

МЕБЕЛЬШИК

Фурнитура Комплектующие Материалы Оборудование Мебель

№ 1–2 • Февраль 2026



**Наш БАЗИС
для вашей мебели**



+7 (496) 623-09-90
www.bazissoft.ru



Оборудование
для производства
мебели



Оборудование
для дерево-
обработки



Фурнитура
и комплектующие
для мебельного
производства



Оснастка
и инструмент



Оборудование
для переработки
древесных отходов



Оборудование
для производства
дверей



Оборудование
для металлообработки
в производстве
мебели



ЛКМ, клеи,
герметики,
деревозащита



Сопутствующее
оборудование,
комплектующие
и услуги



Лесо-
заготовительная
техника



WOODEX 2026

20-я Ежегодная Международная выставка
оборудования, материалов и комплектующих
для деревообрабатывающей и мебельной
промышленности

1-4.12.2026

Москва, Крокус Экспо, 1 павильон



**Забронируйте
стенд на сайте
woodexpo.ru**

+7 495 799 55 85
woodex@ite.group



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

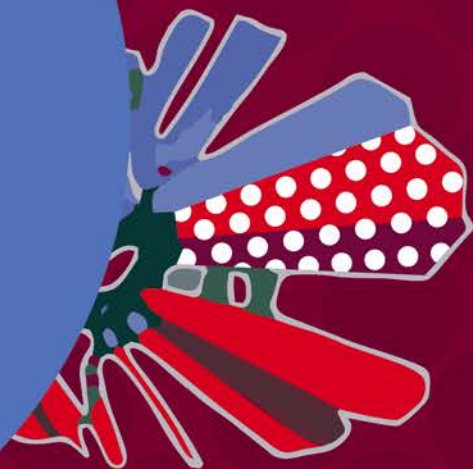
2026

Концептуальная
экспозиция от гуру
мебельной фурнитуры
на ARTDOM

BOYARD
Решение для мебели



pro
ДИЗАЙН
и прогресс



19-21.02

Москва, МВЦ Крокус Экспо,
павильон 2, зал 7



BOYARD × ARTDOM

Журнал «Мебельщик» № 01-02 февраль 2026 г.

Учредитель и издатель: Ширяева Светлана Юрьевна

Издатель, редакция журнала:

г. Новосибирск ул. Оловозаводская, 47

Тел.: +7 (383) 352-35-05, моб.: +7 913-912-4-333

E-mail: mebelsibsk@mail.ru

Главный редактор: Светлана Юрьевна Ширяева

моб. +7 913-912-4-333

e-mail: 2144333@mail.ru

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 - 82182
от 10.11.2021

Зарегистрировано Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций.

Отпечатано в ООО «ДЕАЛ»

г. Новосибирск, ул. Брюллова, 6а.

тел. +7 (383) 334-02-70, www.dealprint.ru

Подписано в печать: 05.02.2026 г.

Дата выхода: 09.02.2026 г.

Тираж 10 000 экземпляров.

Журнал распространяется бесплатно по предприятиям ме-
бельной отрасли в городах Сибири, Урала, Дальнего Востока,
в Поволжье, в ЦФО, на профильных выставках и мероприятиях.

ПУБЛИКАЦИИ

НОВОСТИ..... 9

ЦИКЛ СДЕЛКИ В B2B-ПРОДАЖАХ:

ОТ ЧЕГО ОН ЗАВИСИТ И КАК ЕГО СОКРАТИТЬ 17

ПОЧЕМУ МАРКЕТПЛЕЙСЫ — НЕ ОПЦИЯ,

А НЕОБХОДИМОСТЬ ДЛЯ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА..... 24

КАДРЫ ДЛЯ МЕБЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ..... 33

НОВОСТИ ДИЗАЙНА 39

ГРАФИК ВЫСТАВОК

МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ..... 46

ИТОГИ ВЫСТАВКИ WOODDEX 2025..... 48



Менеджеры по рекламе: Светлана Ширяева
моб.: +7 913-912-4-333

Дизайн макетов, верстка:

Наталья Зиновьева,

Юрий Катанский

Илья Дмитриев

моб.: +7 953-808-76-43

Ответственность за достоверность информации, со-
держащейся в рекламе, несут рекламодатели. Мнение
редакции может не совпадать с мнением авторов.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ИЗДАНИИ

СИСТЕМА РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЖУРНАЛА. РАСЦЕНКИ НА
РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ. ТРЕБОВАНИЯ К РАЗМЕЩАЕ-
МЫМ МАТЕРИАЛАМ. РАЗМЕРЫ МОДУЛЕЙ. АНКЕТА ДЛЯ
ПОЛУЧЕНИЯ ЖУРНАЛА ПО ПОДПИСКЕ 62

СЛОВО редактора

Дорогие мебельщики!

2026 год, скорее всего, будет непростым. Основной показатель, от которого зависит активность потребителя, — ключевая ставка, по прогнозам Сбера, снизится к концу года до 13%, что никак не поднимет падающий рынок жилищного строительства, а за ним и рынок мебели. Высокая ключевая ставка также не способствует и продажам мебели через салоны из-за дорогих кредитов.

К тому же с уходом европейского экспорта мебели и IKEA в России и Беларуси потребности в производстве мебели сократились, а компании и производственные мощности остались и стали производить мебель на внутренний рынок, который продолжил сужаться. Из ближайших дружественных стран СНГ спрос на мебель растет, пожалуй, только в Узбекистане, но государство там активно поддерживает и развивает своих местных производителей.

Продажи мебели идут неплохо сегодня у тех, кто выполняет корпоративные заказы. Продажи мебели для строительных компаний, залов ожидания и зон отдыха, отелей, санаториев, домов отдыха, кафе и других предприятий HoReCa, а также для офисных помещений, для оснащения офисно-складских помещений Light Industrial и других.

Маркетплейсы продолжают свой рост, в том числе в продажах мебели. Есть тенденция роста продаж



на маркетплейсах мебели среднего ценового сегмента и даже выше. Здесь, конечно, нужна команда, постоянная работа с логистикой и еще много чего. Об этом подробно в номере рассказал Сергей Петренко.

Ну и, конечно, выставка Woodex показала большое внимание производителей к оптимизации и автоматизации производств, минимизации участия человека в производственных процессах и добиваться высокой производительности труда на всех участках. Снижение себестоимости — важная составляющая работы производителей сегодня.

Что касается мебельной фурнитуры, 18-й пакет санкций Евросоюза серьезно меняет этот рынок. Но постепенно. Думаю, только в конце весны мы увидим, какие товары уйдут, а какие останутся, кто усилит свои позиции на рынке, а кто потеряет какую-то долю. В остальном Китай нам в помощь, ну и Турция, конечно.

Простых решений в этом году точно не будет, но всегда есть и остается большой пласт компаний, которые грамотно и умело борются за свое место под солнцем и побеждают.

Удачи всем! А мы посетим в этом году первую значимую и интересную выставку дизайна ARTDOM, которая покажет нам мировые тренды в дизайне и продемонстрирует возможности и уровень наших отечественных производителей.

*Главный редактор
Светлана Ширяева*



ФУРНИТУРА для корпусной мебели

Петли Направляющие Ручки



ВАЛМАКС

ДИЗАЙН И ПРОИЗВОДСТВО ЛИЦЕВОЙ МЕБЕЛЬНОЙ ФУРНИТУРЫ



S 250 160

ЧЕРНЫЙ МАТОВЫЙ ЦПЛ

ТИТАН ЛКП 2К

КАПУЧИНО ЛКП 2К

ЗОЛОТО МАТОВОЕ ЛКП

НОВЫЕ
МОДЕЛИ

Произведено компанией ООО "ВАЛМАКС"
Россия, 456320, Челябинская обл.
г. Миасс, а/я 919, Тургоякское шоссе 2/9
тел.: 8 (3513) 289-996 многоканальный

www.valmaks.ru
market@valmaks.ru





630005, Россия,
г. Новосибирск, ул. Журина 80/1
тел./факс: (383) 243-54-69, 224-58-44

www.bynom.ru
bynom@bynom.ru

КОМПЛЕКТЫ ПОСУДОСУШИТЕЛЕЙ «ЭНИКА» для шкафов ДСП 16; 18

Для ширины шкафа: 450 мм; 600 мм; 700 мм; 800 мм; 900 мм

БИНОМ

Производство мебельной фурнитуры
и изделий из пластмасс

Российский производитель
Качественный материал
Разнообразие комплектаций



Варианты сеток:

- сталь нержавеющая с полировкой;
- сталь с антикоррозионным покрытием «ХРОМ зеркальный»;
- сталь с антикоррозионным покрытием «ЧЕРНЫЙ матовый»

Варианты комплектации:

- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 4 держателя для сеток, 1 поддон, саморезы;
- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 4 держателя для сеток, 2 поддона, саморезы;
- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 2 держателя для сеток, рамка с регулировкой глубины, 1 поддон, саморезы;
- сетка для тарелок, сетка для стаканов, 2 держателя для сеток, рамка с регулировкой глубины, 2 поддона, саморезы.

