с собственным наследием и ее стремление сохранять знаковые образцы промышленного дизайна.

www.tablewareinternational.com

Кофеварка Bialetti для индукции

Торговая марка Bialetti выпустила гейзерную кофеварку **Moka Express Exclusive Induction Silver**. Модель выполнена в ретростиле, в сдержанной серебристой расцветке с пористой бархатистой текстурой внешнего покрытия. Новинка подходит для использования на индукционных плитах. Приблизительный объем готового кофе: 3 чашки – 130 мл, 6 чашек – 270 мл.

www.bialetti.ru





«Винтажная» модель сковороды VARI

Компания VARI выпустила новую модель сковороды «Винтаж». Новинка изготовлена из литого алюминия, оснащена антипригарным покрытием на водной основе и несъемной ручкой «под дерево». Толщина дна корпуса – 3,5 мм, стенок – 2,2 мм, что исключают деформацию даже при длительном использовании. Подходит для всех типов плит, кроме индукционной.

www.shop.vari.ru

Новинка от Homver: контейнер-кружка с декором



Компания «Хомвер» представила новый контейнер-кружку объемом 0,75 л. Новинка сочетает удобство хранения еды и возможность переноски готовых блюд. Можно использовать для разогревания блюд в СВЧ-печи. Рисунок нанесен методом IML (In-Mould Label): декоративный слой вплавляется в корпус на этапе литья, благодаря чему изображение устойчиво к истиранию и выцветанию, сохраняет вид при регулярном мытье.

www.homver.ru

Groupe SEB рассчитывает на €200 млн ежегодной экономии

Groupe SEB (Tefal, WMF, Lagostina, Moulinex, Rowenta и др.) рассчитывает к концу 2027 года выйти на €200 млн ежегодной повторяющейся экономии в рамках программы Rebound. План предусматривает оптимизацию ассортимента, закупок, производственных и административных затрат. После реализации мер компания рассчитывает на постоянное снижение расходов до €200 млн в год.

15 сентября совет директоров Groupe SEB назначил новым генеральным директором Лоика Мутальо, ранее глобального президента Mars Petcare. Он вступит в должность 1 октября 2026 года, сменив Станисласа де Грамона.

www.groupeseb.com





Новинки от Gipfel

В ассортименте ТМ Gipfel появился набор кухонных инструментов **Savia**, изготовленных из натурального дерева акации. Набор включает основные инструменты для приготовления и подачи блюд. Практичная подставка позволяет хранить все вместе и поддерживать порядок на кухне. Изделия требуют бережного ухода, включая периодическую обработку маслом.

СЕРИЯ СКОВОРОД VINTAGE ОТ GIPFEL

Также среди новинок бренда – коллекция сковород **Vintage**. Изделия выполнены из нержавеющей стали, оснащены стальной крышкой. Фактурный металлический корпус с эффектом состаренного изделия и глянцевой внутренней поверхностью дополнен элегантной ручкой с медным приглушенным оттенком. Толщина стенок и дна – 2,5 мм. Можно использовать на всех типах плит. Не рекомендуется мыть в посудомоечной машине.

www.gipfel.ru



Хлебопекарные формы с антипригарным покрытием

ООО «Балезинский ЛМЗ» объявил о запуске продаж новой линейки хлебопекарных форм с антипригарным покрытием. Новинка разработана с учетом современных требований – изготавливается из алюминиевого сплава АК5М2п ГОСТ 1583-93 и оснащена многослойным антипригарным покрытием.

www.balzavod.ru

В форме «Жемчужной раковины»

Компания **«Силико»** выпустила новую силиконовую форму «Жемчужная раковина». Новинка предназначена для изготовления десертов, шоколада, муссовых изделий и выпечки с выразительным рельефом морской раковины. Форма выполнена из платинового пищевого силикона и имеет две ячейки размером 140 × 135 мм.

www.silico.ru





Коллекция Vieux Luxembourg от Villeroy & Boch в компании «Бибихаус»

В ассортимент компании «Бибихаус» поступили новые предметы из коллекции Vieux Luxembourg от Villeroy & Boch (Германия). Посуда изготовлена из высококачественного фарфора премиум-класса, с рельефным декором и изящным растительным рисунком. Изделия можно мыть в посудомоечной машине и использовать в микроволновой печи.

www.new.bibihouse.ru

«Луара» – фарфоровая новинка от Liberty Jones

Торговая марка Liberty Jones пополнилась новой коллекцией фарфоровой посуды «Луара». Изделия имеют выразительный рельеф и мягко очерченные волнистые края. Благодаря интересной форме, фарфор выглядит объемно и нарядно даже без дополнительного декора. В коллекции представлены наборы тарелок разных размеров, чайные и кофейные пары, кружки и сервировочное блюдо. Предметы можно собрать в целый сервиз или использовать предметы по отдельности.

www.finedesigngroup.ru



Форма «Аваланш» для приготовления и подачи



В ассортименте компании **«Элан Галерея»** представлено фарфоровое блюдо из серии «Аваланш» со стеклянной крышкой. Изделие объемом 2,5 л выполнено из жаропрочного фарфора с рельефным орнаментом. Подходит для приготовления запеканки, жаркого, выпечки. Крышка не предназначена для использования в духом шкафу.

www.elangal.ru

«Дымов Керамика» выступила партнером ресторанной премии

Компания «Дымов Керамика» выступила партнером международной ресторанной премии **WHERETOEAT** – ежегодной премии, учрежденной в 2013 году ассоциацией российских гастрономических журналистов.

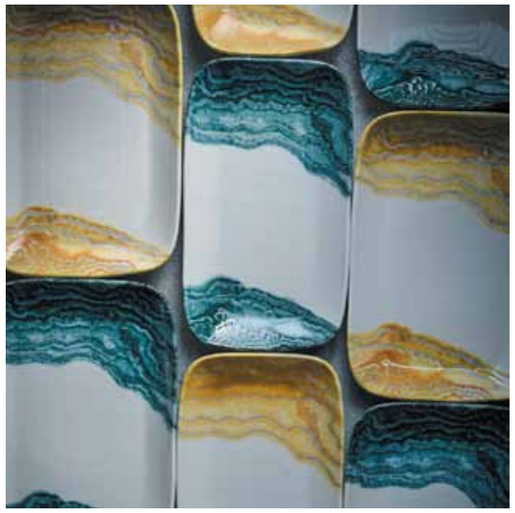
www.dymovceramic.ru

Новые декоры от Churchill

Бренд Churchill представил сезонную коллекцию профессиональной посуды, построенную на сочетании выразительных узоров, тактильных поверхностей и приглушенных оттенков. В линейку вошли серии Elements с органичной текстурой, Tide с плавными текучими формами, а также Fresco Grove и Shoal, дополненные иллюстративным декором. Каждый дизайн обладает самостоятельным характером, но при этом легко комбинируется с другими предметами, помогая создавать индивидуальные сервировки. Изделия выполнены из витрифицированной керамики. Декор наносится по технологии цифровой печати под защитный слой глазури, что повышает его износостойкость в условиях HoReCa.



www.churchill1795.com





5 цветов для «Ярославской сковородки»

Производственная компания «Ярославская сковородка» расширила цветовую гамму компактных наборов посуды. Изделия выполнены из литого алюминия с многослойным антипригарным покрытием. В набор входит 3 сковороды 22, 24, 26 см, универсальная ручка и пластиковые крышки для хранения готовой еды в холодильнике. Теперь изделия доступны в 5 цветах.

www.shop.skovorodka.ru



Сервировочная система Temper Hold сохранит температуру

Турецкий промышленный дизайнер **Батухан Дуран** представил модульную систему сервировки Temper Hold из базальта. Камень с высокой тепловой массой замедляет изменение температуры: горячие блюда дольше остаются теплыми, а холодные – прохладными. Коллекция включает четыре предмета: основную сервировочную поверхность CORE, подставку RISE для акцентной подачи, соусник POUR и подставку для приборов REST.

Изделия изготавливают из базальта методом CNC-обработки. Внешняя поверхность имеет матовую обработку, сохраняющую характерную фактуру камня, а контактирующие с пищей участки выполнены с более гладкой полировкой. Нижнюю часть каждой детали дополняет кожаная накладка, которая защищает поверхность стола и улучшает сцепление при переноске изделий.

www.yankodesign.com



«Маки и незабудки» от компании «Эмаль»

ООО «Эмаль» выпустило набор посуды с деколью «Маки и незабудки». Кастрюли цилиндрической формы покрыты белой эмалью и украшены цветочным рисунком. Крышки синего цвета с белой пластиковой ручкой создают в комплекте гармоничный контраст. В наборе три кастрюли объемом 2,3 и 4 литра.

www.emal-mmk.ru



Активы Metro Cash & Carry перешли под управление «УК Торг РУС»

Указом Президента РФ российские активы Metro Cash & Carry переданы во временное управление «УК Торг РУС», учрежденной действующим гендиректором сети Йоханнесом Марией Толаем. Под управление компании переданы 100 % долей в трех юридических лицах: ООО «Метро Кэш энд Керри», ООО «Метро Вэрхаус Ногинск» и ООО «Ритейл Проперти 5».

«УК Торг Рус» зарегистрирована 8 сентября 2026 года – за 20 дней до публикации указа. Ее уставный капитал составляет 10 000 рублей, адрес совпадает с московской штаб-квартирой Metro. Толай выступает учредителем и гендиректором управляющей компании, одновременно возглавляя российское подразделение ритейлера с марта 2023 года.

В Metro объяснили введение временного управления необходимостью обеспечить безопасность сотрудников, инфраструктуры и непрерывность бизнеса. По заявлению сети, магазины продолжают работать, обязательства перед поставщиками, персоналом и покупателями сохраняются.

Такая структура позволяет сохранить действующий менеджмент и обеспечить более плавный переход корпоративного контроля, считает управляющий партнер O2 Consulting Ольга Сорокина. По ее оценке, временное управление само по себе не свидетельствует о подготовке Metro к продаже. Иностранные владельцы сохраняют формальное право собственности, но утрачивают корпоративный контроль, поясняет управляющий партнер «Поправки бизнеса» Наталья Поправко.

Гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров оценивает российский бизнес Metro в 75–80 млрд рублей с учетом денежных средств и финансовых вложений.

Выручка Metro во II квартале 2026 г. выросла на 1,3 % до 62,1 млрд руб. Компания входит в десятку крупнейших продуктовых ритейлеров России.

www.retailer.ru



NEMAN запустил печь для цветного хрусталя

Стеклозавод «Неман» запустил малогабаритную горшковую печь для варки цветного хрусталя. Объем загрузки составляет 300 кг стекломассы, производительность – около 1,5 т продукции в месяц. Новое оборудование позволяет выпускать небольшие партии цветного стекла, не останавливая основные производственные линии. Это также дает предприятию возможность гибко регулировать объемы выпуска и работать с разными цветами. В ассортимент планируется включить вазы и изделия питьевой группы – стопки, рюмки и бокалы, а также комбинированную продукцию с цветным накладом.

www.neman.by





«Скопинская керамика» освоила технологию красной матовой глазури

Производственная компания «Скопинская керамика» представила изделия, выполненные с применением новой технологии – красной матовой глазури. Насыщенный оттенок и матовая поверхность подчеркивают рельефный декор и традиционные формы керамики, придавая предметам выразительный современный вид. В новом оформлении будут выпускаться посуда и предметы для сервировки: чашки, блюда, миски, чайники, бутылки и декоративные емкости. В ближайшее время изделия с красной матовой глазурью станут доступны для заказа на официальном сайте производителя.

www.vk.ru/skopin.artel

Посуда народных промыслов на ВЭФ-2026





На Восточном экономическом форуме представили выставку **«Народные художественные промыслы – Душа России»**. Экспозиция объединила более 50 изделий от свыше 20 производителей и частных брендов, показав, как традиционные техники и орнаменты находят продолжение в современном дизайне.

Среди экспонатов – хрусталь Гусевского и Дятьковского заводов, жостовские подносы, гжель, хохломская роспись, кубачинское и великоустюгское серебро. Семикаракорская керамика представила авторский набор «Краснокнижные».

Иностранные делегаты проявили интерес к экспозиции. Представители предприятий обсудили с гостями возможности сотрудничества, в том числе экспортные поставки.

www.aksinia.ru



Серия «Соланж» – новинка от Лысьвенского завода эмалированной посуды

Лысьвенский завод эмалированной посуды представил новую серию «Соланж». Посуда выполнена в трендовом цвете «сливочное масло», оснащена металлической фурнитурой (кастрюли). В серию вошли кастрюли разных объемов и чайник.

www.lpec.ru



Атмосфера Апулии в сервировке

Trullo – необычный столовый контейнер, созданный **Фабио Новембре** для **Kartell**. Его силуэт вдохновлен традиционными домиками-трулло из Альберобелло – города в Апулии, известного белеными каменными постройками с характерными коническими крышами. Благодаря выразительной форме предмет выглядит не только функциональным, но и декоративным: он украсит сервировку и поможет красиво подать сладости, фрукты или небольшие закуски. Выпускается из высококачественного пластика в нескольких вариантах отделки.

www.kartell.com



Детские наборы от TM SATE

Компания **«Европартнер»** представила новинки – детские наборы посуды из полипропилена. Наборы представлены в разных вариантах цветов с забавным принтом. В составе набора – десертная тарелка, глубокая тарелка (300 мл) и чашка (250 мл).

www.sateglass-online.ru

В крупных городах сокращается число магазинов товаров для дома

В половине российских городов-миллионников стало меньше магазинов товаров для дома. По данным «Яндекс Карт» на 1 октября 2026 года, за год число магазинов сократилось сильнее всего в Перми – на 14,3 %, Краснодаре – на 9,4 % и Красноярске – на 8,4 %. По России в целом количество точек выросло на 1,5 %, до 15,2 тыс.

Эксперты связывают тенденцию со снижением расходов покупателей, конкуренцией маркетплейсов и падением посещаемости торговых центров. Закрываются преимущественно небольшие несетевые магазины. Крупные сети переносят точки в ТЦ с более высоким трафиком. Дополнительное давление на спрос оказывают дорогая ипотека и рост стоимости ремонта.

По материалам www.kommersant.ru



Компания Nordic Ware отмечает 80-летие

В 2026 году американский производитель посуды Nordic Ware отмечает 80-летие. Компания, основанная в 1946 году, остается семейным предприятием и выпускает большую часть продукции на заводе в Миннеаполисе. К юбилею бренд представил форму **Laurel Wreath Bundt Pan** из литого алюминия. Рельефный рисунок придает выпечке очертания лаврового венка – символа достижений и признания. Модель объемом около 2,4 л получила золотистую внешнюю поверхность и серебристое антипригарное покрытие внутри.

www.nordicware.com

WILMAX предлагает экспертный подбор посуды для дома, офиса, ресторанов и кафе

С учетом интерьера, концепции заведения и функциональных задач мы поможем найти интересные сочетания форм, фактур и оттенков из разных коллекций. Профессиональный взгляд на сервировку позволит открыть новые возможности подачи блюд и создать индивидуальные решения для любого пространства.

WILMAX.RU

ЗАКАЗАТЬ КОНСУЛЬТАЦИЮ ЭКСПЕРТА





Фарфоровая посуда Cameo – новое поступление

Компания **«Русский Проект»** сообщила о поступлении на склад новой партии фарфоровой посуды бренда Cameo в теплом сливочном оттенке. В наличии фигурные блюда и менажницы для сервировки закусок, салатники, чаши, соусники, кокотницы, блюда для запекания и подачи горячих напитков. Благодаря широкому ассортименту и разнообразию форм фарфор Cameo отлично подходит для полноценной праздничной сервировки.

www.rp.ru

Фарфор Pip Studio в сети «Стокманн»

В официальном интернет-магазине сети универмагов «Стокманн» представлена новая коллекция фарфора **Tales Fantasy** от голландского бренда Pip Studio. Изделия бренда отличаются выразительным декором и хорошо сочетаются с белой посудой.

www.stockmann.ru



«Русский костюм» от Дулёвского фарфора





Производственная компания «Дулёвский фарфор» представила эксклюзивный авторский набор «Русский костюм», созданный главным художником завода Валентиной Шириной. Коллекционное издание посвящено национальной культуре и включает 15 предметов из тонкого фарфора с надглазурной росписью и декором 24-каратным золотом. В композицию набора вошли изящный штоф, четыре тарелки с уникальной росписью, шесть стаканов и четыре фарфоровые фигурки девушек в традиционных нарядах.

www.dulevo.ru



Коллекция «Атлантика» от Horecs

Торговая марка Horecs представила новую коллекцию профессионального фарфора «Атлантика». Серия выполнена из толстостенного фарфора – материала, который в сегменте HoReCa ценится за повышенную прочность, устойчивость к сколам и способность выдерживать интенсивную ежедневную эксплуатацию.

Главная деталь коллекции – минималистичный декор с изображением рыбок, который задает сдержанный «морской» визуальный ряд. Лаконичные формы и приглушенная тональность делают «Атлантику» универсальной для ресторанов и кафе, где посуда работает как часть интерьера и атмосферы заведения.

www.horecs.ru

Новая серия посуды от «Стальэмаль»



Ассортимент компании «Стальэмаль» пополнился новой серией посуды с деколью **«Лето на даче»**. Кастрюли цилиндрической формы имеют белоснежный внутренний цвет эмали, оснащены эмалированной крышкой фисташкового цвета. Высокий корпус изготовлен по ГОСТ 24788 из высококачественного стального проката, покрытого двумя слоями жаропрочной эмали. Борта корпуса и крышки защищены нержавеющим ободком.

www.rusposuda.ru



Формы Smart Cuisine Wavy

В ассортименте официального интернет-магазина **Luminarc** появилось глубокое блюдо для запекания Smart Cuisine Wavy диаметром 26 см. Новинка выполнена из белого жаростойкого опалового стекла. Материал отличается высокой механической прочностью и, по заявлению бренда, втрое превосходит обычную керамику по устойчивости к сколам. Благодаря свойствам опалового стекла форма также примерно на 30 % легче сопоставимых изделий из керамики и стекла.

www.shop-luminarc.ru

Новинка от бренда ОСЗ – коллекции стаканов «Пальма», «Алмонд», «Ривьера», «Кипарис», «Лагуна»

Новые линейки стаканов от Опытного Стекольного Завода: «Пальма», «Алмонд», «Ривьера», «Кипарис», «Лагуна» – это трендовые элементы дизайна, воплощенные на хорошо зарекомендовавших себя формах высоких и низких стаканов.

Стаканы «Пальма», «Алмонд», «Ривьера» удобны в использовании и имеют наиболее оптимальные емкости: 230 мл высокий стакан и 250 мл низкий стакан. Коллекции «Кипарис» и «Лагуна» имеют одинаковые емкости: 250 мл высокий и низкий стаканы. Стаканы подходят для подачи сока, воды, лимонада, морса, компота и других напитков.



Сочетая в себе элегантный дизайн и функциональность, стаканы идеально подходят как для ежедневного использования, так и для праздничной сервировки. Стаканы «Пальма», «Алмонд», «Ривьера» доступны как в обычных упаковках, так и в подарочных упаковках по 6 штук.

www.osz-glass.ru



Röndell обновляет ассортимент



Бренд Röndell расширяет представленность коллекций в разных категориях. Среди заметных новинок – стеклянные контейнеры **Savvy**: отдельные емкости объемом 0,37, 0,64, 1,0 и 1,52 л, а также наборы из 3, 4 и 8 контейнеров. Они подходят для хранения, разогрева, запекания и заморозки продуктов. Для приготовления появились ковш объемом 1,2 л и кастрюли на 2,6 и 4,8 л из коллекции **Verter**. А в коллекции **Modesty** представлены блинная сковорода диаметром 24 см и модели диаметром 24, 26 и 28 см. Выбор дополнили наборы столовых приборов Viola, Jessie и Grace и набор посуды Brando.

Разнообразие форматов и дизайнов позволяет сочетать решения между собой и создавать индивидуальный комплект для кухни .

www.rondell.ru

TM VARI со светлым керамическим покрытием



TM VARI представила новую серию посуды **«Фреско Керамика»** со светлым керамическим покрытием. Посуда изготовлена из литого алюминия, оснащена профессиональным покрытием Fusion HR с улучшенными антипригарными свойствами. Идеально гладкая внутренняя глазированная поверхность не окрашивается и не впитывает запахи. Сковороды из этой коллекции выдерживают до 80 000 циклов приготовления. Толщина дна – 3,5 мм. Изделия подходят для индукционных плит.

www.shop.vari.ru

Пошлина на алюминиевую посуду из КНР действует до мая

Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК) продлила действие антидемпинговой пошлины на алюминиевую посуду из Китая до 28 мая 2027 года включительно.

Коллегия ЕЭК приняла решение о продлении меры, первоначальный срок действия которой истекал 24 сентября 2026 года. Основанием для продления стало заявление, поступившее в департамент защиты внутреннего рынка ЕЭК, по итогам рассмотрения которого 29 мая 2026 года было инициировано повторное антидемпинговое расследование.

Согласно нормативной базе Евразийского экономического союза (ЕАЭС), действующая антидемпинговая мера автоматически продлевается на период проведения повторного расследования. Само расследование должно быть завершено в течение 12 месяцев с даты его начала, то есть до мая 2027 года.

Источник: www.tass.ru



Элегантный набор ножей Maury от Nadoba

TM Nadoba представила новую серию ножей Maury. Лезвия изготовлены из нержавеющей стали X30Cr13 твердостью 52–54 HRC, угол заточки составляет 20°. Рукояти выполнены из высокопрочного пластика с покрытием софт-тач. На торце ручек имеются иконки для визуального определения нужного ножа. Серию дополняет лаконичный блок для хранения ножей.

www.nadoba.ru



Röndell развивает направление встраиваемой техники

Торговая марка Röndell продолжает расширять ассортимент встраиваемых решений для кухни, представив новую индукционную варочную поверхность. Выход новой модели становится очередным этапом развития Röndell в категории крупной бытовой техники. Ранее бренд анонсировал расширение ассортимента и выход в сегмент КБТ, опираясь на многолетнюю экспертизу в создании кухонных решений. Техника будет доступна для заказа на маркетплейсах, в «Ситилинке» и в магазинах партнеров.

www.rondell.ru

Керамика «Русские забавы» в сети «Евродом»

В сети универмагов «Евродом» появилась керамическая посуда из серии «Русские забавы», созданная художницей-иллюстратором Соней Уткиной для мануфактуры **«Дымов Керамика»**. В росписи оживают «лубочные» герои, которые подкупают искренностью и наивностью. Изделия, созданные на собственном производстве в Суздале, наполнят дом теплом и атмосферой традиционного русского быта.

www.eurodom.ru





Компания «Коралл» обновила логотип

Компания «Коралл», отметившая 30-летие бренда, обновила логотип. Композиция объединяет лаконичное начертание названия и выразительный графический знак. Указание года в логотипе подчеркивает историю компании.

www.korall.ru

Инновация Beka: посуда из нержавеющей стали с силиконовым основанием

Бельгийский бренд Beka Cookware выводит на рынок коллекцию посуды из переработанной нержавеющей стали **Sensa**, разработанную специально для индукционных плит. Главная инновация – запатентованное мягкое силиконовое дно Softbase®, которое обеспечивает устойчивость посуды на варочной поверхности, снижает шум и предотвращает появление царапин. Силикон интегрирован в дно в качестве дополнительного слоя. В коллекцию входят кастрюли 20 и 24 см, ковш 16 см, а с декабря – сковороды 20, 24 и 28 см. Коллекция доступна в трех приглушенных оттенках: Mocha, Latte и Espresso. Старт продаж намечен на 1 ноября 2026 года.

www.beka-cookware.com





«Бытпласт» пополнил Реестр российской промышленной продукции

Реестр российской промышленной продукции пополнился 39 новыми позициями компании «Бытпласт». В перечень вошли ящики «Евробокс» и ряд товаров для детей.

Продукция включена в Реестр в рамках Постановления Правительства Российской Федерации от 17 июля 2015 года № 719 «О подтверждении производства российской промышленной продукции». Срок действия новых реестровых записей – до 24 сентября 2031 года.

Для заказчиков и партнеров это означает, что сведения из Реестра и выписки по отдельным позициям могут использоваться для подтверждения российского происхождения продукции, в том числе при закупках, в которых применяются требования и меры национального режима.

www.bytplast.ru



Новинки из хрустального стекла от «Мастергласс»

Компания «Мастергласс» пополнила ассортимент бокалов из хрустального стекла собственной торговой марки **MGline**. Новинки представлены в сериях Viento, Linea и Elite. Линейка включает посуду для разных напитков и форматов подачи: бокалы для вина, шампанского и коктейлей, а также стаканы для пива, хайболы и другую барную посуду. Изделия выполнены из прозрачного хрустального стекла и ориентированы на профессиональное использование в HoReCa.

www.masterglass.ru

Corsica – фарфоровая новинка от Anna Lafarg

Компания Anna Lafarg дополнила коллекцию **«Прованс»** линией фарфоровой посуды Corsica. Изделия украшены цветочным узором и представлены в нескольких цветовых вариантах. В линейку вошли обеденные тарелки, пиалы и кружки объемом 330 мл. Посуду можно использовать в микроволновой печи и мыть в посудомоечной машине.

www.annalafarg.ru



Услуга аренды посуды в «Комплекс-Баре»

«Комплекс-Бар» запустил услугу аренды посуды для мероприятий и заведений HoReCa. Решение позволяет получить необходимое количество тарелок, бокалов, столовых приборов и другого инвентаря на нужный срок без крупных разовых закупок. В ассортименте – более 600 позиций. Можно подобрать решения для разных форматов – от сервировки стола до барной подачи и предметной съемки.

www.complexbar.ru





Milano Home 2027: специализированная розница соберется в Милане

С 21 по 24 января 2027 года в Италии пройдет четвертая выставка Milano Home. Выставка посвящена товарам для дома, декору, текстилю и подарочной продукции и ориентирована прежде всего на специализированную и независимую розницу.

Milano Home станет площадкой для знакомства с новыми товарами, тенденциями в оформлении интерьеров и развивающимися концепциями розничной торговли. Особое внимание уделяется трансформации специализированных магазинов, формированию ассортимента и созданию более выразительного покупательского опыта.

Экспозиция разместится в четырех павильонах и охватит широкий спектр категорий: предметы интерьера и декора, подарочную продукцию, канцелярские товары высокого качества, гастрономические продукты, товары для животных и новогодний ассортимент.

Одной из центральных тем выставки станет **concept gift** – концепция подарка, предполагающая новое прочтение привычных предметов и сочетание продукта, дизайна, упаковки и персонализированного предложения. Такой подход позволяет магазинам формировать более индивидуальный ассортимент и создавать дополнительную ценность для покупателей.

www.milanohome.com

Дизайнерская коллекция Milano от Zwilling



Zwilling представил коллекцию посуды Milano, созданную совместно с миланскими дизайнерами Matteo Thun и Antonio Rodriguez. Изделия выполнены из алюминия и оснащены керамическим антипригарным покрытием CERAFORCE Titanium итальянского производства. Усиленное титаном покрытие, по данным бренда, до пяти раз устойчивее к износу, чем предыдущие керамические покрытия Zwilling. Посуда дополнена стеклянными крышками с металлической фурнитурой и подходит для всех типов плит, включая индукционные.

www.zwilling.com

Продажи малой бытовой техники в России выросли на 17,6 %

За первые 39 недель 2026 года продажи малой бытовой техники в России увеличились на 17,6 % в натуральном выражении и на 12,9 % в денежном, сообщает «М.Видео» со ссылкой на данные ICMR. Сегмент продолжает опережать крупную бытовую технику, продажи которой выросли на 7,1 % в штуках и лишь на 0,2 % в рублях.

Рост продаж малой бытовой техники в штуках оказался заметно выше денежной динамики, что указывает на снижение среднего чека и растущий интерес покупателей к доступным моделям. Для производителей и ритейлеров это означает необходимость расширять бюджетные линейки, оптимизировать ассортимент и усиливать присутствие в онлайн-каналах, где формируется значительная часть спроса на малую технику.