Варианты цвета поддонов:

- полупрозрачный бесцветный;
- черный матовый



Всегда с Вами

г. Смоленск
+7 (4812) 42-24-29; 42-29-31
aldi04.ru



← Скачать каталог

МЕБЕЛЬНЫЕ КОМПЛЕКТУЮЩИЕ ИЗ ДЕРЕВА

stavros.ru



STAVROS®

8 (800) 555-46-75



«ГРУППА ЛЕНТА» ВЫКУПИТ БИЗНЕС СЕТИ «ОВИ РОССИЯ» ЧЕРЕЗ ПОКУПКУ АКТИВОВ

В периметр сделки войдут 25 магазинов с общей торговой площадью 263 тыс. кв. м, Федеральная антимонопольная служба России уже одобрила данное приобретение.

«ОВИ Россия» — одна из топ-10 сетей гипермаркетов на рынке товаров для дома и ремонта в формате DIY с более чем двадцатилетним опытом работы в нашей стране. Сеть объединяет магазины в двух основных форматах: традиционные гипермаркеты площадью 12–15 тыс. кв. м и городские магазины меньшего формата площадью 4–8 тыс. кв. м с наиболее востребованным ассортиментом.

Сделка укрепит позиции «Группы Лента» в качестве мультиформатного игрока на российском рынке. Она

позволит выйти в новый формат DIY, а также создаст предпосылки для формирования новых предложений для покупателей за счет гибридных моделей и размещения ассортимента

на территории гипермаркетов «Группы Лента». Интеграцию активов «ОВИ Россия» планируется проводить поэтапно до мая 2026 года.



НИЖЕГОРОДСКАЯ «МЕБЕЛЬ-КОМПЛЕКС» УВЕЛИЧИЛА ВЫРАБОТКУ НА 11% ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ БЕРЕЖЛИВЫХ ПРАКТИК

ООО «Мебель-комплекс» в Нижнем Новгороде отчиталось о росте выработки на 11% по итогам внедрения бережливых технологий в рамках федерального проекта «Производительность труда». Об этом сообщает Минпром Нижегородской области.

Эксперты регионального центра компетенций (РЦК) вместе с командой предприятия в течение полугода оптимизировали пилотный поток — производство корпусной мебели с фасадами из МДФ. Эта продукция формирует 37% выручки компании.

«За полгода работы на предприятии специалисты РЦК совместно с рабочей группой предприятия проанализировали процессы на предприятии и выявили 26 «узких» мест, среди которых неэффективная логистика, простои операторов, неоптимально оборудованные рабочие места. По каждому из этих пунктов были предложены решения. В частности, эксперты РЦК сократили

время ожидания операторов за счет внедрения перекатных тележек для транспортировки изделий из клеевой камеры до участка прессования, а также внедрили гидравлическую тележку с подъемником. Эти и другие изменения позволили увеличить выработку на 11 %», — рассказал Максим Черкасов, министр промыш-

ленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области.

Дополнительно РЦК обучил бережливым технологиям 20 сотрудников компании и подготовил двух внутренних тренеров, которые смогут дальше тиражировать практики на предприятии.



ПЕРВАЯ МЕБЕЛЬНАЯ АКТИВНО РАЗВИВАЕТ КОРПОРАТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

«Первая мебельная фабрика», крупнейший российский производитель мебели, сохранила в 2025 году выручку по сравнению с 2024 годом. При этом структура продаж заметно сместилась в сторону корпоративного сегмента.

По предварительным итогам 2025 года «Первая мебельная фабрика» продемонстрировала стабильные показатели: ее выручка практически не изменилась по сравнению с 2024 годом, оставшись на уровне 3,4 млрд рублей. Однако, если ранее сегмент B2C обеспечивал 62 % дохода предприятия, то в 2025 году доли B2C и B2B практически сравнялись (52 % / 48 %), что стало следствием активного роста корпоративного направления и развития сотрудничества с застройщиками. Рост продаж в этих сегментах составил 9 % и 347 % соответственно. Выручка от корпоративного направления — до 1,5 млрд рублей.

«Такая динамика подтверждает устойчивый спрос на комплексные интерьерные решения от «Первой мебельной» — как в жилых проектах, так и в общественных пространствах. Компания продолжила укреплять позиции в B2C, уделяя внимание развитию дилерской сети. В 2025 году были открыты два новых салона в гипермаркетах «Домовой», и мы расширили сеть до четырех торговых точек», — комментирует Александр Шестаков, генеральный директор «Первой мебельной фабрики», президент Ассоциации предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР).

В 2025 году «Первая мебельная фабрика» реализовала ряд крупных корпоративных контрактов. В их числе — оснащение общественных пространств Газпромбанка в отделении «Лахта-центр» офисной мебелью. Полный комплекс мебелировки и бытовой техники был выполнен для 15 объектов «Самолет Девелопмент» в Москве и Санкт-Петербурге. Завер-



шено оснащение петербургского отеля Svet на 802 номера и трех этажей офисных помещений, включая общественные зоны. Поставлена мебель для нового лабораторного корпуса городской больницы № 40 в Сестрорецке и для 1-ой детской городской больницы. Для МИД было обустроено более 400 квартир. По заказу федеральной структуры полностью оборудованы 26 ФОК.

В 2025 году произошли обновления в продуктовом портфеле — как в дизайне, так и в технологиях. Запущена новая коллекция «Мебели для дома», которая соответствует актуальным трендам в дизайне мебели и интерьера. Был проведен рестайлинг кухни «Сингл»: актуализирована цветовая палитра, отражающая тенденции в дизайне интерьеров. Одновременно с этим представлены новые коллекции: «Сфумато» — с отсылкой к итальянской эстетике, «Ритмо» — с акцентом на рельеф, вертикальную фрезеровку и древесные декоры, и «Кода» — в премиальной структуре поверхности под дерево и камень. Отдельно стоит отметить «Темпо» — фасады, где сочетаются матовая поверхность и речная фрезеровка.

«2025 год стал для Первой мебельной юбилейным и одновременно стратегически значимым», — отмечает Александр Шестаков. — Компания отпраздновала 80-летие запуском инновационного продукта — мини-кухни ДИДЖИ, выполненной с применением аддитивных 3D-технологий и переработанного ПЭТ-пластика. Этот проект стал символом перехода к цифровому производству и продемонстрировал возможности инновационного дизайна в мебели». Примечательно, что итоги работы «Первой мебельной» схожи с результатами мебельной отрасли в целом. Согласно предварительным данным АМДПР, объем производства мебели в России за год незначительно вырастет в финансовом выражении, а в натуральном сохранится на уровне 2024 года. «Успешные показатели работы и доверие покупателей подтверждают данные запросов: по статистике Яндекса мы стабильно занимаем первое место среди мебельных брендов в Петербурге», — заключает Александр Шестаков.

Первая мебельная уже много лет является ответственным производителем и поставщиком мебели для бизнеса и государственных структур. В числе реализованных проектов — поставка мебели для новой сцены Мариинского театра, для Эрмитажа, к саммитам ШОС, БРИКС и G20, комплексное оснащение объектов Олимпиады-2014 в Сочи.

Компания успешно выполняет проекты по оснащению гостиниц мирового уровня, таких как сети «Four Seasons», «Hilton» и «Park Inn». Первая мебельная продолжает развивать направление B2B, заключая контракты с крупными застройщиками, такими как Setl Group, «Пионер», ЦДС, «Самолет», ЛСР, Л1, Glorax и «ПИК».



«МЕТАДИНЕА» НАЧАЛА ВЫПУСК ФЕНОЛЬНЫХ ПРОПИТОЧНЫХ СМОЛ ДЛЯ ФАНЕРЫ

«Метадинеа» запустила производство фенольных пропиточных смол на площадке в Орехово-Зуеве. Проект обеспечит российских производителей фенольных плёнок сырьём в объёме 13,2 тыс. тонн смолы в год. Инвестиции в проект составили 28,5 млн рублей.

Фенолоформальдегидные смолы используются в производстве фенольной плёнки для ламинирования преимущественно фанеры, древесных плит и для использования во внутренних слоях декоративного пластика. Пропитанная смолой крафт-бумага при горячем прессовании формирует на поверхности листа прочный влагостойкий и износостойкий слой. Фанера такого типа используется в многоэтажной опалубке для монолитного строительства, в полах автотранспорта и вагонов, в настилах сцен и складских площадок.

По оценкам отраслевых исследований, объём российского рынка фенольных плёнок составляет порядка 170 млн квадратных метров. Спрос на пропиточные смолы растёт на фоне ограничения импорта фенольных плёнок и технологий их производства. Запуск расширил продуктовые возможности «Метадинеа» на рынке смол для фанерной промышленности.

«Запуск собственного смоляного производства позволит нам оперативно закрывать растущую потребность в сырье, достаточном для выпуска 50 млн квадратных метров плёнки, обеспечивая качество и техническое сопровождение наших клиентов», — отметил коммерческий директор «Метадинеа» Андрей Кубасов.

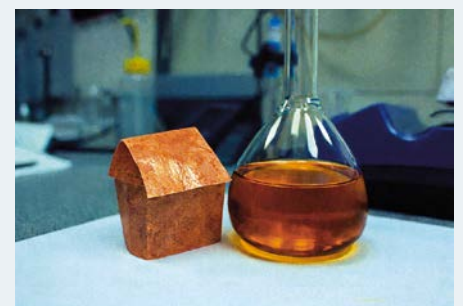
Для реализации проекта «Метадинеа» модернизировала один из реакторов на площадке в Орехово-Зуеве. На нём по-прежнему выпускаются карбамидоформальдегидные и фенолоформальдегидные смолы, но теперь оборудование позволяет производить и новую пропиточную фенолоформальдегидную марку.

«При разработке рецептуры нам удалось добиться стабильной степени пропитки бумаги, что позволяет использовать смолу на современных высокопроизводительных линиях изготовления фенольной плёнки. Она остаётся эластичной при резке и хранении, но полностью полимеризуется под давлением и нагревом», — подчеркивает ведущий инженер-химик по разработкам рецептур «Метадинеа» Дмитрий Коровин.

Продукция уже прошла испытания и официально допущена к использованию у нескольких потребителей. Новая марка отличается

стабильностью эксплуатационных свойств получаемой плёнки, низким содержанием мономеров и предсказуемыми параметрами от партии к партии, что снижает необходимость корректировки технологического процесса у потребителей.

«Метадинеа» разрабатывает линейку продуктов для плитной промышленности, включая слоистые пластики. В ближайшее время будут также представлены пропиточные смолы для производства различных видов HPL-пластиков.



В РОССИИ УВЕЛИЧАТ ФИНАНСИРОВАНИЕ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА

В 2026 г. в рамках планового финансирования государственной программы «Развитие лесного хозяйства» будет выделен 81 млрд руб., что на 18,7 млрд руб. больше, чем в 2025-м, сообщает пресс-служба «Рослесхоза».

«Благодаря совместной работе с Минприроды России и Минфином финансирование лесного хозяйства на следующий год увеличилось, — подчеркнул руководитель «Рослесхоза» Иван Советников. — Более 80%



средств будет направлено в регионы на переданные полномочия в области лесных отношений — заработная плата работников лесного хозяйства, охрана, защита и вос-

производство лесов. Уверен, что это позволит в следующем году нам повысить эффективность ведения лесного хозяйства и достичь установленных показателей».

ИКЕА НАШЛА «ПРЕДКОВ» СВОЕЙ МЕБЕЛИ В ЛУВРЕ

Шведский бренд ИКЕА представил рекламную кампанию Affordable Masterpieces («Доступные шедевры») в Саудовской Аравии и Бахрейне и сравнил свои товары с предметами на картинах знаменитых художников, чтобы подчеркнуть историчность дизайна.



Проект Affordable Masterpieces призван изменить восприятие бренда как производителя простой и дешевой мебели. Кампанию разработало агентство Memac Ogilvy для рынков Саудовской Аравии и Бахрейна. Ее цель — изменить восприятие бренда и показать, что дизайн мебели ИКЕА основан на классических формах и имеет многовековую историю. На рекламных баннерах полотна художников соседствуют с товарами. В произведениях искусства выделены предметы, дизайн которых повторяет современная мебель и декор бренда. Посыл кампании: «Мы не изобретали хороший дизайн, мы просто сделали его доступным для всех».

Почему ИКЕА делает это сейчас? Бренд стремится показать преемственность дизайна. В ИКЕА подчеркивают, что формы, которыми веками восхищались, теперь доступны массовому потребителю. Что отличает эту кампанию:

Новый ракурс. Впервые бренд напрямую апеллирует к истории искусства в рекламе, позиционируя себя как наследника традиций, а не только как инноватора.

Фокус на доступность. Кампания напрямую связывает концепцию шедевра с демократичной ценой.

В ТЮМЕНИ ВЫСТАВЛЕН НА ПРОДАЖУ ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС ФАБРИКИ «ЗАРЕЧЬЕ»

В Тюмени выставили на продажу имущественный комплекс бывшего мебельного завода «Заречье» за 170 млн рублей. Объект площадью 11 тысяч квадратных метров на улице Большая Заречная в центральной части города ищет потенциального инвестора. Соответствующая информация появилась на доске интернет-объявлений.

По этому адресу долгое время функционировала мебельная фабрика «Заречье». Также там работал музей «Мебель старой Тюмени». Здесь же в 1859 году появилась первая в городе сундучная мастерская.

Объект представляет собой единый функциональный комплекс: около 10 тыс. квадратных метров занимают производственно-складские площади, еще одну тыс. квадратных метров — офисное здание, которое имеет статус объекта культурного наследия. Производственные помещения заявлены как капитальные и отапливаемые с возможностью зонирования и поэтапного использования, а также удобными подъездными путями для логистики и складской деятельности.

Мебельная фабрика была создана в 1945 году, изначально она специализировалась на производстве стульев, столов и табуретов. Через 15 лет начался выпуск полированной мебели и зеркал.

До перестройки «Заречье» значилась филиалом «Тюменьмебели»



и функционировала фактически как субподрядная структура. В период приватизации фабрика была реорганизована в акционерное общество «Заречье», во главе которого встал генеральный директор Сергей Киверин. Он также создал и возглавил Ассоциацию мебельщиков Тюменской области. Предприятие в те годы процветало.

ООО «Заречье» было учреждено в 2015 году в Тюмени. Основной вид деятельности — производство мебели. Учредитель — Юрий Котов. Численность сотрудников сократилась с 214 человек в 2018 году до 178 в 2024-м.

В 2024 году выручка ООО «Заречье» составила 287,3 млн руб., это на 17% меньше, чем в 2023-м. Убыток увеличился на 32% — до 13,1 млн руб.



В октябре 2025 года предприятие стало фигурантом иска о банкротстве, который подала Федеральная налоговая служба. Согласно материалам дела, фабрика задолжала в бюджет почти 15 млн рублей.

Также в октябре прошлого года поступила информация, что закрываются два розничных магазина сети «Заречье» — в «Новом Магните» и на ул. Щербакова, а в ноябре был запущен процесс ликвидации компании. В областном департаменте труда и занятости населения сообщают, что «Заречье» подало сведения о поэтапном сокращении 77 сотрудников. Оно проводится с июня прошлого года до середины февраля 2026-го.

В декабре 2025 года стало известно о ликвидации мебельной фабрики «Заречье».



ASKO И SOTKA — НА ГРАНИ БАНКРОТСТВА

Asko и Sotka — это две крупные финские сети розничных магазинов, которые продают мебель и товары для дома.

Asko предлагает широкий ассортимент мебели и решений для интерьера. Sotka также специализируется на мебели и товарах для дома, но предлагает более бюджетные или акционные решения по сравнению с Asko.

На днях стало известно, что компания-владелец Asko и Sotka Indoor Group Oy, которая является ведущим ритейлером мебели и товаров

для дома в Финляндии, столкнулась с угрозой банкротства из-за накопленных долгов.

Иск об их несостоятельности подала в окружной суд Хельсинки компания Unico Finland Oy, которая производит различную мебель для Asko и Sotka под несколькими брендами. По словам операционного директора Unico Finland Анри Сааримаа, речь идет о крупной сумме неоплаченной задолженности со стороны Indoor Group. За последние годы компания провела несколько переговоров о смене руководства. Ито-

гом 2024 года для Indoor Group стал убыток почти в 6 млн евро при чистом объеме продаж в 162 млн евро.