По материалам www.retailer.ru



Обновленный термос от RIG-TIG

Торговая марка RIG-TIG представила обновленную версию компактного термоса **THERM-IT** объемом 0,9 л. Модель объединяет ретроэстетику и практичные функции для дома, офиса и поездок.

Термос выполнен из нержавеющей стали. Вакуумная изоляция сохраняет тепло напитков до 13,5 часов, а холод – до 26 часов. Модель представлена в нескольких цветах, включая черный, стальной, хаки и оранжевый.

www.rig-tig.com



Porland отмечает 50-летие

Турецкий бренд Porland в 2026 году празднует 50-летие. История компании началась в 1976 году с небольшого магазина посуды, а в 1992 году был основан бренд Porland, ставший одним из ведущих производителей фарфора в Турции. Сегодня компания выпускает около 70 млн изделий в год на площадках в Биледжике и Гебзе, продукция представлена более чем в 30 странах мира.

Среди знаковых достижений компании – выпуск первой в Турции цветной фарфоровой посуды, собственная технология прочности фарфора Alumilite и гарантия стойкости декора Ömürlük Desen, действующая с 1996 года.

www.porland.com

TalleR расширяет коллекцию сковород



Торговая марка TalleR представила коллекцию сковород **«Антрацит»**. В линейку вошли модели диаметром 20, 24 и 28 см. Сковороды выполнены из литого алюминия. Усиленное трехслойное антипригарное покрытие устойчиво к истиранию и позволяет готовить с минимальным количеством масла. Утолщенное дно с индукционным диском делает посуду совместимой со всеми типами плит, включая индукционные. Сковороды можно мыть в посудомоечной машине; матовое внешнее покрытие устойчиво к высоким температурам и загрязнениям.

www.taller.ru



Барочная роскошь в фарфоре

Бренд **Rosenthal** совместно с Versace представил коллекцию La Coupe des Dieux, вдохновленную художественным величием Греции. В дизайне соединяются изогнутые барочные орнаменты и фигуры львов с центральным акцентом символа дома Versace – медузы. Тонко градуированные оттенки золота придают предметам скульптурную глубину и характерное сияние.

Коллекция выполнена из высококачественного фарфора и включает тарелки разных форматов, глубокие блюда, пиалы, кружки, чайник, вазу и набор для эспрессо.

www.rosenthal.de

Olivera Pro – новая коллекция от Fissman

Торговая марка Fissman представила новую коллекцию литой алюминиевой посуды Olivera Pro. Посуда оснащена «керамическим» покрытием марки Excilon 2050, бакелитовыми ручками с покрытием «софт-тач», подходит для использования на индукционных плитах. Изделия не рекомендуется мыть в посудомоечной машине.

www.fissman.ru





Завод SCOVO отмечает 20-летие

В октябре 2026 года завод SCOVO отмечает 20 лет со дня основания. За два десятилетия компания прошла путь динамичного развития и укрепила позиции одного из крупнейших российских производителей алюминиевой посуды с антипригарным покрытием. Производственные площадки работают в Ступино и Каменске-Уральском.

В компании отмечают, что юбилей стал не только поводом подвести итоги, но и точкой отсчета для новых проектов. Сегодня SCOVO развивает современные технологии и высокие стандарты качества, сохраняя традиции бренда. Коллектив поблагодарил сотрудников, ветеранов предприятия и деловых партнеров за труд, доверие и поддержку.

www.scovo.ru

Литая посуда «Альва» получила индукционное дно

Торговая марка «Альва» запускает линейку литой посуды для индукционных плит. Новинки сохраняют ключевые характеристики привычной продукции: литой алюминий, изготовленный методом литья с кристаллизацией под давлением, антипригарное покрытие PFLUON на водной основе без PFOA, производство на собственном заводе во Владимире. Главное отличие – сплошной диск из нержавеющей стали в основании. Он обеспечивает совместимость с индукционными варочными панелями. Диск не окрашен, поэтому на нижней части изделий будет видна открытая сталь.

www.alwa-shop.ru



Эмалированная новинка с «садовой» палитрой

ООО «Эмаль» представило новый набор посуды с деколью «Садовая палитра». Изделия цилиндрической формы имеют белый цвет эмали внутри и снаружи. В составе набора: кастрюли объемом 2 л, 3 л и 4 л. Яркие эмалированные крышки с белой пластиковой ручкой создают эффектный контраст всей коллекции.

www.emal-mmk.ru



HYUNDAI представила новые измельчители пищевых отходов

HYUNDAI расширила линейку бытовых измельчителей пищевых отходов. Измельчитель устанавливается под раковину и перерабатывает пищевые отходы, которые затем удаляются в канализацию вместе с водой. Это помогает поддерживать порядок на кухне и сокращает объем бытового мусора.

В конструкции нет острых ножей, рабочая камера оснащена плотной резиновой вставкой, а запуск выполняется пневмокнопкой. В комплект входят кнопки в белом, хромированном и латунном исполнении. Устройства подключаются к обычной электросети.

www.merlion.com



Kahla Porzellan прекращает работу

Немецкий производитель фарфора Kahla Porzellan в Тюрингии полностью прекратит деятельность к концу 2026 года. Об этом сообщил конкурсный управляющий Рольф Ромбах в официальном заявлении от 30 сентября. Поиск инвестора, продолжавшийся с марта, не дал результата. Последние переговоры с потенциальным покупателем из Турции также завершились без соглашения.

Одной из ключевых причин закрытия стали высокие энергозатраты: ежемесячные расходы на газ достигали 150–180 тыс. €. Переложить издержки на покупателей через повышение цен компании не удалось. До закрытия предприятие планирует выполнить оставшиеся заказы в пределах имеющихся возможностей.

Источник: www.rombach-rechtsanwaelte.de

Кемекс-кофейник от GEFU

Марка GEFU представила новую модель – кемекс-кофейник с фильтром **Butio Thermo**. Кофейник объемом 500 мл оснащен многоразовым фильтром. Двойные стенки из боросиликатного стекла помогают дольше сохранять тепло, а крышка – удерживать аромат.

www.gefu.ru





Новые кружки от ПК «Псковский гончар»

«Псковский гончар» выпустил новые формы кружек – **«Сюрприз декор»** и **«Гамма декор»** с рельефными элементами. Каждая кружка имеет свою уникальную фактуру и цветовое решение. Объем изделий – 300 мл.

www.goncharpsk.ru

Regina для ежедневной сервировки

Торговая марка **Regent** представила линейку столовых приборов Regina для ежедневной сервировки. Изделия изготовлены из нержавеющей стали 18/0 толщиной 2,5 мм. Ручки дополнены вертикальной рифленой фактурой, которая формирует узнаваемый дизайн и снижает скольжение в руке. Зеркальная полировка упрощает уход за приборами и сохраняет внешний вид при мытье в посудомоечной машине. Коллекция включает отдельные предметы и готовые наборы на шесть персон.

www.regentrus.ru





Металлическая посуда для сервировки

Оптовая компания **«Ленарди»** пополнила ассортимент металлической посуды для сервировки стола. В каталоге представлены различные креманки, овальные блюда на ножках, икорницы.

lenardi.ru



Новые формы кружек в коллекциях TM Shirokov

В коллекциях TM Shirokov представлены новые формы кружек. Изделия выполнены из белоснежного костяного фарфора (страна производства – КНР). Каждый предмет коллекции имеет свой неповторимый рисунок. Посуда поставляется в подарочной упаковке.

www.williams-oliver.ru

Мини-печь Hotter с пятью режимами работы

TM Hotter представила мини-печь объемом 16 л. Печь предназначена для запекания, выпечки и приготовления блюд на гриле. Модель мощностью 1200 Вт оснащена шестью нагревательными элементами и поддерживает пять режимов работы. Температура регулируется в диапазоне от 100 до 230 °С, таймер рассчитан на 60 минут. В комплект входят два эмалированных противня, сетчатый противень, поддон для сбора жира и инструкция на русском языке.

www.predmeti.ru



«Ландскрона» получит господдержку на роботизацию производства

Производитель алюминиевой посуды с антипригарным покрытием «Ландскрона» из Тверской области прошел конкурсный отбор Минпромторга РФ и сможет возместить до 20% затрат на внедрение робототехнического комплекса переноса расплава и смазки пресс-форм. Оборудование находится на стадии пусконаладочных работ. Подготовить заявку, подобрать интегратора и источник льготного финансирования помог региональный Фонд развития промышленности. Ранее эксперты Федерального центра компетенций провели аудит предприятия и разработали дорожную карту роботизации. Компания выпускает около 9 млн изделий в год и поставляет их в торговые сети России и СНГ.

По материалам www.tverigrad.ru



Ambiente 2027 обновит концепцию сектора Dining

Международная выставка потребительских товаров Ambiente, которая пройдет во Франкфурте-на-Майне с 29 января по 2 февраля 2027 года, представит обновленную организацию направления Dining, объединяющего товары для сервировки стола, кухни и дома. В рамках раздела Table экспозиция будет структурирована с учетом интересов разных категорий участников рынка: известных брендов и поставщиков решений для индустрии гостеприимства, а также производителей и партнеров, работающих с розничными сетями и собственными торговыми марками. Изменения призваны упростить поиск экспонентов и продукции и сделать посещение выставки более эффективным. Ambiente сохраняет статус одной из ключевых международных площадок для знакомства с новинками и тенденциями в сегменте товаров для дома.

www.ambiente.messefrankfurt.com

Luminarc®

Коллекция CHICAGO

CREATION FRANCE

Название выставки и место проведения	Время и организаторы
HORECA UZBEKISTAN 2026 Международная выставка ресторанной индустрии	17.11.26 – 19.11.26 Узбекистан, Ташкент Организатор: ООО «Expo Position»
HOSTECH 2026 Международная выставка технологий индустрии гостеприимства	10.11.26 – 14.11.26 Турция, Стамбул Организатор: TÜYAP Fair Organization Group
SHANGHAI INTERNATIONAL GIFTS 2026 Выставка подарков, креативных товаров и товаров для дома	10.11.26 – 12.11.26 Китай, Шанхай Организатор: Shanghai Ya-hui Exhibition Co., Ltd.
VOLGA HORECA FORUM 2026 Форум индустрии гостеприимства	11.11.26 – 12.11.26 Россия, Ульяновск Организатор: Ассоциация развития туризма Ульяновской области
HOREX QAZAQSTAN 2026 Выставка товаров и оборудования для отелей, ресторанов, супермаркетов	11.11.26 – 13.11.26 Казахстан, Алматы Организатор: ITECA и ICA Eurasia
ФЕСТИВАТЬ КЕРАМИКИ В ЕКАТЕРИНБУРГЕ 2026	14.11.26 – 15.11.26 Россия, Екатеринбург Организатор: 4ceramics
THE HOTEL F&B, RESTAURANT & BAR SENIOR DECISION MAKERS' FORUM 2026 Форум ресторанной и барной индустрии	17.11.26 – 19.11.26 ОАЭ, Абу-Даби Организатор: Snap Events Ltd
СЕКРЕТЫ СЕРВИСА И КУЛЬТУРА ГОСТЕПРИИМСТВА 2026 Сибирский форум для HoReCa	18.11.26 – 19.11.26 Россия, Омск Организатор: Центр деловых коммуникаций «Сегодня»
DESIGN INSPIRE 2026 Выставка товаров для дома и офиса	18.11.26 – 21.11.26 Гонконг, Гонконг Организатор: HKTDC
НОВОГОДНЯЯ КЕРАМАНИЯ Фестиваль керамики ручной работы	21.11.26 – 22.11.26 Россия, Москва Организатор: ceramania.ru
МОДНЫЙ ТОВАР. ЗИМНИЙ 2026 Всероссийская выставка текстильной и легкой промышленности	25.11.26 – 29.11.26 Россия, Волгоград Организатор: ВолгоградЭКСПО
IDEAL HOME SHOW AT CHRISTMAS 2026 Выставка товаров для дома и сада	26.11.26 – 29.11.26 Великобритания, Лондон Организатор: Media 10 Ltd

Название выставки и место проведения	Время и организаторы
ФЕСТИВАЛЬ КЕРАМИКИ	05.12.26 – 06.12.26 Россия, Москва Организатор: 4ceramics
HOMTEX 2026 Выставка товаров для дома и офиса	09.12.26 – 11.12.26 Индия, Нью-Дели Организатор: SS Textile Media Private Limited
УФА. АРТ. РЕМЕСЛА. СУВЕНИРЫ 2026 Приволжский фестиваль ремесел: керамика, дерево, металл, изделия ручной работы	10.12.26 – 13.12.26 Россия, Уфа Организатор: ВК «Уфа Экспо»
НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК В ЭКСПОФОРУМЕ 2026 Международная выставка-продажа, новогодняя ярмарка	10.12.26 – 13.12.26 Россия, Санкт-Петербург Организатор: ООО «ФАРЭКСПО»
РОЖДЕСТВЕНСКАЯ ЯРМАРКА 2026 универсальная ярмарка товаров народного потребления, подарков и сувениров	15.12.26 – 20.12.26 Россия, Красноярск Организатор: МВДЦ «Сибирь»
НОВОГОДНИЙ БАЗАР 2026 Всероссийская ярмарка текстильной и легкой промышленности	16.12.26 – 20.12.26 Россия, Волгоград Организатор: ВолгоградЭКСПО
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА. МУРМАНСК 2026 Межрегиональная выставка-ярмарка в преддверии Нового года	16.12.26 – 20.12.26 Россия, Мурманск Организатор: ВЦ «МурманЭкспо»
ЛАДЬЯ. ЗИМНЯЯ СКАЗКА 2026 Выставка-ярмарка народных художественных промыслов России	16.12.26 – 20.12.26 Россия, Москва Организатор: Ассоциация «Промыслы России»
НОВОГОДНЯЯ ЯРМАРКА 2026 Новогодняя выставка-ярмарка	17.12.26 – 20.12.26 Россия, Ростов-на-Дону Организатор: КВЦ «ДонЭкспоцентр»
НОВОГОДНЯЯ КЕРАМАНИЯ 2026 Фестиваль керамики ручной работы	19.12.26 – 20.12.26 Россия, Санкт-Петербург Организатор: ceramania.ru
ТОЛЬЯТТИ РОЖДЕСТВЕНСКИЙ 2026 Универсальная выставка товаров народного потребления	23.12.26 – 27.12.26 Россия, Тольятти Организатор: ВЦ «ЭКСПО-Тольятти»
HONG KONG MEGA SHOWCASE 2026 Выставка товаров для дома и праздничной индустрии	24.12.26 – 27.12.26 Гонконг, Гонконг Организатор: Hong kong-Asia Exhibition (Holdings) Ltd.