В финансовой отчетности за 2024 год была выявлена проблема с финансовым положением, которая, как пишут местные СМИ, «создает существенную неопределенность в отношении способности компании осуществлять свою деятельность».

Помимо торговых сетей Asko и Sotka в состав Indoor Group входит мебельная фабрика Insofa. В Indoor Group работает более 600 сотрудников. В мае прошлого года Indoor Group объявила о предстоящих увольнениях нескольких десятков человек из-за убытков.

В Финляндии у Asko и Sotka — более 70 торговых точек. Asko считается старейшей из них — компания начала свою деятельность в Лахти в 1918 году. В ноябре 2023 года Indoor Group закрыла все свои мебельные магазины Asko и Sotka в Эстонии после 23 лет присутствия в стране.

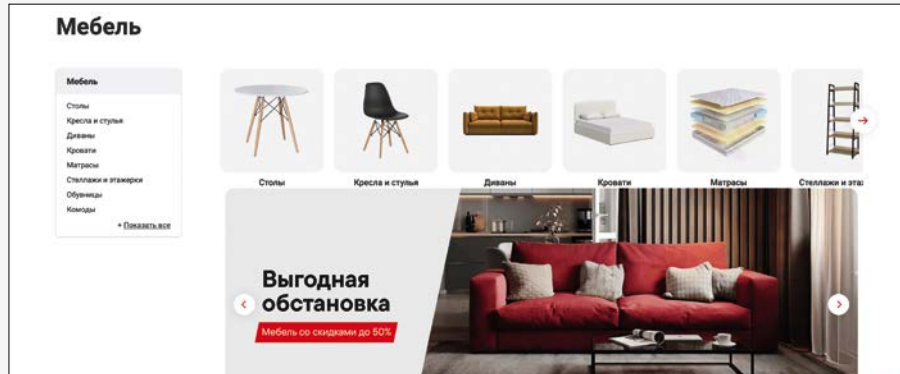


АКЦИИ «М.ВИДЕО» ПОДОРОЖАЛИ НА 9% НА ФОНЕ ЗАПУСКА ПРОДАЖ МЕБЕЛИ

Акции «М.Видео» на торгах Московской биржи подорожали на 9,2% и достигли 87,15 руб. Котировки выросли на фоне новости о выходе маркетплейса компании на мебельный рынок.

29 января «М.Видео» объявила о запуске продаж широкого ассортимента мебели на собственном маркетплейсе. Сейчас в категории «мебель» на площадке представлено более 30 000 активных SKU (единица складского учета).

Руководитель компании Владислав Бакальчук уточнил, что в ближайшей перспективе маркетплейс сосредоточится на расширении ассортимента, подключении ключевых продавцов рынка, сокращении сроков доставки и развитии новых



логистических моделей. Отдельное внимание будет уделено развитию формата мебели на заказ и расширению предложения в среднем и премиальном сегментах.

20 января сообщалось, что оборот маркетплейса «М.Видео» в декабре 2025 г. вырос на 83% по сравнению с аналогичным периодом 2024 г.

до 2,9 млрд руб. За весь прошлый год оборот площадки составил 14,1 млрд руб. Существенный рост в динамику обеспечили предновогодний спрос, расширение ассортимента и высокий интерес покупателей к электронике, технике для дома и категориям активного образа жизни.

НАПОЛНИТЕЛИ ДЛЯ МАТРАСОВ И МЕБЕЛИ ИЗ ВТОРСЫРЬЯ

В России набирает обороты практика переработки текстильных отходов во вторичные ресурсы.

Так, за 2025 год из 700 тонн старой одежды было произведено более трех миллионов квадратных метров наполнителя, используемого в изготовлении матрасов и мягкой мебели.

Благодаря применению передовых технологий получаемый материал отличается высокой прочностью и долговечностью. Он обладает превосходной упругостью, способен быстро принимать исходную форму после сжатия и имеет длительный срок эксплуатации, что объясняет его популярность среди производителей.

По словам заместителя министра природных ресурсов и экологии РФ Дениса Буцаева, такие инициативы напрямую способствуют созданию в стране экономики замкнутого цикла. Они дают возможность подарить старым вещам новое предназначение, предотвращая их накопление на полигонах.

Основным продуктом переработки является регенерированное волокно. Оно служит сырьем не только для мебельных наполнителей, но и для выпуска таких изделий,



как автомобильная шумоизоляция и ватин. В Челябинске предприятие АО «Втор-Ком» за прошлый год утилизировало свыше 700 тонн бывшего в употреблении текстиля.

В целом по стране функционирует около двух десятков предприятий, специализирующихся на переработке текстиля, с общей мощностью примерно 227 тысяч тонн ежегодно. Из восстановленного сырья изготавливают разнообразную продукцию, включая ветошь, пряжу, рабочие перчатки, утеплители и звукопоглощающие панели.

Эти процессы соответствуют целям национального проекта «Эко-

логическое благополучие», который стартовал в 2025 году. Одно из его ключевых направлений — построение экономики замкнутого цикла, которая к 2030 году должна обеспечить стопроцентную сортировку всех твердых коммунальных отходов. Целевыми показателями также являются снижение доли захоронения ТКО до 50% и введение в хозяйственный оборот не менее четверти отходов в виде вторичных ресурсов. Координирует эту работу публично-правовая компания «Российский экологический оператор» (РЭО), учрежденная для создания в России комплексной системы обращения с ТКО.

ЗАВОД ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ МЕБЕЛЬНОЙ ФУРНИТУРЫ ПРЕДЛАГАЮТ ПОСТРОИТЬ В БИЙСКЕ

В Алтайском крае предлагают построить 4 завода с общим объемом вложений 3,9 млрд рублей. Специалисты подготовили новые инвестиционные предложения, опираясь на наличие свободных участков, сырья, транспортной логистики и стремление «импортозаместить» имеющуюся на рынке продукцию. Расчеты для организации четырех новых производств разработал «Алтайский центр инвестиций и развития».

Одно из инвестиционных предложений касается производства мебель-



ной фурнитуры. Для потенциального предприятия выбран участок в Бийске площадью почти 5 га. Отмечает-

ся, что это самое емкое финансово предложение — от бизнеса ждут вложений в 1,9 млрд рублей.

«По проекту планируется производство широкого ассортимента изделий, включая петли с доводчиком, ручки-скобы, ручки-кнопки, направляющие. Важно отметить, что ассортимент может быть адаптирован под требования конкретного инвестора. Планируется создание около 95 рабочих мест. Ожидается, что реализация займет два года», — отметили в региональном Центре инвестиций.

В РОССИИ ПОЯВИЛСЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛОГ EBAY — MIGTORG

Онлайн-платформа Migtorg объединила торги автомобилями, оборудованием, мебелью, электроникой и другими активами. Аукционный формат площадки обеспечивает открытое ценообразование и понятные условия сделок.

Появление в России цифровых аукционных площадок нового формата стало логичным ответом на изменения в структуре рынка и поведении покупателей. За последние годы спрос на прозрачные и понятные механизмы покупки и продажи имущества заметно вырос, и речь идет уже не только об автомобилях. В этом контексте все чаще звучат сравнения с глобальными маркетплейсами вроде Ebay, когда одна платформа объединяет разные категории лотов и сводит бизнес и частных лиц в едином пространстве торгов.

Онлайн-площадка Migtorg долгое время была известна россиянам, как аукцион по реализации битых и целых автомобилей. Сегодня



линейка торгов расширилась новым разделом «Имущество», и уже представлена более чем тысячей активных лотов. Среди них: производственные остатки, офисное оборудование и электроника, товары народного потребления и автозапчасти.

На фоне роста издержек и замедления оборота активов компании все чаще ищут быстрые и эффективные каналы реализации имущества.

Параллельно частные покупатели и малый бизнес проявляют устойчивый интерес к аукционным форматам, как способу сэкономить без потери качества, в том числе учитывая обязательные платежи вроде утильсбора. Рынок ресейла и неликвидов постепенно выходит из серой зоны и формируется в самостоятельный сегмент со стабильным спросом.

«Наша цель — не изобрести велосипед, а создать отечественный аналог Ebay с понятной и безопасной средой, где покупка и продажа имущества происходит прозрачно и по рыночным правилам. Мы устраиваем аукцион так, чтобы участники заранее понимали условия сделки, а цена формировалась открыто, без скрытых механизмов. И конечно же, особое внимание уделено противодействию мошенникам, передача денежных средств осуществляется только после подписания договора купли-продажи», — рассказал Александр Коротков, генеральный директор Migtorg.

УЧЕБНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ «СВЕЗЫ» НАЧАЛА РАБОТУ В УРАЛЬСКОМ ЛЕСОТЕХНИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Группа «Свеза» открыла лабораторию для практических занятий на базе Уральского государственного лесотехнического университета (УГЛТУ, г. Екатеринбург).

Новая лаборатория предназначена для теоретической и практической подготовки студентов технических специальностей и сотрудников «Свезы». Пространство оснащено обучающими стендами, мультимедийным оборудованием, мебелью и образцами продукции компании. Здесь будут проходить занятия, ориентированные на реальные производственные процессы лесопромышленного комплекса. Инвестиции «Свезы» составили 2 млн руб.

«Для нас важно, чтобы будущие специалисты знакомились с отраслью не только по учебникам, но и через практику, приближенную к реальному производству, — говорит директор комбината «Свезы» в Верхней Силыихе Виктор Афанасьев. — Лаборатория в УГЛТУ — это вклад в подготовку кадров, которые уже на этапе обучения понимают требования современного предприятия и осознанно выбирают профессию».

В 2026 г. компания планирует направить еще 2 млн руб. на ремонт и дополнительное оснащение помещения. К новому учебному году лаборатория станет полноценным профориентационным пространством, где студентов будут сопро-

вождать от изучения теоретических основ до прохождения практики с возможностью дальнейшего трудоустройства на комбинат «Свезы» в Верхней Силыихе.

«Наш университет много лет сотрудничает с комбинатом «Свеза» в Верхней Силыихе в сфере подготовки кадров и повышения квалификации сотрудников, — подчеркнул директор инженерно-технического института УГЛТУ Андрей Мехренцев. рии стало очередным шагом в развитии этого партнерства. Лаборатория уже оснащена современными обучающими стендами, проведен их технический запуск. В ближайшее время стартует второй этап создания совместной лаборатории».

ЦИКЛ СДЕЛКИ В B2B-ПРОДАЖАХ: ОТ ЧЕГО ОН ЗАВИСИТ И КАК ЕГО СОКРАТИТЬ

Цикл сделки — это путь, который проходит клиент от первого контакта с компанией до момента подписания договора и оплаты. Он зависит от сложности продукта, стоимости, типа рынка, качества лидов, уровня конкуренции, навыков менеджеров по продажам, а также от скорости внутренних процессов компании.

Понимание и анализ цикла помогает управлять продажами, прогнозировать прибыль и оптимизировать процессы, сокращая время от первого касания до закрытия сделки.

Из каких этапов состоит цикл сделки? Почему он напрямую зависит от доверия клиента. В каких случаях бизнесу стоит сокращать цикл сделки, а когда в этом смысла нет? И как сократить цикл сделки, если это все же необходимо?

ЧТО ТАКОЕ ЦИКЛ СДЕЛКИ И ИЗ КАКИХ ЭТАПОВ ОН ОБЫЧНО СОСТОИТ

Цикл сделки — это путь, который проходит клиент от первого контакта с компанией до момента подписания договора и оплаты. Для кого-то этот путь занимает неделю, для кого-то — год. И дело здесь не только в сложности продукта или размере чека. Дело в том, сколько времени нужно клиенту, чтобы начать вам доверять.

Классический цикл включает несколько этапов:

- квалификация лида;
- презентация решения;
- коммерческие переговоры;
- согласование условий;
- юридическая проработка;
- закрытие сделки.

На каждом из этих этапов клиент принимает микрорешения: продолжать общение или нет, запрашивать коммерческое предложение или подождать, выделять бюджет или отложить вопрос. И каждое из этих микрорешений зависит от одного — насколько клиент вам доверяет прямо сейчас.

Принципиальная разница между B2B и B2C-продажами лежит именно в природе этого доверия

Когда вы покупаете кроссовки за 10 тысяч рублей, вы принимаете решение за 15 минут в магазине. Вы доверяете бренду, смотрите на дизайн, мерите —



Дмитрий Норка — один из лучших продавцов и бизнес-тренеров в России (согласно крутым профессиональным рейтингам). Он эксперт с 30-летним стажем, которому доверяют «Сбербанк», «Газпром», 1С и другие акулы коммерции. А, кроме того, он Президент Национальной ассоциации профессионалов продаж, директор собственной Школы экспертных продаж, автор нескольких книг, две из которых «Ответственная вовлечённость» и «Нейросети в B2B-продажах. Как технологии помогают понимать клиента» вошли в число номинантов премии «Деловая книга года». Официальный сайт: doverie.biz.

и покупаете. Цена ошибки низкая: не понравятся — отдадите другу, брату или просто перестанете носить. Один человек принял решение, один человек понес последствия.

В B2B все иначе. Когда финансовый директор выбирает софт за два миллиона рублей, он не может просто «попробовать и вернуть». Его решение повлияет на работу всего отдела продаж, потребует обучения сотрудников, интеграции с существующими системами. Если он ошибется — пострадает не только бюджет, но и его репутация внутри компании. Поэтому он будет проверять вас месяцами: изучать кейсы, созваниваться с вашими клиентами, требовать пилот, подключать коллег к оценке, согласовывать решение с генеральным директором.

В B2C покупают продукт, а в B2B покупают снижение рисков

И чем меньше клиент вам доверяет, тем больше ему нужно времени на проверки, согласования и дополнительные подтверждения вашей надежности. Весь цикл сделки — это, по сути, процесс накопления достаточного уровня доверия для принятия решения.

КОГДА БИЗНЕСУ СТОИТ СОКРАЩАТЬ ЦИКЛ СДЕЛКИ И ПОЧЕМУ

Представьте IT-компанию, которая тратит 50 тысяч рублей на привлечение одного лида. Цикл сделки — 6 месяцев. Это значит, что каждый месяц работы с клиентом стоит компании денег: зарплаты менеджеров, накладные расходы, упущенные возможности работать с другими клиентами. А деньги в кассу придут только через полгода. В это время владелец бизнеса вынужден изыскивать средства на текущие расходы, иногда брать кредиты или откладывать развитие.



Длинный цикл сделки — это замороженные деньги

И чем он длиннее, тем дороже обходится каждый клиент. Если у вас высокая стоимость привлечения лида и при этом растянутый процесс продажи, вы рискуете столкнуться с кассовыми разрывами даже при хорошем потоке заявок. Сокращение цикла в такой ситуации — это вопрос выживаемости бизнеса.

Но дело не только в деньгах. В динамичных отраслях длинный цикл означает, что пока вы согласовываете детали договора два месяца, ваш клиент продолжает общаться с конкурентами.

Насколько важно не затягивать с КП

Один из моих клиентов потерял крупную сделку именно так: его компания предлагала лучшее решение и более выгодные условия, но процесс одобре-

ния коммерческого предложения внутри компании занял шесть недель.

За это время конкурент, который работал быстрее и проще, успел провести пилот, показать результаты и закрыть договор. Клиент просто не стал ждать.

Скорость сама по себе создает доверие

Когда компания реагирует быстро, предлагает решение без бюрократии, не тянет с ответами — это считается как профессионализм и уверенность в своем продукте. Медлительность, наоборот, вызывает вопросы: если вы так долго думаете над коммерческим предложением, то как быстро будете решать проблемы после покупки?

Короткий цикл становится критичным и при масштабировании бизнеса. Если ваша цель — расти, вам нужно закрывать больше сделок за единицу времени. Производственная компания со средним циклом девять месяцев физически не может вырасти в два раза за год — математика не сойдется. А компания с циклом шесть недель может удвоить обороты, просто нарастив поток лидов.

Но сокращение цикла работает при одном условии: оно не должно происходить за счет давления на клиента или снижения качества работы. Быстрый цикл — это не агрессивные продажи. Это результат того, что клиент быстрее накапливает достаточный уровень доверия для принятия решения.

КОГДА В СОКРАЩЕНИИ ЦИКЛА СДЕЛКИ НЕТ СМЫСЛА

Не всякую сделку нужно ускорять. Более того, попытка сократить цикл там, где это неуместно, может разрушить сделку полностью.

Почему давить в сделке на большие суммы нельзя

Когда компания внедряет ERP-систему за 10 миллионов рублей, цикл сделки может растянуться на год. И это правильно. Клиенту нужно провести аудит текущих процессов, собрать требования от всех подразделений, получить одобрение совета директоров, возможно, провести тендер, проверить поставщика на благонадежность.

Это не прихоть — это разумная предосторожность при покупке на такую сумму. Попытка форсировать процесс выглядит не как профессионализм, а как отчаяние. Или хуже — как попытка что-то скрыть.