HOUSEHOLD EXPO

38-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ B2B ВЫСТАВКА ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА

16-18 МАРТА 2027

МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

ПОЛУЧИТЕ КОНТРАКТЫ

НА ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА



УЧАСТВУЙТЕ В ВЫСТАВКЕ

+7 (495) 363-50-32/33

info@hhexpo.ru

www.hhexpo.ru

Организатор:

company MAYER J.

0+

Реклама ООО «МОККА Экспо Групп»

HOUSEHOLD EXPO – 37!

37-я выставка HouseHold Expo в очередной раз объединила участников посудного сегмента и всех, чья профессиональная деятельность связана с выпуском и распространением товаров для дома. Негласно осенняя выставочная сессия, в отличие от весенней, считается наиболее показательной и масштабной, что в первую очередь связано с открытием очередного сезона после периода летних отпусков.

Однако, учитывая рыночные преобразования, даже успешный выставочный проект не всегда способен вдохновить своих участников и гостей в желаемом объеме. Поэтому особенно ценным становится профессиональное общение участников рынка, как на стенде, так и в специально отведенных зонах. Кроме того, организаторы выставочных мероприятий подготавливают богатую деловую программу, позволяющую больше и лучше разбираться в происходящем на рынке. И это уже достойный повод осветить данное мероприятие, которое прошло с 8 по 10 сентября в столичном выставочном комплексе «Крокус Экспо».

О ЖЕЛАНИЯХ И ВОЗМОЖНОСТЯХ

Значительная часть площади выставочного пространства была занята стендами китайских фабрик. Здесь можно было не только увидеть разнообразную продукцию, но и совершить заказ в удаленном формате. Правда, опыт последних лет указывает на незначительное количество заключаемых на выставке договоров. Вопрос о сотрудничестве решается, в основном, после завершения массового показа.

Большинство отечественных компаний – участников осенней сессии HouseHold Expo хорошо известны в профессиональной среде. По мнению многих участников выставки, их присутствие на выставочной площадке сегодня носит вспомогательный характер: имиджевая поддержка и встречи со своими партнерами или представителями компаний. Поиск новых клиентов, чем выставка славилась в прежние времена, сегодня осуществляется заметно слабее. Удаленное общение во многом заменило живой контакт, который раньше являлся возможностью заключить контракт, либо лишь формальным обменом визитными карточками, в зависимости от проекта.

Сегодня экспоненты зачастую находят новые эффективные каналы сбыта, расширяют долю своей продукции на торговых полках посредством удаленного доступа. Статус продавца на маркетплейсе не требует живого общения, розничные покупатели также не стремятся к очной дружбе с партнером по бизнесу. Контакт сводится к выявлению заинтересованности в каком-либо товаре и возможности его получения. После этого отношения оформляются документально, и покупатель ожидает прихода товара, перед этим частично оплатив его. Плохо это или хорошо, сказать трудно. По большому счету всем участникам рынка хочется расширить свою базу клиентов новыми именами и обслуживать заказы на постоянной основе. Сегодня одного желания мало. Конкурентная среда подстегивает участников к жесткому отбору партнеров и строгому соблюдению взятых на себя договоренностей. Выставка, как утверждают экспоненты, на сегодняшний день упускает возможность коммуникации между производителями и оптовыми покупателями. Хотя и организует места для целенаправленных переговоров, дает возможность демонстрации новинок и трендов.

НЕСМОТРЯ НА КРИТИКУ …

HouseHold Expo является весьма значимым проектом, чтобы обходить его стороной. И потенциальные бизнесмены, и представители компаний из года в год посещают выставку, так как она является единственной выставкой по этой тематике. И этим все сказано. Сама выставка представляет реальный интерес. Сейчас, особенно в текущий сложный момент, финансовая составляющая участия в выставке играет важную роль. Сегодня стоимость выставочного квадратного метра довольно высокая, и, если продажи буксуют и не отбивают участия со стендом, терять заработок компании не готовы. Стоимость участия неоправданно высока, об этом говорят многие стендисты. Но стоимость участия растет не по вине организаторов выставки, а по вине предоставляющих эти площади. Что с этим делать конечному потребителю услуг, пока не известно!

В остальном осенний марафон HouseHold Expo продолжается!

КТО, ЧТО И С ЧЕМ?

Посещение стендов начинаем с 11-го павильона, не спеша продвигаясь между рядами и останавливаясь на любопытных экспонатах.

Первой компанией в нашем списке случайным образом становится **ООО «Эрг-Ал»**. Помимо традиционной утвари из непокрытого алюминия компания подготовила ряд изделий для туристических (походных) и военных нужд. Это фляга, соединяемая с плоской кружкой (набор), а также отдельные кружки со складываемыми ручками. Благодаря своей компактности такие предметы крайне удобны для тех, кто вынужден принимать пищу в полевых условиях.

Значительный по площади стенд – **ALTEI** порадовал посетителей новинкой – специальной многофункциональной печью для приготовления самых разнообразных блюд на открытом воздухе. При этом уже известный на рынке ассортимент компании – посуда с антипригарным покрытием (в том числе модели сковород Granit Perfection) – также вызывал внимание посетителей. Все-таки кукморская посуда вселяет доверие благодаря качеству исполнения и высокой износостойкости применяемого антипригарного покрытия.

На крупном стенде бренда **«Линрог»** вниманию посетителей предлагали приобрести разнообразную эмалированную посуду, а также знакомили с новинками деколей.

ПАО «Нептун», хорошо известное своей электротехникой, продемонстрировало целую линейку приборов: мясорубка, сепаратор, дробилка для зерен, дегидратор (электросушитель) и др.





На стенде **Kukmara** была представлена линейка сковород Titanium pro с плоскими стеклянными крышками (крышки имеют силиконовый ободок). Посуда имеет 7 слоев, выдерживает 17 000 циклов истирания и 3-летнюю гарантию.

Привлекательным оформлением отличалась выставленная эмалированная посуда **Керченского металлургического завода**. Наборы «Дачный сезон», «Дворик», «Рецепт дня», «Лечо», «Гранатовый сок», «Неразлучники» и др., а также эмалированный футляр в виде матрешки вызывали неподдельное любопытство у посетителей.

С традиционной продукцией выступил на выставке и **Первый термометровый завод**.

Shunde Native produce import and Export Cj. LTD of Guangdon – представила специальные печи для приготовления пищи (в том числе пиццы) на природе.

Популярные сковороды из нержавеющей стали с так называемым «микрогрилем», покрывающим дно с внутренней стороны, можно было увидеть на стенде фабрики **Zhejiang Suntrue Houseware Tech Co., LTD**.

Разнообразные чайники, кофейники и френч-прессы демонстрировала компания **Jiangmen Sellwell Co., LTD**.

С похожим ассортиментом посетила выставку фабрика, выпускающая продукцию под маркой **Winteam**.

Разнообразные приспособления для разделки птицы (в основном специальные ножницы в широком ассортименте) можно было увидеть на стенде фабрики **Yangjiand Sundo Industry & Traiding Co., LTD** под маркой **Chsundo**.

Массу кухонных инструментов, называемых в народе «навеской», можно было увидеть на стенде **Yiwu Lizi Daily Use Merchandise Firm** под маркой **Henglizi**.










Sakura


ATO Glass


«СтальЭмаль»

На стенде компании **«Добрыня»** традиционно красовались расписные термопоты и другие интересные товары, относящиеся к группе кухонной электротехники.

Всевозможные приспособления для ручной нарезки, а также варки, тушения и пр. (кухонная электротехника) предлагала известная компания **Sakura**.

Высококачественную отечественную посуду из чугуна в широком ассортименте можно было увидеть и подержать на стенде **«Камская посуда»**.

Разнообразные столовые приборы (включая наборы для детей) предлагал вниманию посетителей **Павловский завод им. Кирова**.

«СтальЭмаль» традиционно знакомил посетителей с продукцией марки **Vitross** и **«Сибирские товары»**.

Разнообразные столовые и кухонные изделия можно было рассмотреть на стенде компании **Apollo**. В этом году компания отмечает свое 25-летие.


Pars Opal (Иран)

Привлекательные дизайнерские чашки и стаканы из стекла различных оттенков (включая термостаканы) можно было увидеть на стенде, позиционирующем марку **ATO Glass**.

Стенд торговой марки **«Тонар»** разместил на своем стенде исключительно изделия для приготовления пищи на открытом воздухе (включая модульные кухни, мангалы, барбекю и пр.).

У торговой марки **«Чинар»** (ИП «Гутаев Н.Х.») как обычно был представлен широкий выбор разделочных досок из бука. Только две модели в качестве эксперимента производитель выставил из дуба.

На стенде **«Мамсиров Нальчик»** расширение ассортимента теперь ведется не только за счет разделочных досок, но и путем предложения отделочных интерьер-


«Камская посуда»


«Чинар»


«Анна Лафарг»



«Пилот МС»

ных решений (деревянная плитка). При этом на стенде были представлены интересные дизайны менажниц на ножках.

Известный бренд антипригарных покрытий **Pfluon** продемонстрировал покрытия различных оттеночных решений (направления New Constant и Cookmark).

Компания **«Маруся»** (и бренд **Rashel**) сделала упор на посуду из нержавеющей стали.

Яркий стенд **KELLI** порадовал разнообразной продукцией, среди которой можно отметить компактный набор сковород со съемной ручкой и набор мисок из нержавеющей стали.

Яркий дизайн разнообразной антипригарной утвари можно было увидеть на стенде **Wuyi Penny Trading Co. LTD**.

Термосы и бутылочки для питья (для спортсменов) в широком ассортименте были представлены под маркой **Kuangdi**.

Различные разделочные доски из дерева представила компания **Sancha Tehnology Co., LTD**.

В компании **«Мечта»** к выставке была расширена линейка продукции **Prestige**.

Приятно было увидеть на выставке эмалированную кухонную посуду из Узбекистана – от **ООО «Бекобад Эмаль»** (находится в 120 км от Ташкента). Производственные мощности завода функционируют еще с советских времен; здесь производят высококачественные эмалированные кастрюли, ковши, миски и другую посуду с эмалевым покрытием. Продукция завода экспортируется в разные страны.

Компания **«Мультидом»** традиционно порадовала посетителей разнообразными предметами хозяйственно-бытового назначения.


KELLI


«Авангард»


«Сервер»


ООО «Бекобад Эмаль»





Чашки привлекательного дизайна от **Cuerico** (Бельгия), а также другая продукция этой бельгийской марки были представлены на стенде компании **«Сервер»**.

Разнообразные кухонные ножи, включая дизайнерские, можно было увидеть на стенде **Hatchen**.

Известный бренд **Borner** представлял свою продукцию под маркой **Axwild**. Представитель стенда объяснил это расширением производственных площадей и выпуском продукции на другом заводе (фактически продукция та же самая).

Стенд известных брендов **«Борисовская керамика»** и **«Псковский гончар»** пополнился разнообразной продукцией из керамики. Сегодня на производстве могут создавать логотипы компаний (под заказ) на выпускаемой керамической посуде. К сожалению, из-за воздушных атак производственные работы в поселке Борисовка стало выполнять сложнее.

На стенде **«Дулёвский фарфор»** широко была представлена детская посуда и так называемое «белье», посуда без декора (белая).

Интересный дизайн внутренней поверхности дна сковород предложила китайская компания **Zhejiang Yunbang Technology Co., LTD**. Здесь удалось совместить рельефный рисунок и оттеночное решение.

На стенде **«Пилот МС»** неизменно сохранялось большое число посетителей. Разнообразная продукция, которую представляет торговая компания, пользуется постоянным вниманием посетителей.

На стенде **Double Happiness Electric Appliame Co., LTD** можно было увидеть нечто среднее между скороваркой и сковородой (с плотной крышкой).

В «Галерею новинок» в этот раз попали сковороды от Jarco, ковш от компании «Мечта», горшочки для запекания от «Псковского гончара», фарфоровые изделия от «Кристалекс Рус», емкости для запекания от «Анны Лафарг», посуда из растительного сырья от компании «Европартнер» и другие интересные изделия.

В зале № 10 можно было познакомиться с пластиковыми изделиями от **Plast Team** (пластиковые фужеры и боксы для хранения), от компании **«Авангард»** (г. Томск) (пластиковая посуда – тарелки, блюдца), от компании **Azerjan** (бренд **Stars Plast**) (пластиковые наборы столовой посуды в боксе), от компании **«Гамма пласт»** (стаканы и стопки из поликарбоната) от **Style** (вакуумные контейнеры для сыпучих продуктов и др.).

В 9-м зале традиционно были собраны стенды столовой посуды класса «средний плюс», а также премиального уровня.

Среди них стоит отметить стенд **«Богема»**, на котором широко были представлены изделия марки **Rona**, **RCR**, а также обновленный дизайн посуды от **Neoplam** (оплетка на ручках, имитирующая кожу, выполнена из жаростойкого высококачественного пластика, выдерживающего нагрев до 220 °С)

Компания **Genlex** представила наборы из костяного фарфора «Сезон цветов», «Сладкие фрукты», «Гармония». Также на стенде была представлена бразильская посуда из фаянса, что сегодня может предложить далеко не каждый поставщик.

На стенде **Tikhoretsky Porcelain** (**«Тихорецкий фарфор»**) любители неординарных дизайнов могли насладиться появлением новой коллекции «Осень тыквы», а также «морскими ежами» (соусницы) и блюдом-ракушкой. Здесь же можно было ознакомиться с используемой при производстве формой.