Давление на клиента в крупном бизнесе, для которого характерны сложные продажи, долгосрочные

Цикл сделки в B2B-продажах: от чего он зависит и как его сократить



отношения и специфический подход к работе. разрушает доверие быстрее, чем что-либо еще.

Бывают ситуации, когда клиент объективно не готов принять решение быстро. Компания находится в процессе реорганизации, бюджеты не утверждены, ключевые лица принятия решений в отпуске или на больничном.

Как сделка может сорваться из-за независящих от продавца причин

Производственное предприятие полгода выбирало систему управления складом, но в итоге сделка не состоялась. Не из-за продукта, а потому что компания была куплена более крупным игроком, и все закупки заморозили до интеграции бизнесов. Можно было попытаться давить и ускорять, но это была бы пустая трата времени.

Есть отрасли, где длинный цикл — это данность, и с этим нужно просто смириться. Госсектор, банки, фармацевтика, медицина — там свои процедуры, регламенты и сроки согласований. Вы можете работать над тем, чтобы вам доверяли больше, готовить безупречные документы, быть на связи 24/7, но сократить цикл закупки в госучреждении с четырех месяцев до двух недель вы не сможете. Попытка это сделать только испортит отношения.

И наконец, бывают случаи, когда короткий цикл убивает маржинальность сделки. Чтобы закрыть клиента быстро, менеджеры начинают давать скидки, которые съедают всю прибыль.

Как скидка съела прибыль

Компания продавала консалтинг со скидкой 30%, лишь бы клиент подписал договор в этом квартале.

В итоге проект выполнили себе в минус, потому что реальная стоимость работ оказалась выше, чем договорная цена.

Лучше подождать месяц и продать по нормальной цене, чем гнаться за скоростью в ущерб бизнесу.

Короткий цикл — это не самоцель. Важна не скорость ради скорости, а предсказуемость и здоровая экономика сделки.

КАК СОКРАТИТЬ ЦИКЛ СДЕЛКИ

Самые короткие циклы продаж у компаний, которым не нужно доказывать свою надежность с нуля при каждой новой встрече. Они уже доказали ее до первого звонка. Клиент приходит к ним человеком, который уже что-то про них знает, читал их материалы, видел кейсы, слышал отзывы. Уровень доверия на старте выше — цикл короче.



Как прогрев аудитории помогает на старте переговоров

Одна IT-компания вела экспертный блог о внедрении своих продуктов: разбирала ошибки, публиковала чек-листы, делилась реальными кейсами с цифрами.

Через полтора года регулярных публикаций средний цикл сделки у них сократился с четырех месяцев до шести недель. Не потому что продукт изменился или менеджеры стали лучше продавать. А потому что клиенты приходили уже «прогретыми» — они читали статьи, понимали подход компании, доверяли экспертизе.

На первой встрече не нужно было тратить час на рассказ «кто мы такие» — можно было сразу переходить к обсуждению задачи.

Доверие начинается не с первой встречи, а с первого касания

Если у вас есть репутация, контент, видимая экспертиза — вы уже на шаг впереди конкурентов, с которыми клиент еще только знакомится.

Но даже если клиент пришел «холодным», вы можете не тратить его и свое время впустую. Жесткая квалификация на входе — один из самых недооцененных инструментов сокращения цикла.

Как квалификация на входе увеличила конверсию в сделку

Производитель промышленного оборудования внедрил детальный чек-лист квалификации: есть ли утвержденный бюджет, кто принимает финальное ре-

шение, какие сроки, рассматривают ли конкурентов, каковы критерии выбора.

Если хотя бы на три вопроса из семи не было четкого ответа — менеджер не назначал встречу, а предлагал клиенту сначала разобраться внутри компании.

Звучит жестко, но результат говорит сам за себя: они перестали тратить время на «информационные встречи» с теми, кто просто мониторит рынок или собирает предложения для галочки.

Конверсия из первой встречи в сделку выросла с 15% до 40%, а средний цикл сократился, потому что в работу брали только готовых клиентов.

Когда вы не тратите время человека на бесполезные встречи, вы демонстрируете уважение. А это тоже форма доверия.

Типичная ошибка B2B-продаж — работать через посредника

Менеджер общается с тем, кто инициировал контакт, готовит для него презентацию, отвечает на вопросы, но реальные лица, принимающие решение, сидят где-то в тени. Информация передается через «испорченный телефон», искажается, теряет убедительность. А главное — теряется время.

Почему важно презентовать продукт сразу ЛПР

Консалтинговая компания изменила подход: при первом же контакте они просили собрать на встречу всех, кто будет участвовать в принятии решения. Не всегда это получалось, но в 60% случаев — да.

Эти сделки закрывались на 40% быстрее, чем те, где был «представитель заказчика». Потому что на одной встрече все стейкхолдеры слышали одну и ту же информацию, задавали свои вопросы, получали ответы. Не было многомесячной переписки, где одно и то же объясняется по кругу разным людям.

Когда все ключевые фигуры видят вас и ваше решение одновременно, у них формируется общее понимание и общий уровень доверия. Это резко ускоряет внутреннее согласование на стороне клиента.

Еще один фактор, который часто растягивает цикл — сложность выбора

Когда клиенту нужно разобраться в десятках опций, модулях, индивидуальных условиях и тарифах, он начинает тонуть в информации и бояться. А страх ведет к откладыванию решения.

Почему важно предлагать простой и четкий выбор

Компания, продающая облачные сервисы для бизнеса, столкнулась с тем, что клиенты запрашивали коммерческие предложения, а потом думали месяцами.



Они убрали индивидуальный подход к ценообразованию и сделали три фиксированных пакета: «Старт», «Бизнес», «Корпорация». В каждом пакете — четкий набор функций и четкая цена. Никаких «зависит от объема», «рассчитаем индивидуально», «обсудим детали».

Клиенты стали принимать решение в два раза быстрее не потому, что продукт упростился, а потому что упростился выбор. Прозрачность и простота считаются как «нам нечего скрывать». А это создает доверие.

Социальное доказательство работает сильнее любых аргументов

Когда клиент видит, что другие компании уже купили у вас, внедрили, получили результат и довольны — его страхи уменьшаются.

Как реальные отзывы сработали лучше презентации

B2B-сервис в сфере логистики начал показывать на первой же встрече короткие видеоотзывы клиентов. Не постановочные ролики, а простые записи на телефон, где реальные люди рассказывают, с какой проблемой пришли и что получили.

Это сработало лучше любых презентаций. Возражений стало меньше, вопросов «Вдруг не получится?» — тоже. Цикл сократился, потому что часть работы по построению доверия сделали за них их же клиенты.

Иногда цикл растягивается не из-за клиента, а из-за вас

Ваша внутренняя бюрократия, согласования, юридическая служба, которая правит договор две недели — все это тормозит сделку. Клиент готов купить, а вы не можете оперативно подготовить документы.

Почему нужно минимизировать число согласований

Одна компания дала менеджерам право одобрять скидки до 15% без согласования с руководством. Кажется бы, мелочь. Но скорость реакции выросла кратно. Клиент запрашивает скидку — и получает ответ в тот же день, а не через неделю. Это производит впечатление.

Клиент видит, что вы гибкие, оперативные, что с вами легко работать. И это тоже доверие — доверие к тому, что после сделки вы будете такими же быстрыми и удобными.

Клиенту нужно тестировать продукт по-максимуму

Наконец, один из самых сильных инструментов сокращения цикла — дать клиенту возможность проверить вас без больших рисков. Пилотный проект, тестовый период, MVP — все, что позволяет попробовать, прежде чем совершить крупную покупку.

Почему важно давать полноценный доступ к продукту для теста

SaaS-компания предложила своим потенциальным клиентам бесплатный пилот на месяц. Не демо-доступ с ограничениями, а полноценную работу с их данными, с настройкой под их процессы, с поддержкой.

Да, это стоило ресурсов. Но 60% тех, кто прошел пилот, становились платящими клиентами в течение двух месяцев. А без пилота средний цикл был шесть месяцев, и конверсия — 25%.



Логика простая: когда клиент уже работает с вашим продуктом, видит результаты, его команда привыкла к интерфейсу — порог входа в платную версию минимальный. Он уже не боится, что «не приживется» или «не подойдет». Он проверил. Риск снят — решение принимается быстро.



ФАСАДЫ И СТОЛЕШНИЦЫ



ПЛАСТИК: ABET, ARPA, LEMARK, Melatone и др.