На стенде **«МФК-профит»** массовый интерес вызывали предметы с цифровой 3D-печатью. В числе новых линеек «Альбина», «Цветочная фантазия», «Эвкалипт», «Васильки» и др.

Пройти стенд компании **«Анна Лафарг»** не представлялось возможным. На нем довольно широко была представлена новогодняя тематика. На стенде были представлены богатые сервировочные решения из фарфора или хрусталя и стекла.

Интересные новинки можно было увидеть на стенде **SATE** (небьющаяся посуда из древесных волокон)? а также стенде **Glass**. Хотелось отметить, что **SATE** – это современный взгляд на посуду. Она абсолютно безопасна для здоровья, легче, чем стекло, не бьется и долго сохраняет форму даже при активном использовании. Обладая прозрачностью и блеском, разница между обычным стеклом и этими изделиями почти не заметна.

На стенде **Pars Opal** в широком ассортименте была выложена иранская посуда, в том числе сервизы с тематической росписью.

Завод **Promsiz** предложил обновленный дизайн бокалов, выполненный с использованием искусственного интеллекта (новые серии: «Монтари», «Аура», «Асгард», «Злайт»).

ЧТО В ИТОГЕ

В итоге этого пост-релиза хочется отметить, что несмотря на неудовольствие некоторых участников выставки, площадка нужна, площадка должна быть, она создает стимул для фабрик производить модную, стильную продукцию, следуя трендам и потребительским потребностям. Выставка изучает современные аспекты рынка, анализирует его и позволяет выявить общие мировые тенденции и направления деятельности.

Ритейлеры выбрали лучшие новинки на HouseHold Expo 2026

8–10 сентября в Москве прошла 37-я международная B2B-выставка товаров для дома HouseHold Expo. В осенней экспозиции приняли участие 519 компаний из России, Беларуси, Китая, Азербайджана, Узбекистана, Ирана, Вьетнама и Турции. Выставку посетили более 15 900 специалистов из 77 регионов России и других стран.

В экспозиции были представлены посуда, товары для кухни и ванной, бытовая техника, хозяйственные товары, решения для хранения, домашний текстиль, декор, товары для сада и другие категории непродовольственного рынка.

Одним из ключевых пространств выставки стала **«Галерея новинок»** – экспозиция, объединившая актуальные тренды в самых разных категориях товаров для дома.

В рамках специальной экспозиции выставки было представлено более 70 новинок рынка товаров для дома 2026 года.









ПО ИТОГАМ ГОЛОСОВАНИЯ БЫЛИ ВЫБРАНЫ ДЕСЯТЬ ПОБЕДИТЕЛЕЙ В РАЗЛИЧНЫХ ТОВАРНЫХ КАТЕГОРИЯХ:

АЗУР / YORK – товары для уборки;
Уральский часовой завод «Рубин» – зеркала и часы;
РОСМЭН – термосы Asobu;
«Сакура Электроникс Групп» – мелкая бытовая техника;
ACAPA XOУМ – ароматические товары;
АННА ЛАФАРГ – посуда и аксессуары;
«Ле Гобелен» – домашний текстиль;
SATE – небьющаяся посуда;
завод «Псковский Гончар» – фигурные горшочки;
DECO ART – домашний текстиль.

«Галерея новинок» объединила новые продукты производителей и поставщиков с профессиональной оценкой со стороны закупщиков и представителей розничного рынка. Для категорийных менеджеров такая экспозиция стала дополнительным инструментом эффективного сорсинга, знакомства с ассортиментом, представленным на выставке.

www.hhexpo.ru

РАЗВОРОТ НА ВОСТОК:
КАК ИЗМЕНИЛАСЬ ЭКОНОМИКА РИСКОВ И ПРАВИЛА ИГРЫ В ТОРГОВЛЕ С КИТАЕМ

С 25 по 27 августа 2026 года в московском выставочном комплексе «Тимирязев Центр» прошли 10-я Национальная выставка потребительских товаров China Commodity Fair (CCF) и 7-я Национальная выставка промышленного оборудования и инноваций China Machinery Fair (MACHINERY).

Эксперты отметили смещение фокуса от базовой стоимости товара к оценке его «полной цены риска» – совокупности финансовых, логистических и регуляторных факторов, которые могут повлиять на итоговую экономику поставки.





ПРОВИНЦИИ-ГИГАНТЫ И ПРОИЗВОДСТВО: МАСШТАБ И СПЕЦИФИКА ЭКСПОЗИЦИИ

Выставки развернулись на 11 000 кв. м., собрав более 11 000 посетителей и свыше двухсот компаний-участников из Китая и России. В экспозиции были представлены компании из Аньхоя, Фуцзяни, Гуандуна, Хэбэя, Хэйлунцзяна, Хубэя, Цзянсу, Ляонина, Шаньдуна и Чжэцзяна, а также Пекина и Шанхая.

Среди товаров, ориентированных на конечного потребителя, особенно заметное место заняли товары для умного дома, электронные устройства, бьюти-гаджеты и экологичные товары. Более 85 % китайских участников заявили о готовности к выпуску продукции под брендом заказчика (OEM/ODM).

Промышленный раздел MACHINERY сместил фокус на универсальное оборудование, комплектующие, запчасти и автомобили с пробегом.

B2B-ПЕРЕГОВОРЫ: ДЕЛОВОЙ ДИАЛОГ С КИТАЕМ В ФОРМАТЕ «ПОД КЛЮЧ»

Важной частью выставки стала B2B-программа – площадка для прямого диалога российских и китайских компаний. В условиях меняющихся экономических, логистических и регуляторных условий работы с КНР такие переговоры стали возможностью не только обсудить конкретные условия поставок и сотрудничества, но и поговорить о том, как сегодня выстраивать деловые отношения между российским и китайским бизнесом, и как меняются правила взаимодействия.

Для участников был организован полноценный формат переговоров «под ключ» с переводческой поддержкой, в рамках которого возможности выставки не ограничивались встречей с поставщиком. Участники могли выбрать интересующие товары, провести прямые переговоры, получить в консультационном центре информацию и услуги по логистике, ВЭД и сопутствующим вопросам поставок из Китая, а также пройти обучающие практические семинары и мастер-классы по работе с китайскими поставщиками.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАСШТАБ И «БЕЛЫЙ» ИМПОРТ

Китаю удалось закрепиться в статусе главного промышленного партнера России. В частности, Флюр Асадуллин, общественный представитель в КНР Уполномоченного по защите прав предпринимателей в городе Москве, отметил: «Китай перестал быть для предприятий временной альтернативой. Он стал основным поставщиком промышленного оборудования, заняв критически важное место в обеспечении российского производства».

В 2025 году импорт промоборудования из КНР достиг $26,5 млрд, а доля китайской техники составила 75 % в металлообрабатывающих станках и от 75 % до 95 % в строительной технике.









Рост роли китайского оборудования в российском импорте делает экономику каждой поставки всё более значимой для бизнеса. При таких объёмах работы с КНР конкурентоспособность импортёра определяется уже не только закупочной ценой оборудования, но и тем, насколько точно компания управляет стоимостью и рисками всей цепочки поставки.

Специалист по работе с КНР Алексей Синютин (RMB Logistics) подчеркнул, что ключевой сдвиг заключается в отказе от оценки поставки исключительно по цене за килограмм. Формула «цена товара плюс доставка» уступила место управленческому учету с учетом стоимости капитала, скорости оборачиваемости, вероятности сбоя и затрат на его ликвидацию. По его мнению, «карго» становится запретительно дорогим, а легальный «белый» импорт превращается в инструмент защиты маржи и сохранения бизнеса.

РЕГУЛЯТОРНОЕ ДАВЛЕНИЕ И СУЖЕНИЕ «СЕРЫХ» КОРИДОРОВ

Правовой и финансовый контур импорта жестко структурируется. С августа 2026 года с уходом упрощенных схем (ПП РФ № 353) и автоматизацией проверок ФТС и Росаккредитации нанесение маркировки EAC безопасно производить исключительно на фабрике в КНР.

Параллельно растет нагрузка по цифровой маркировке «Честный знак» и экологическому сбору (норматив утилизации текстиля в 2026 году вырастет до 30 % при базовой ставке 20 250 рублей за тонну). В сфере платежей финансовый сектор адаптировался к санкциям, переходя на прямые межбанковские корсчета.

ДОГОВОРНАЯ ДИСЦИПЛИНА, АУДИТ И ПРАВИЛА «ГУАНЬСИ»

Председатель Русско-Азиатского Делового Совета (РАДС) Максим Кузнецов привел базовое правило коммерческой безопасности: «Проверять всех новых поставщиков и проверять каждую отгрузку. Но не бегать по рынку, создавая искусственный спрос».

По словам председателя комитета по работе с Китаем Ассоциации экспортеров и импортеров, основателя компании «ВсёИзКитая» Андрея Когана, КНР сегодня – это технологический лидер и крупнейший мировой хаб, где расположены 6 из 10 крупнейших портов планеты.

Эксперты сошлись во мнении, что успешный бизнес с Китаем в 2026–2027 годах строится на сопряжении культуры переговоров («гуаньси» и «мьенцзы»), юридической защиты контракта и юридически чистой «белой» логистики.

Следующие выставки China Commodity Fair и MACHINERY пройдут через год – в августе 2027 года. Они вновь станут площадкой для прямого диалога российского и китайского бизнеса, поиска поставщиков, оборудования и новых возможностей для сотрудничества.

Главные тренды ZUCHEX 2026

Международная выставка Zuchex 2026 в Турции завершила свою работу!

Экспоненты представили новинки в самых разных сегментах: кухонная посуда (фарфор, керамика, стекло, пластик, нержавеющая сталь), столовые приборы, домашний текстиль, подарочные коллекции, кухонные электрические гаджеты и другие аналогичные устройства для домашнего пользования.

ЧТО ОТМЕТИЛИ УЧАСТНИКИ И ПОСЕТИТЕЛИ ВЫСТАВКИ

Кратко:

Разнообразие материалов и технологий. Особенно активно демонстрировались решения из новых композитов, а также варианты с УФ-печатью и другими современными методами декорирования.

Тренд на функциональность. Многие новинки делали упор на практичность: продуманные эргономичные формы для посуды, комбинированные решения (например, сковорода с отделением для соусов), а также товары с усиленной защитой от царапин и сколов.

Интерес к экологичным решениям. Были представлены варианты из переработанных материалов или с акцентом на долговечность, чтобы снизить частоту замены товаров.

Локальные тренды. В отдельных регионах, включая не только Турцию, но и ряд других стран, наблюдался повышенный интерес к товарам, которые позволяют адаптировать интерьер к особенностям местного климата и культурным традициям.

ТИХИЕ ЦВЕТА, ЯРКИЕ ДЕТАЛИ

На одной полке – молочный, песочный, серо-бежевый, приглушенный зеленый, поверхность под камень и почти полное отсутствие декора. На соседней – цветы, орнамент в стиле ретро, коралловый, розовый, яркие детали и неожиданные сочетания.

На первый взгляд – два противоположных направления. Но именно их соседство лучше всего описывает выставку ZUCHEX 2026, которая проходила с 9 по 12 сентября в Стамбуле. Здесь пластик соседствует с керамикой и стеклом, дерево – с имитацией природных фактур, спокойные коллекции – с яркой декоративной посудой. И на этом пересечении особенно хорошо видно, каким становится современный дом.

Главный вывод интереснее любого «цвета года»: общая гамма становится спокойнее, но детали – эмоциональнее.

СПОКОЙСТВИЕ ОСТАЕТСЯ ОСНОВОЙ, НО СТАНОВИТСЯ СЛОЖНЕЕ

Первое, что обращает на себя внимание на ZUCHEX, – это большое количество спокойных оттенков. Но назвать это «трендом на бежевый» было бы слишком просто.

Конечно, цвет зависит от категории изделия. В товарах для ванной, уборки и хранения спокойная палитра используется уже не первый сезон. В кухонном ассортименте картина заметно богаче: здесь появляются терракотовый, глубокий красно-коричневый, пыльно-розовый, серо-голубой, более сложные зеленые.

Во-вторых, меняются сами нейтральные цвета. Они становятся менее «стерильными». Серый приобретает теплый или зеленоватый подтон. Бежевый уходит в песочный и глинистый. Розовый становится пыльным. Зеленый теряет яркость и приобретает оттенок шалфея или оливы.

Для производителя здесь кроется важное осознание: вовсе не обязательно расширять палитру десятками новых цветов. Куда более перспективным направлением является тонкая игра внутри существующих цветовых оттенков. Сегодня разница между обычным зеленым и сложным серо-зеленым может быть важнее, чем разница между зеленым и синим.

КОГДА ЦВЕТ УСПОКАИВАЕТСЯ, ГОВОРИТЬ НАЧИНАЕТ ФОРМА

Особенно хорошо это видно в крупных интерьерных изделиях: иногда коллекция практически полностью строится вокруг белого и серого. Но изделия при этом совсем не выглядят одинаковыми.

Выразительность смещается в сторону формы: волны, вертикальные ребра, геометрические линии, глубокий рельеф, массивные стенки, необычные пропорции. Цвет перестает быть единственным простым способом разнообразить ассортимент.

Если изделие выполнено в нейтральном оттенке, именно форма и поверхность дают ему характер. Спокойный цвет позволяет рельефу проявиться сильнее, а серия из нескольких форм, выполненных в одной палитре, воспринимается цельнее.

Для производителя здесь есть и практический смысл: вместо наращивания количества цветов в коллекции можно создавать разнообразие за счет сочетания формы, фактуры и ограниченной, но хорошо подобранной палитры.

МАТОВАЯ ПОВЕРХНОСТЬ ДОМИНИРУЕТ, НО ГЛЯНЕЦ ВОЗВРАЩАЕТСЯ

На ZUCHEX матовые поверхности были одним из самых заметных решений, особенно в посуде – приглушенные цвета очень часто сопровождались именно матовой неровной поверхностью: матовость делает изделие визуально мягче, сложнее, спокойнее. Серо-бежевый или оливковый оттенок на матовой поверхности легче вписывается в интерьер.

Но говорить о том, что глянец окончательно уступил место матовым поверхностям, нельзя – он снова возвращается в изделия, причем в коллаборации и сочетании противоположностей: гладкого и шероховатого, матового и глянцевого.

Именно здесь находится более интересное направление на 2027 год.

ПРИРОДА ГОВОРИТ...

Природность на ZUCHEX проявлялась не только в цвете и формах, но и в смешении материалов: в посуде для приготовления пищи часто встречались покрытия с визуальным эффектом камня: темно-красные, пыльно-розовые, зеленые, серые. Формы для выпечки, сковороды и другие изделия массово используют такие поверхности.

На выставке предлагался более широкий запрос на тактильность, натуральность и ощущение материала. Современный покупатель редко рассматривает предмет отдельно. Кашпо будет стоять рядом с текстилем, кастрюля – на кухне рядом с керамикой и стеклом, корзина – внутри уже сложившегося интерьера. Поэтому разные материалы все больше начинают говорить на одном языке.

Именно отсюда – стремление к смешению стилей и тактильности не через буквальное копирование, а через цвет, рельеф и характер поверхности.

ЯРКИЙ ЦВЕТ НЕ ИСЧЕЗ. ОН СТАЛ ТОЧНЕЕ

После первых павильонов можно было решить, что яркие цвета постепенно уходят. Но чем больше смотришь ассортимент, тем очевиднее: цвет не исчезает. Меняется его роль.

Очень часто корпус изделия остается прозрачным или нейтральным, а цвет переходит в небольшую деталь: крышку, ручку, ободок, защелку. И здесь формируется тренд: яркий цвет как локальный акцент.

И это вполне логично. Большой яркий корпус сильнее диктует интерьеру свои условия. Небольшая цветная деталь позволяет сохранить характер изделия, но делает его значительно проще для сочетания с окружающими предметами.

Для производителя здесь есть еще одно преимущество. Чтобы визуально обновить существующую серию, не нужно менять цвет всего изделия: иногда достаточно изме-













нить небольшой элемент – и знакомый товар воспринимается иначе. А яркость становится дозированной и более осмысленной.

КУХНЯ ВЫБИРАЕТ СЛОЖНЫЕ ЦВЕТА

Именно в кухонной категории цвет раскрывается наиболее интересно. Здесь меньше стремления к максимально нейтральному и больше работы с оттенком. Теплый терракотовый рядом с оливковым. Молочный со сложным серо-голубым. Глубокий красный, пыльно-розовый, дымчатые зеленые. И каждый по-своему меняет восприятие предмета на столе.

Именно в кухне и на столе возвращается декоративность. Белая тарелка остается базой, но рядом с ней все увереннее чувствуют себя предметы с крупным цветком, цветным кантом, ретро-орнаментом. Кухня становится той территорией, где цвету позволено больше: он не только поддерживает форму, но и создает настроение. Сложный оттенок или рисунок здесь работает как эмоциональный акцент, не разрушая общей спокойной картины дома.

ВТОРОЙ ПОЛЮС – РАДОСТЬ

И все же современный дом не собирается полностью раствориться в песочном, сером и оливковом. На ZUCHEX очень заметно и противоположное направление – яркое, эмоциональное, немного наивное. Одна из экспозиций прямо называлась «Дофаминовая радость».









И что особенно интересно – подобная эстетика одновременно проявляется в интерьерах, декоре, одежде, цветочных композициях, оформлении мероприятий. После долгого периода визуального спокойствия человеку снова хочется небольшого праздника.

Можно ли говорить, что этот яркий мир противоречит природным и спокойным оттенкам? Наверное, не совсем так. Скорее это две стороны одного запроса. Большая часть пространства дает нам отдых, а отдельные предметы – эмоцию. Представьте спокойную кухню в молочных и древесных тонах. И на ней – цветная чашка, необычная тарелка или яркая крышка контейнера. Она не разрушает гармонию. Она создает повод улыбаться.

ЧТО ГОВОРИТ ПРОГНОЗ НА 2027 ГОД?

На ZUCHEX будущим цветовым направлениям уделили отдельное внимание. На площадке работала зона, посвященная сезону осень–зима 2027, а в деловой программе ZuchXTalks состоялся специальный семинар WGSN о будущих тенденциях дома и кухни.

Агентство говорит одновременно о двух потребностях: связи с природой, устойчивости и спокойствии и о необходимости радости и эмоциональной разрядки. Среди ключевых направлений на 2027 год соседствуют насыщенный синий, энергичный оранжевый, яркий розовый, природный зеленый и теплый глинистый оттенок.

Но важно понимать: прогноз не означает, что в следующем году производитель должен взять конкретный цвет и буквально перенести его на изделие. Тренд работает тоньше. Яркий оранжевый в коммерческой коллекции может стать терракотовым. Зеленый – приглушенным оливковым. Синий – серо-голубым. Производитель берет не столько точный цвет, сколько его настроение и адаптирует под свой ассортимент. И именно это, на мой взгляд, отличает современную работу с тенденциями от простого копирования «цвета года».

ВМЕСТО ВЫВОДА

ZUCHEX 2026 показал не революцию, а постепенную смену отношения к предмету. Мы по-прежнему покупаем все те же изделия, но сегодня хотим от них немного большего. Чтобы цвет не существовал сам по себе, а поддерживал форму. Чтобы поверхность хотелось рассматривать и трогать. Чтобы фарфор не спорил с деревом и металлом. Чтобы спокойствие не превращалось в скуку, а яркость – в визуальный шум.

У каждого дома своя история, и цвет в ней – не украшение, а роль. Именно поэтому в 2027 году важнее будет не количество цвета, а его настроение. Самого цвета не становится меньше. Он становится точнее.

В соавторстве с экспертом ТПП Натальей Татуловой



Вам посылка из Китая…

К началу сезона продаж дистрибьюторам уже нужно иметь товар, львиная доля которого поступает из Китая. Если раньше рассчитать получение заказа на российский склад можно было с точностью до нескольких дней, то теперь ситуация иная. Даже после подтвержденной оплаты заказы часто приходят с серьезным опозданием. В связи с этим оформлять закупку нужно заблаговременно. И не только. На что еще следует обратить внимание, чтобы снизить риск неполучения заказанного товара в ожидаемый срок? Постараемся разобраться.

ВСЯКОЕ БЫВАЕТ

С недавних пор оформить заказ на китайской фабрике не означает получить его в назначенный срок. Путь товара к своему владельцу порой тернист и сопровождается неожиданными «сюрпризами». В большинстве случаев товар «застревает» на неопределенный срок на каком-то звене торговой цепочки. И дальше его судьба решается в зависимости от конкретной проблемы. Самое неприятное – потеря времени. Нарушение оптовой поставки означает смещение графика получения товаров всеми оптовиками и розничными продавцами. Следствием этого может стать снижение актуальности заказа

Раньше такого рода сложности происходили реже. Изменилась рыночная ситуация в целом, изменились закупочные цены, отношение к контролю качества производимой продукции, изменились условия договоров с китайскими партнерами, изменились правила «игры», которым поспособствовала напряженная и нестабильная картина на мировой политической и экономической арене. Все это происходит настолько стремительно, что многие участники рынка не успевают вовремя реагировать на происходящее.

Сегодня российский закупщик – это уже не прежний хозяин положения. С изменением договорной политики и ценообразования китайских производителей, создалась ситуация дополнительного страхования грузов на случай непредвиденных обстоятельств, в числе которых проведение финансовых расчетов и ответственность сторон.

Что касается сроков поставок, то можно визуально проследить путь движения товара от фабричного китайского склада до склада российского закупщика (поставщика).

КИТАЙСКАЯ ФАБРИКА ➲ КИТАЙСКИЙ СКЛАД ➲

➲ КИТАЙСКАЯ ТАМОЖНЯ ➲

➲ РОССИЙСКАЯ ТАМОЖНЯ ➲

➲ РОССИЙСКИЙ СОРТИРОВОЧНЫЙ ЦЕНТР ➲

➲ СКЛАДСКОЕ ПОМЕЩЕНИЕ ПОЛУЧАТЕЛЯ

Формально задержка может произойти в любом из выше перечисленных мест, а также во время ожидания перемещения из одной точки маршрута в другую. На практике наибольший риск длительной задержки приходится на китайскую и российскую таможни.

К ДЕТАЛЯМ

Зачастую товар задерживается не в самих пунктах, перечисленных в этой цепочке, а между ними. Дело в том, что процесс перемещения товара из одного пункта в другой, погрузка-разгрузка транспорта осуществляется в логистическом центре, которым пользуется соответствующая транспортная компания либо в качестве собственника, либо в качестве арендатора. То есть в нашу цепочку нужно было бы добавить еще несколько промежуточных звеньев в виде «Логистических центров», так как в логистических центрах периодически образуются огромные очереди, как правило, в пик сезона. В связи с этим закупщику следует заранее рассчитать срок прохождения товара и не попасть в так называемую «пробку».

К традиционным сезонным «заторам» логистических центров относятся:

- период подготовки и празднования Китайского нового года;
- период подготовки празднования Российского нового года;
- традиционные сезоны активных распродаж (для посуды это осенняя пора и период зимне-весенних праздников).

Об этих трех основных периодах «Х» нужно помнить всегда.

Есть еще период усиленного спроса в распространенных точках интернет-продаж, уровень которых возрос в последнее время до немыслимых высот. Фактически рынок формируют торговые операции на маркетплейсах – лидерах удаленной торговли на сегодняшний день. Но эти периоды уловить не так-то просто, они не привязаны четко к календарным датам. Поэтому нужно учитывать общую конъюнктуру уровня продаж на рынке (анализ продаж на маркетплейсах вполне подходит для этого) и делать соответствующие выводы из этого. В конце концов, каждый закупщик понимает, кто в итоге является его покупателем и работает фактически на него.

ИДЕМ ДАЛЬШЕ

Очень много недочетов в последнее время выявляется в неточном или неправильном оформлении документов. Если в прежние времена на это часто закрывали глаза, то теперь товар обязательно должен быть четко описан, иметь счет на оплату (предварительный или окончательный, в зависимости от ситуации и договоренности с продавцом), сертификат, код ТН ВЭД. Любой из вышеперечисленных моментов – отсутствие документа или его несоответствие имеющемуся грузу – часто приводит к задержке до получения нужных сведений (правильно оформленных документов). Можно было бы заказать транспортировку после того, как все готово (некоторые заказчики так и поступают), но тогда товар будет дольше лежать на складе, ожидая очереди на перемещение, а это дополнительные расходы.

Если недочеты выявляются на таможне, это приводит к детальным проверкам, в таком случае ситуация может затянуться надолго.

Таможенных вопросов очень много. Здесь скажем, что таможня вправе запросить дополнительно любой из сопровождающих груз, а также относящийся к товарной сделке документ (инвойс, спецификация, договор) и провести дополнительную проверку товара. При этом товар будет в это время находиться на складе временного пребывания. Срок этого пребывания порой затягивается на месяцы…

Утешает одно, что: если мы говорим о кухонной технике, в том числе электрической (миксерах, блендерах, мультиварках и пр.), то здесь пакет документов больше, чем, например, для кастрюль из нержавеющей стали.

В ПУТЬ!

Итак, пройден первоначальный склад, логистика и китайская таможня не подвели. Но и тут не без заминок… Значительная часть грузов поступает к нам морским путем, поскольку он самый дешевый. Правда, и самый длительный, в отличие от дорогостоящих авиаперелетов.

Что касается автоперевозок – здесь свои нюансы. Во-первых, время и дополнительные риски в дороге. Железнодорожный транспорт – довольно стабильный вариант, но тоже дополнительные погрузки-разгрузки и опять же время… В целом все зависит от месторасположения покупателя. Если это Дальневосточный регион – это одно, а если подмосковный терминал – то другое. Поэтому выбор транспорта дальнего следования остается за покупателем.

Дабы не расписывать последовательно преимущества и недостатки того или иного вида транспорта при дальних перевозках, сведем основные сведения в таблицу.

ТАБЛИЦА. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА ПРИ ДАЛЬНИХ ПЕРЕВОЗКАХ

Вид перемещения	Морской путь (судно)	Воздушный путь (самолет)	Автодорога (автопоезд)	Железная дорога (железнодорожный состав)
Преимущества	Низкая стоимость	Минимальное время в пути	Умеренная стоимость	Умеренная стоимость, стабильность работы, минимум рисков в пути
Недостатки	Длительное время в пути, перегруженность портов, нехватка персонала, сбои в расписании судов, зависимость от погодных условий, нехватка контейнеров и пр.	Высокая стоимость, зависимость от погодных условий, утомительные проверки до и после прилета, загруженность терминалов	Риски задержек в пути	Очередь на разгрузку-погрузку на границе, загруженность терминалов

Несмотря на то, что острая фаза нехватки контейнеров пройдена, проблема не решена полностью. Недостаток контейнеров до сих пор имеется. В силу этого обстоятельства закупщику следует учесть возможное ожидание контейнера для погрузки. Простоять в очереди можно в районе 20-30 суток. Ситуация может решиться быстрее, если один товар получается объединить с другим (от другого закупщика) и поместить их в один контейнер, но поиск «попутчика» требует отдельных усилий.

С ПРИБЫТИЕМ!

Ну вот, наконец-то пройдены перечисленные выше «засады» и груз на российской таможне. Обычно здесь все вопросы сведены к минимуму (документация, соответствие и т.п.), все-таки груз уже прошел достаточно проверок, поэтому потери по времени обычно минимальны. Но бывают ситуации, когда груз задерживают и здесь. Например, в случае подозрения на превышение радиологического фона в керамических изделиях.

После таможенной проверки на российской стороне товар направляется в сортировочный центр. Если загрузка центра не превышает среднесуточную норму, то товар довольно быстро приходит покупателю (в течение нескольких дней).

НЕСКОЛЬКО ПОДСКАЗОК

Для благополучного прохождения всех этапов проверки товара важно:

- иметь грамотно оформленную сопроводительную документацию в полном объеме;
- поддерживать оперативную связь с представителем перевозчика;
- учитывать возможность задержек и планировать путь груза с достаточным запасом времени.