КЛЕЙ КРАСНЫЙ Interkol (Германия)

г. Новосибирск, офис-склад: ул. Мира, 54а, тел. (383) 353-39-39, 353-39-70, e-mail: 3533939@gmail.com



ПВХ ПЛЕНКА:
АЛЬПАКА
LUXURYMAT

МОРИЛКА:
ИТАЛЬЯНСКИЙ
ОРЕХ 5500Е

ФАСАДЫ ПВХ

Коллекция:

Фасады ПВХ со вставкой
из массива дерева

Наименование:

РИС. 345-2



ПОЧЕМУ МАРКЕТПЛЕЙСЫ — НЕ ОПЦИЯ, А НЕОБХОДИМОСТЬ ДЛЯ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА

Готовая аудитория миллионов покупателей без затрат на привлечение трафика. Одно из главных преимуществ маркетплейсов — мгновенный доступ к огромной базе активных покупателей. В отличие от собственного сайта, который требует постоянных инвестиций в контекстную рекламу, SEO и контент-маркетинг, площадки уже обладают сформированной аудиторией, ежедневно совершающей покупки.

По данным на конец 2025 года:

- Ozon демонстрирует 81 миллион ежемесячных пользователей (MAU), из которых 63 миллиона являются активными покупателями за первые девять месяцев года;

- Wildberries сохраняет лидерство по объёму продаж в рознице. Хотя точные данные по MAU за 2025–2026 годы официально не публикуются, ежемесячная аудитория платформы оценивается в 70–80 миллионов уникальных посетителей. Исторически площадка достигала 120 миллионов пользователей в 2022 году, а её рост продолжается благодаря экспансии в новые регионы и категории;

- Совокупный охват двух лидеров — Ozon и Wildberries — составляет 59% россиян старше 12 лет, то есть свыше 70 миллионов потенциальных покупателей. С учётом естественного роста рынка электронной коммерции к 2026 году эта цифра, вероятно, увеличилась.

Работая на маркетплейсе, вы размещаете свой товар перед этой аудиторией без необходимости тратить бюджет на привлечение каждого посетителя. Для мебельного бизнеса, где стоимость привлечения клиента через Яндекс.Директ или «ВКонтакте» может достигать нескольких тысяч рублей, это критически важное преимущество.

Маркетплейсы как новая точка притяжения потребительского внимания. Современные реалии таковы, что маркетплейсы фактически заменили социальные сети в качестве основного места ежедневного пребывания аудитории. Исследования показывают, что россияне в среднем проводят около 25 минут в день на площадках вроде Ozon и Wildberries. Средняя продолжительность одного визита составляет 9–10 минут, а общее количество визитов достигает 400–440 миллионов ежемесячно на каждую из крупнейших платформ.

Это означает, что потребитель уже находится в «режиме покупки», когда заходит на маркетплейс. В отличие от соцсетей, где пользователь ищет развлечения



Сергей Петренко, эксперт с 20-летним опытом в ритейле и 5-летним — в e-com.

Практик: фаундер e-com консалтинга, WOW-стратегия.

Эксперт: бизнес-тренер Яндекс Маркета.

Лидер отрасли: член руководства Ассоциации АУРЭК.

или общение, здесь он готов к транзакции. Алгоритмы площадок анализируют поведение покупателей и продвигают релевантные товары проверенных продавцов, что повышает конверсию без дополнительных усилий с вашей стороны. Для мебели — категории с длительным циклом принятия решения — такой «горячий» трафик особенно ценен.

УДОБСТВО КАК ДРАЙВЕР ПРОДАЖ: СНИЖЕНИЕ БАРЬЕРОВ ДЛЯ ПОКУПКИ

Современный покупатель ценит скорость и простоту. Маркетплейсы предоставляют максимально упрощённый путь от просмотра до оплаты: сравнение моделей в один клик, изучение реальных отзывов с фото, выбор удобного способа доставки и оплата через привычные методы — всё в единой экосистеме.

Для мебели этот фактор критичен. Раньше покупка дивана или кровати требовала посещения нескольких магазинов, замеров, ожидания доставки. Сегодня

потребитель может принять решение за 15 минут, находясь дома, и заказать товар с доставкой на удобное время. Особенно это актуально для нового поколения покупателей 25–40 лет, для которых мебель — не предмет гордости или инвестиция в интерьер, а решение насущной бытовой задачи. Они не хотят тратить время на походы по салонам и готовы платить за удобство.

Аналитика как основа для принятия решений. Маркетплейсы предоставляют продавцам мощные инструменты аналитики: данные о просмотрах карточек, конверсии, географии спроса, сезонных трендах и поведении конкурентов. Вы можете оперативно выявлять хиты продаж, корректировать цены в реальном времени, тестировать новые позиции на небольших партиях и быстро реагировать на изменения спроса.

Для мебельного производства это особенно ценно: вместо того чтобы ориентироваться на интуицию или устаревшие отчёты дилеров, вы получаете прямую обратную связь от конечного потребителя. Это позволяет корректировать ассортиментную матрицу, оптимизировать производственные мощности и минимизировать риски залежей непродávаемого товара.

КАК ЗАРАБОТАТЬ НА ПРОДАЖАХ МЕБЕЛИ ЧЕРЕЗ МАРКЕТПЛЕЙСЫ: ПОШАГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

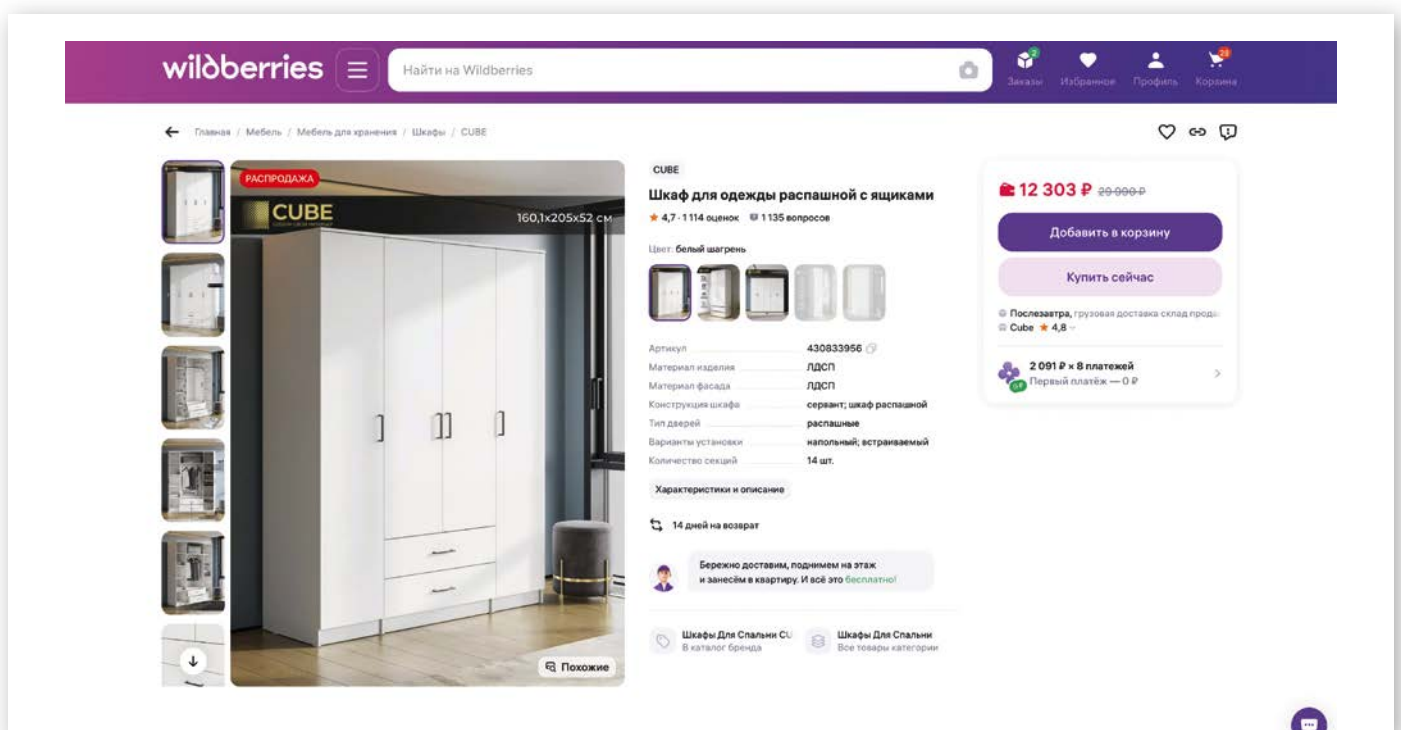
Шаг 1. Выбор маркетплейса под специфику вашего бизнеса

Не все площадки одинаково эффективны для мебели. Каждая обладает своей аудиторией, логистической инфраструктурой и правилами работы. Ключевые критерии выбора:

Ozon — оптимален для широкого ассортимента, включая крупногабаритные позиции (диваны, кровати, шкафы-купе). Платформа привлекает покупателей с более высоким уровнем дохода и образования, что позволяет позиционировать качественную мебель с акцентом на материалы, дизайн и функциональность. Логистическая сеть Ozon охватывает все ключевые регионы России, включая Сибирь и Дальний Восток, что снижает издержки на доставку в отдалённые территории. Площадка также активно развивает сервисы сборки и установки мебели, что повышает удовлетворённость клиентов.