Для своевременного предоставлению товара своему покупателю закупщику следует:

- заблаговременно заказывать товар;
- учитывать сезоны продаж и международные праздники;
- закладывать дополнительное время на случай непредвиденных задержек;
- подготавливать все документы до момента отправки груза.

В ИТОГЕ

Закупщики добиваются в своей партнерской работе минимальных сроков от момента заказа до получения товара на своей территории. Можно только поучиться работе у таких специалистов. Те же, кто только начинает свой тернистый путь в качестве поставщика и формирует свои первые заказы, должен хорошо представлять себе, что работать можно лишь с проверенными партнерами и при условии запаса времени. Чем меньше опыта, тем больше времени следует брать в запас. Фактически формировать свою ассортиментную матрицу на определенной фабрике следует за полгода. В течение этого срока товар будет выбран, согласован, изготовлен, оформлен, проверен, перевезен, доставлен на место. А чтобы непредвиденных ситуаций случалось меньше, а их решение не вызывало паники, следует поддерживать связь со своими партнерами по перевозке.

Ритейл или интернет-торговля? Преимущества той или иной формы



Этот год стал одним из самых сложных для розничной торговли за 20 лет, что это значит для отрасли и потребителей. Падение потребительского спроса на фоне общего замедления экономики стало ключевым фактором, ускорившим кризис в российском ритейле, признаются сами участники рынка. И отмечают: покупатели стали реже ходить в магазины, осторожнее тратить деньги, а скидки и ценовая конкуренция уже не помогают поддерживать прежний уровень продаж.

Настроения бизнеса на этом фоне заметно ухудшились. Прибыльность бизнеса ритейлеры также оценили рекордно низко: показатель сократился до –34 против –15 в конце 2025-го. Индекс предпринимательской уверенности в отрасли упал до –8. Это говорит о том, что большинство компаний оценивают ситуацию на рынке негативно.

Ухудшение рыночной ситуации на рынке заставило ритейлеров активнее сокращать расходы. Компании пытаются снизить арендные ставки, а если договориться не удается – закрывают магазины или пересматривать их форматы. Среди основных проблем – слабый спрос, рост налоговой нагрузки, дорогая логистика, высокие арендные ставки и дорогие кредиты, рассказал топ-менеджер одной из крупных сетей.

Интернет-торговля демонстрирует более высокие темпы роста. Например, по итогам 2025 года объем онлайн-рынка в России вырос на 25 % год к году и достиг 14,1 трлн рублей, тогда как весь рынок розничной торговли – примерно на 10 %.

Успешных примеров узкоспециализированной и фирменной розницы на рынке немного: размытое позиционирование и непривязанный к покупательским сценариям ассортимент ведут к неустойчивому положению, упущенным продажам и низкой лояльности.

Анализируя тенденции последнего десятилетия, приходим к однозначному выводу, что в ближайшее время доля продаж сместится в онлайн- шопинг. В крупных городах миллионниках уже выросло поколение 2000-х, которое привыкло к таким платформам. Даже в небольших городах и деревнях, куда дошла цивилизация в виде пунктов маркетплейсов, магазины по продажам ТНП (товаров народного потребления) угасают.

С другой стороны, оценивая риски, например, сгорел склад WB в Электроуглях, продавцы склоняются к формированию разных форм работы.



По данным Росстата, во II квартале оценка экономической ситуации в отрасли опустилась до –24 (худший показатель за 20 лет мониторинга), а индекс прибыльности бизнеса упал до –34. Ритейлеры сталкивались с падением спроса, ростом издержек и высокой инфляцией (около 5,5 %).
Минэкономразвития оценивало рост оборота розничной торговли в 2026 году на уровне 0,8 %.

Но главный тренд 2026 года, по информации аналитиков, это гибрид: бизнес совмещает розничную точку, сайт и маркетплейсы, чтобы расширить охват и выровнять продажи в течение года. Онлайн помогает выйти за пределы района и быстро запуститься, офлайн – показать товар, проконсультировать и отдать покупку сразу.

ОНЛАЙН- ПЛАТФОРМЫ

Онлайн помогает выйти за пределы одной торговой точки и продавать клиентам из других районов, городов и регионов.

КОРОТКО

ПЛЮСЫ онлайн платформ	МИНУСЫ онлайн платформ
Большой ассортимент продукции в одном месте. Покупатель ценит свое время и выбирает возможность широкого выбора. Онлайн-продавцы предоставляют гораздо большее разнообразие товаров, чем местные магазины, а потому есть возможность покупать уникальные продукты и при этом получать их достаточно быстро. Также магазин работает круглосуточно.	**Высокая конкуренция:** рядом с малым бизнесом стоят крупные игроки. С другой стороны, нечестная конкуренция. Конкуренты могут действовать недобросовестно: заказывать отзывы, подавать ложные жалобы, чтобы спровоцировать блокировку или снизить рейтинг. Также любой продавец может скопировать оформленную карточку товара.
Быстрый запуск и низкие стартовые расходы. Не нужны аренда зала и большой штат продавцов.	**Жесткие правила и зависимость от технологий и правил площадок.** Площадка диктует свои условия: требования к контенту, упаковке, маркировке, обслуживанию клиентов. За нарушения (неверный габарит, срыв сроков, использование чужого контента) могут последовать штрафы или блокировка магазина сбой сайта или блокировка карточки может остановить продажи.
Разнообразие каналов продаж: сайт, маркетплейсы, соцсети, приложения.	**Клиент не может потрогать и проверить товар,** а доверие к новому бренду без офлайн-точки завоевать сложнее.
Сравнительный анализ и отзывы. Онлайн магазины и маркетплейсы предлагают более удобные инструменты для фильтрации и сортировки товаров по различным параметрам, таким как стоимость, рейтинг, отзывы.	**Доставка, обмены и возвраты** требуют денег и времени, а часть заказов срывается из-за ожидания.
Проще собирать контакты клиентов и возвращать их через рассылки и акции. К отзывам и рекламе на маркетплейсах больше веры, так как оставлять отзывы могут только реальные покупатели.	**Принудительные акции и скидки.** Площадка может инициировать масштабные распродажи, требуя от продавцов участия. Иногда условия акции невыгодны: цена продажи падает ниже себестоимости. При этом отказ от участия иногда ведет к повышению комиссии.
В последнее время растет популярность инфлюенс-маркетинг. Потребители доверяют мнению известных людей и выбирают те товары, которые они рекомендуют.	**Онлайн оплата.** Несмотря на то, что ИИ становится неотъемлемой частью любой сферы деятельности, многие негативно относятся к он лайн оплатам, связывают это отношение к страху попасть в мошеннические схемы.

ОФЛАЙН-ТОРГОВЛЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА

1. Тактильный опыт.

Офлайн-торговля дает покупателю возможность увидеть товар, задать вопросы продавцу и быстрее решиться на покупку. Тактильный опыт – ключевое преимущество перед этим видом торговли. Многие покупатели хотят лично оценить товар: пощупать, примерить, понюхать, проверить вес посуды, оценить фактуру материала или качество.

2. Клиентский сервис и поддержка.

Эти задачи активнее решаются в офлайн-точках продаж, где доля живого общения выше. Покупки во многом зависят от профессионализма консультантов: они должны хорошо разбираться в ассортименте и отвечать на любые вопросы потенциальных покупателей. Имеет значение и организация пространства в магазинах: удобное расположение торговой точки, налаженная работа касс, отсутствие очередей.

3. Покупка и возврат товара.

Клиент забирает товар сразу, без ожидания доставки. А если вещь не подошла, вернуть ее в офлайн-магазине часто проще: покупатель сам приносит товар, и вопрос решается быстрее, чем при онлайн-возврате. Многие покупатели до сих пор настороженно относятся к онлайн торговле и видят в ней угрозу, особенно с расцветом мошеннических схем. Больше всего отрицательное отношение к новым технологиям у людей старшего поколения. В розничном магазине есть возможность оплаты наличными и через карту сразу при покупке.

4. Специфика некоторых видов товаров.

Есть категории товаров, где офлайн-формат практически незаменим по закону или из-за специфики. Например, хрупкие изделия или посуда премиум сегмента.

5. Зависимость от интернет-платформ.

Меньше зависимости от цифровых платформ. Для некоторых покупателей это плюс: они не хотят или не могут пользоваться онлайн-сервисами (нет стабильного интернета, сложности с цифровыми платежами), поэтому офлайн для них – единственный вариант.

НЕДОСТАТКИ ОФЛАЙН-МАГАЗИНА ЧАСТО ЯВЛЯЮТСЯ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ.

РЕЗЮМЕ

Одним из самых перспективных направлений в текущем и последующем году является умеренное сочетание работы на разных платформах. Сравнительный анализ таких платформ, как сайт, маркетплейсы и офлайн-магазины, позволяет правильно распределить ресурсы.

Связка двух каналов помогает выровнять продажи в течение года: когда поток в физическом магазине падает, сайт и маркетплейсы частично компенсируют спад.

Перезагрузка: кухня и экология

До сих пор стекло удерживает прочные позиции по продажам и потребительским предпочтениям. Не отстают и симпатии к жаропрочной посуде. Покупатели утверждают, что жаропрочные закаленные боросиликатные стаканы выдерживают кипяток, лед, падения на плитку – и остаются целыми. Но сейчас остановимся на наплитной жаропрочной стеклянной посуде.

Дом уже давно перестал быть просто местом отдыха. Это – пространство, отражающее стиль жизни, настроение и индивидуальность человека. Это относится не только к интерьеру, но и к выбору кухонной посуды.

По данным исследования рынка стеклянной посуды (2025), спрос на боросиликатные изделия вырос на 34 % за последние 3 года. К 2026 году эта тенденция только усилится.

ФУНКЦИОНАЛ И ОТЛИЧИЕ

Боросиликатное стекло – это сплав кремнезема (SiO_2) и оксида бора (B_2O_3). Именно бор придает материалу уникальные свойства: низкое тепловое расширение и высокую термостойкость. Обычное стекло расширяется при нагреве на 9×10^{-6} /°C, а боросиликат – всего на 3.3×10^{-6} /°C. Это значит, что стакан не лопнет, если вы нальете кипяток в холодную посуду.

Закалка – это дополнительный этап: стекло нагревают до 600°C, а затем резко охлаждают. Это создает внутреннее напряжение, которое делает его в 4-5 раз прочнее обычного.

Жаропрочная стеклянная посуда – это изделия из специального боросиликатного стекла. Оно устойчиво к химическим воздействиям (кислотам, щелочам), не впитывает запахи и сохраняет вкус продуктов. Такую посуду можно использовать в духовке, микроволновой печи, а также на плите (с некоторыми ограничениями). Современный тренд на экологичность и безопасность действительно сильно повлиял на потребительскую активность в сегменте жаропрочной посуды. Сейчас в приоритете материалы и решения, которые одновременно берегут и природу, и здоровье.

Посуда из жаропрочного стекла действительно удобна, практична и подходит для красивой подачи блюд, которая подойдет не только домохозяйкам, но ее ценят даже фуд-блогеры.

Среди основных брендов жаропрочной стеклянной посуды можно выделить несколько наиболее именитых марок, которые имеют высокий рейтинг и положительные отзывы среди покупателей и поставщиков на протяжении многих лет. Сейчас на полках появляются много китайских вариантов изделий из боросиликатного стекла, но брендов так много, они постоянно меняются, поэтому сравнивать их с мировыми бестселлерами сложно и неуместно. И качество товара пока не проверено временем использования в России. Но проинформировать о некоторых вариантах все же должны.

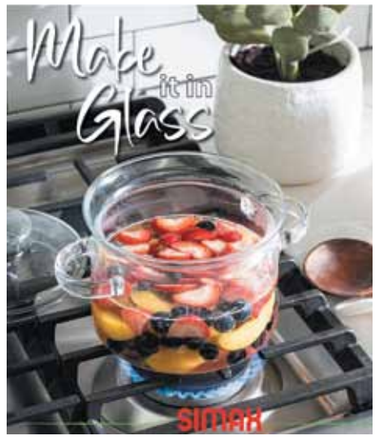
BORCAM (ТУРЦИЯ)

Это один из лидеров среди жаропрочного стекла. Очень популярный вариант, особенно для запекания, маринования и использования в СВЧ. Бренд предлагает разнообразные формы: круглые, овальные, квадратные, с крышками. Стекло термостойкое, не вступает в реакцию с пищей, а благодаря низкой теплопроводности еда в такой посуде медленнее остывает. Часто хвалят за хорошее соотношение цены и качества. Форма марки Borcam подходит и для маринования, и для запекания. Стекло этой марки устойчиво к царапинам. В некоторых моделях благодаря рельефным стенкам в форме красиво смотрятся слоеные салаты, а высокие борта позволяют готовить сочное жаркое, не боясь, что сок вытечет на противень. Также модно с успехом подавать в этих формах блюдо прямо на стол, эстетично и красиво.

SIMAX (ЧЕХИЯ)

Бренд делает ставку на боросиликатное стекло, которое хорошо выдерживает резкие перепады температур. Кастрюли и формы Simax универсальны: их можно использовать в духовке, на плите (включая индукционную), в микроволновке, а еще – для хранения еды и сервировки. Покупатели часто отмечают идеальную прозрачность, гладкую поверхность (легко моется) и то, что в комплекте часто идут крышки.





Еще несколько лет назад стеклянная посуда воспринималась многими исключительно как красивая форма для подачи салатов или десертов. Сегодня ситуация изменилась: прозрачные формы для запекания, стеклянные кастрюли и контейнеры все чаще становятся постоянными жителями кухонь. Однако у многих хозяек до сих пор остается вопрос: насколько стекло подходит для приготовления пищи и как понять, выдержит ли посуда высокие температуры?

На вопросы ответила эксперт бренда посуды из стекла Pasabahce/ПашаБахче Вероника Москвина.

Что такое термостойкость и почему она важна?

Термостойкость – это способность материала сохранять свои свойства при нагревании и охлаждении. Для кухонной посуды этот показатель особенно важен, поскольку во время приготовления она регулярно подвергается воздействию высоких температур.

Качественная жаропрочная стеклянная посуда производится из специальных видов стекла, которые способны выдерживать нагрев до очень высоких температур и не деформируются при длительном использовании.

Перед покупкой обязательно надо проверить маркировку производителя. О том, что посуда подходит для духовки, говорят надписи:



Если подобной информации нет, использовать такую посуду для запекания не рекомендуется.

Какое стекло считается самым надежным?

Одним из самых надежных материалов считается боросиликатное стекло. Оно отличается высокой устойчивостью к нагреву и перепадам температур. Именно из него часто изготавливают лабораторную посуду, где требования к прочности особенно высоки. Также широкое распространение получило закаленное стекло. Благодаря специальной обработке оно становится значительно прочнее обычного и отлично подходит для повседневного использования на кухне. Современные технологии позволяют создавать изделия, которые выдерживают многократный нагрев и охлаждение без потери прочности.

Еще один признак качественной посуды – отсутствие пузырьков воздуха, сколов и других дефектов. Такие повреждения могут стать причиной появления трещин во время эксплуатации.

Практический совет: термостойкая посуда обычно выглядит более плотной и массивной, чем обычные стеклянные тарелки или салатники.

Почему многие выбирают стекло вместо металла?

Стекло обладает рядом преимуществ: не вступает в реакцию с продуктами; не влияет на вкус готовых блюд; не впитывает запахи; позволяет наблюдать за процессом приготовления через прозрачные стенки; подходит для хранения продуктов в холодильнике.

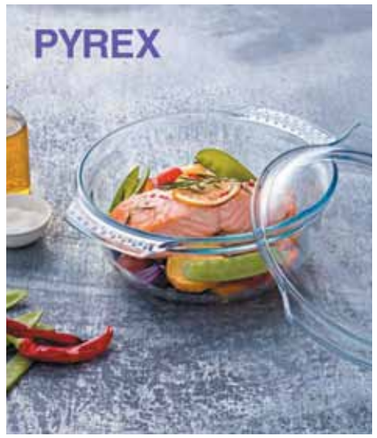
Особенно хорошо стеклянная посуда подходит для запеканок, овощных блюд, мяса и десертов.

Стеклянная посуда уже перестала быть исключительно элементом сервировки. Сегодня это полноценный инструмент для ежедневной готовки, который сочетает безопасность, удобство и эстетичный внешний вид.

Если выбирать изделия с подтвержденной термостойкостью и соблюдать рекомендации производителя, стеклянные формы и кастрюли прослужат долгие годы. Поэтому ответ на вопрос, можно ли готовить в стекле, однозначен: не только можно, но и удобно.

PYREX (ФРАНЦИЯ)

Изначально марка разрабатывала лабораторную посуду, а потом перешла на кухонную. Посуда также сделана из боросиликатного стекла (с оксидом бора), которое отлично противостоит тепловому удару. Многие модели Pyrex подходят для духовки, газовой плиты, СВЧ и даже для заморозки. В линейках есть не только кастрюли, но и формы для запекания, порционные емкости. В некоторых коллекциях этого бренда есть мерная шкала, съемная ручка. Но не вся продукция Pyrex сделана из боросиликата, в некоторых коллекциях используют закаленное силикатное стекло, которое менее устойчиво к открытому огню. Поэтому важно обращать внимание на маркировку изделия.



ГОРНИЦА (РОССИЯ)

Компания «Горница» в 2025 году наладила выпуск жаропрочной посуды из боросиликатного стекла: стеклянных крышек и форм для запекания. Формы от ТМ «Горница» – это практичные и безопасные кухонные принадлежности, которые подходят для приготовления самых разных блюд: мяса, курицы, рыбы, овощей, пирогов и запеканок. Они изготовлены из специального жаропрочного стекла, которое не вступает в реакцию с продуктами, не впитывает запахи и не влияет на вкус еды.







Компания «Горница» – российское предприятие, основанное в 2015 году в Армавире, которое специализируется на производстве литой алюминиевой посуды с антипригарным покрытием. Ассортимент включает более 500 наименований, отличительной чертой которых является узорчатое дно, являющееся частью формы для литья. В настоящее время ассортимент компании пополнился изделиями из жаропрочного боросиликатного стекла.

PRAGMA

Форма для выпечки Solso из жаропрочного стекла производится под брендом Pragma. Производитель – ООО «Сайберстор» (Россия). Фабричное производство расположено на площадке «Яндекс Фабрика» в Китае. Таким образом, ТМ Pragma создана и принадлежит российской компании, а производство товара осуществляется на китайском заводе по ее заказу. Изделия выполнены из жаропрочного стекла, подходят для духовки и посудомоечной машины, а лаконичный дизайн позволяет подавать еду на стол прямо в форме. В розницу часто изделия продают в наборах по 2 шт. разных форм. Стекло толстое, а прямоугольная форма помогает компактно расставить посуду в шкафу.



LEONORD

Бренд Leonord — российский, однако производство посуды, включая кастрюли из боросиликатного стекла, расположено в Китае. Конкретным производителем выступает компания SINBADA IMPEX CO., LTD. Этот бренд предлагает посуду эконом класса. В коллекциях этого бренда имеются кастрюли из жаропрочного стекла с крышками и ручками из нержавеющей стали. Дно равномерно распределяет тепло, обеспечивая плавный нагрев и экономя время. Эти изделия подходят для газовых и электрических плит, кроме индукционных. Кастрюли этого бренда из боросиликатного стекла отлично работают в духовом шкафу и моются в посудомоечной машине. Хороший вариант для соответствия баланса цены, потребительских свойств и функционала. Пользователи отмечают прочность при соблюдении правил эксплуатации.

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

Жаропрочная стеклянная посуда действительно имеет ряд преимуществ, которые делают ее популярной для запекания, тушения и даже хранения блюд. Давайте разберемся, в чем ее сильные стороны.

КЛЮЧЕВЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Экологическая безопасность. Этот аспект имеет наибольший вес при выборе этой посуды. Стекло не вступает в реакцию с кислотами (например, с томатами, вином, лимоном) и щелочами, не впитывает запахи и жиры: вкус и аромат продуктов сохраняются, а на поверхности посуды не остается посторонних привкусов.

Безопасность при нагреве. Качественное жаропрочное стекло (чаще всего это боросиликатное) не выделяет вредных веществ даже при высоких температурах.

Визуальный контроль. Прозрачность – одно из интересных и практичных преимуществ изделий из жаропрочного боросиликатного стекла. Можно следить за приготовлением блюда (образованием корочки, подъемом теста), не открывая духовку и не выпуская драгоценное тепло.

Устойчивость к перепадам температур. Современные производители используют боросиликатное стекло, которое выдерживает перепады до 240–300 °С. Однако важно помнить: резкий перепад (например, из холодильника сразу в раскаленную духовку) все равно может привести к трещине, если производитель не указал обратное.

Легкость в уходе. Стекло легко моется, в том числе в посудомоечной машине, и не мутнеет со временем.

НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ ПРИ ПОКУПКЕ

Маркировка. Убедитесь, что на дне есть значок духовки, надпись «жаропрочное» или «боросиликатное стекло».

Толщина стенок. Оптимальный размер: от 3 до 5 мм. Такая толщина обеспечивает баланс между прочностью, равномерным прогревом и устойчивостью к перепадам температур.

Правила эксплуатации. Нельзя ставить горячую форму на холодную или мокрую поверхность и переносить из морозилки сразу в раскаленную духовку.

Таким образом, жаропрочная стеклянная посуда – хороший выбор для многих кулинарных задач, но ключ к успеху – правильный выбор материала (боросиликатное стекло) и соблюдение правил использования.

КАСТРЮЛИ ИЗ ЖАРОПРОЧНОГО БОРОСИЛИКАТНОГО СТЕКЛА: Made in China

Сейчас на полках розничных магазинов встречается много изделий из боросиликатного стекла без опознавательных знаков.

Чем чревата такая покупка для потребителей?

Много такой посуды поступает из Поднебесной. Она интересного дизайна, более прозрачна, по цене дешевле мировых аналогов. Цены варьируются от 800 рублей за гусятницу до 4500 рублей за изделие. Посмотрим отзывы…

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ:

Эстетические и визуальные свойства. Прозрачное стекло и интересный дизайн позволяют наблюдать за процессом готовки, что выглядит очень эффектно.

Небольшой вес. Кастрюли действительно легче металлических аналогов, что удобно в использовании.

Универсальность. Многие успешно готовят в духовке и микроволновке.

Отсутствие пригорания. Некоторые отмечают, что продукты не пригорают ко дну.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ОТЗЫВЫ И РИСКИ:

Лопание. Это самый серьёзный риск. Часто это происходит из-за резкого перепада температур (например, если горячую кастрюлю поставить под холодную воду).

Брак крепления ручек. Часто встречаются случаи, когда ручки плохо закреплены, начинают трещать и отваливаются во время использования, что создаёт риск порезов.

Повреждения при доставке. Есть жалобы на то, что товар приходит разбитым, несмотря на заводскую упаковку.

Неподходящий размер. Некоторые пользователи отмечают, что объём кастрюли слишком мал для их нужд.

Материал подготовлен на основании отзывов покупателей ozon.ru; market.yandex.ru; wildberries.ru



















Всегда под рукой!





Универсальный металлический держатель для бумажных полотенец от **Prime Chef** не требует сверления для фиксации, поэтому его можно установить на кухне, где это удобно и необходимо. Что-либо пролитое на стол или на предметы, стоящие на столе, на пол – да куда угодно, или брызги (в том числе жирные или цветные) будут тут же устранены одним движением, если под рукой в ответственный момент окажется промокательная ткань одноразового полотенца. Так не откажем себе в столь необходимом удобстве (в комплекте имеется два держателя)!

www.market.yandex.ru



Американский прикол

Магазин из Китая **ФанТренд** предлагает на маркетплейсах гигиенический набор «Америка». Это оригинальный и веселый подарок, который придется по вкусу людям с чувством юмора. В набор входит туалетная бумага и двухслойные салфетки в виде купюр, что делает его не только практичным, но и забавным.

Туалетная бумага с рисунком «100 долларов» не даст вам скучать нигде. Она упакована в термопленку, что обеспечивает сохранность товара в процессе транспортировки и хранения.

www.ozon.ru

И посолить, и поперчить!



Столовые аксессуары всегда присутствуют на столе, без них не обходится ни одна сервировка. Хорошую хозяйку всегда заботит уют, комфорт и эстетика собственного дома. И набор для специй от **Bella Tanero** – яркое тому доказательство. Сегодня популярность этого предмета, состоящего из перечницы и солонки (выполнены из белоснежного фарфора, объемом 60 мл каждая) на бамбуковой подставке, подтверждена его востребованностью во многих точках розничных продаж, включая массовые онлайн-платформы. Так что, для тех, кто заинтересовался, самое время совершить милую сердцу покупку!

www.sima-land.ru



А внутри кактус!

Новое и оригинальное всегда актуально и интересно. Кружка из стекла **«Серен. Кактус»**, объемом 350 мл от **Magistro**, не исключение. На этот раз производитель представил растущий на дне кактус, который в сочетании с залитым не плотно окрашенным напитком (вода, разбавленный сок и пр.) выглядит крайне эффектно. Кружка требует бережного отношения, в частности ручного мытья с моющим средством. Зато ее использование доставляет подлинное наслаждение!

www.childresidence.ru

Природная красота и изящество на службе у Пашабахче

Pasabahçe
LIVE BEAUTIFUL

Новая коллекция тарелок **Coqina** (Кокина) от бренда Pasabahce предлагает свежий взгляд на стеклянную посуду, черпая вдохновение в естественной привлекательности морских раковин. Эти изящные предметы для сервировки стола выделяются своей природной, плавной формой, а деликатная гравировка придает им дополнительную выразительность и глубину восприятия.

Придавая утонченность любой сервировке, Coqina одинаково уместна как в повседневном использовании, так и в торжественных случаях.

Произведена на турецких предприятиях. Коллекция Coqina уже доступна к приобретению в России.

www.pasabahce.com/ru



«Щелкунчик» приглашает к столу

Компания **«Арти-М»** пополнила праздничный ассортимент текстильной коллекцией «Щелкунчик». В нее вошли салфетки, дорожки, прямоугольные и круглые скатерти из полиэстера с люрексом. Яркий декор задает настроение всей сервировке: остается расставить любимую посуду и пригласить гостей на главную роль в этом праздничном вечере.

www.arti-m.ru





Праздник в деталях

Шесть стеклянных трубочек от **Elan Gallery** украшены миниатюрными фигурками: подарком, носком, елочкой, новогодней шапкой, снеговиком и леденцом. У каждого гостя будет своя примета, чтобы не перепутать бокалы, а у сервировки – еще одна нарядная деталь. Многоразовые трубочки дополнят подачу лимонада или коктейлей, а ершик из комплекта поможет очистить их после вечеринки.

www.elangal.ru

Винтажная графика на современных подносах



Белый поднос с изображением осьминога из коллекции **Collezione** марки **knIndustrie** задает характер сервировки: тонкая графика контрастирует с лаконичной формой и теплым оттенком стаканов. Серия создана совместно с творческим дуэтом Therapiduo, предоставившим иллюстрации из своего архива. Рисунки нанесены методом шелкографии на окрашенный алюминий. Подносы можно подвешивать на стену, превращая предметы сервировки в декоративные панно.

www.knindustrie.it



Эффективно и модно!

Ситечко из нержавеющей стали от **«Рыжего кота»** (модель SS-3) – превосходный атрибут кухонной зоны, способный, в отличие от многих других аналогов, задерживать мелкие частички, приводящие к частым засорам. Сегодня это крайне актуально, ведь прочищать часто забивающийся слив – не самое приятное занятие. В комплекте идет сразу два предмета, так что можно защитить раковину не только на кухне. Удобно, доступно, практично и, что немаловажно, модно!

www.vseinstrumenti.ru



ПОСУДА

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

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

8 (903) 768-12-30

2026
2027

KUKMARA®

КАСТРЮЛЯ ЛИНИИ «ГРАНИТ»
Артикул кэк82а



www.kukmara.com