Wildberries — традиционно сильна в сегменте компактной и среднегабаритной мебели: стулья, столы, пуфы, стеллажи, журнальные столики. Аудитория платформы на 70% состоит из женщин 25–45 лет — ключевой целевой группы для домашнего интерьера. Важно отметить: в последние годы средний чек на Wildberries активно растёт. Платформа расширяет ассортимент в сегменте премиум и усиливает позиции в категории крупногабаритной мебели, что открывает новые возможности для производителей.

Яндекс Маркет — подходит для брендов, стремящихся к позиционированию через доверие. Аудитория Яндекса отличается высоким уровнем лояльности к экосистеме (Карты, Такси, Музыка, Кинопоиск), что повышает вероятность покупки у проверенных продавцов. Платформа эффективна для технически сложной мебели (механизмы трансформации, встроенные системы хранения), где важны детальные описания и экспертные консультации.



Критически важный фактор — география складов маркетплейса относительно вашего производства или распределительного центра. Чем ближе склад площадки к вашему заводу, тем ниже логистические издержки. Например, если вы производите мебель в Кировской области, наличие склада Ozon в Нижнем Новгороде может сократить затраты на доставку на 20–30% по сравнению с отправкой в Москву.

Шаг 2. Выбор логистической схемы: контроль над процессом и сохранение маржи

Для мебели выбор схемы работы напрямую влияет на рентабельность и качество клиентского опыта. Рассмотрим основные модели:

FBO (Fulfillment by Ozon / Wildberries) — товар хранится на складе маркетплейса. Преимущества: быстрая доставка (1–3 дня), участие в акциях «Быстрая доставка», автоматическая обработка заказов. Недостатки: высокая стоимость хранения (особенно для габаритных позиций), риск повреждения при перегрузках, ограниченный контроль над упаковкой.

Рекомендация: использовать избирательно — только для мелкогабаритных позиций с высокой оборачиваемостью (пуфы, табуреты, аксессуары для дома). Для крупногабаритной мебели эта схема почти всегда убыточна из-за стоимости хранения.

FBS (Fulfillment by Seller) — товар хранится на вашем складе, маркетплейс забирает заказы по мере поступления. Преимущества: полный контроль над упаковкой и качеством товара, экономия на хранении (до 20–30% по сравнению с FBO), снижение рисков повреждения. Недостатки: более долгая доставка (3–7 дней), необходимость оперативной отгрузки.

Рекомендация: оптимальна для среднегабаритной мебели — стульев, столов, тумб, комодов. Позволяет балансировать между контролем процесса и логистическими издержками.

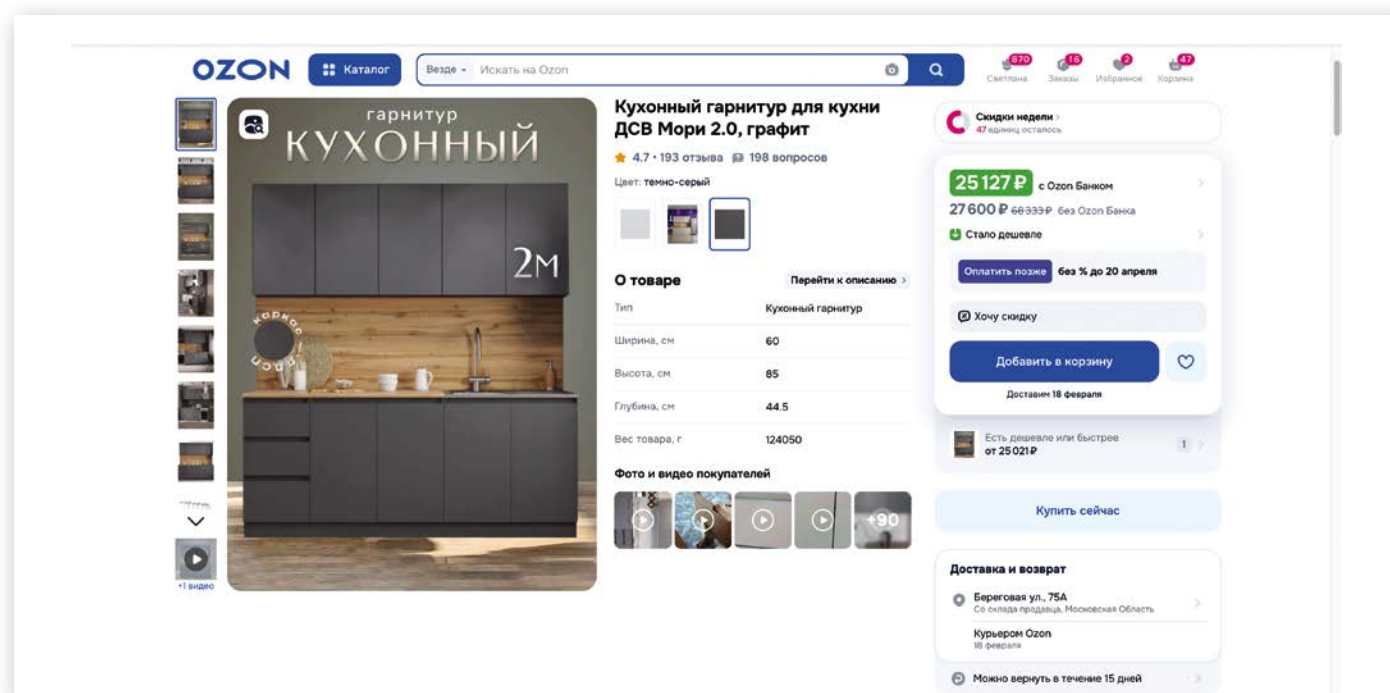
DBS (Direct Business Shipping / Доставка силами продавца) — вы полностью управляете доставкой от склада до клиента. Преимущества: максимальный контроль над сроками, возможностью предложить сборку на месте, использование собственных перевозчиков для снижения затрат. Недостатки: необходимость налаживания логистической цепочки, ответственность за сроки доставки.

Рекомендация: обязательна для крупногабаритной мебели — диванов, кроватей, шкафов, кухонных гарнитуров. Только так вы сможете гарантировать сохранность товара и предоставить клиенту услугу сборки, которая критична для категории.

Гибридная модель — наиболее эффективный подход для мебельного бизнеса. Мелкий и востребованный ассортимент размещается на FBO для быстрого старта и генерации трафика. Среднегабаритные позиции с высоким спросом работают по FBS для баланса издержек и контроля. Крупногабаритные и дорогие товары продаются по схеме DBS с собственной доставкой и сборкой. Такая модель позволяет распределить риски, оптимизировать логистику и сохранить маржу на всех сегментах ассортимента.

Шаг 3. Юнит-экономика: расчёт прибыли с каждой проданной единицы

Мебель — категория с высокими логистическими издержками и частыми возвратами по причине транспортного повреждения. Чтобы избежать ситуации,



когда растут продажи, но падает прибыль, необходимо детально просчитывать юнит-экономику каждой позиции до запуска на площадку.

Структура затрат и доходов на единицу товара:

1. **Себестоимость товара** — закупочная цена или производственная стоимость.

2. **Упаковка** — для мебели это критически важная статья. Качественная упаковка (картонные уголки, стрейч-плёнка, пенополиэтилен) может составлять 15–25% от стоимости товара, но снижает возвраты из-за повреждений на 40–60%. Экономия на упаковке почти всегда приводит к росту возвратов и потере маржи.

3. **Доставка до склада маркетплейса или клиента** — зависит от габаритов, веса и расстояния. Для крупногабаритной мебели может достигать 30–40% от цены товара. При расчёте учитывайте не только прямую доставку, но и возможные перегрузы, задержки и штрафы за нарушение графика приёма.

4. Комиссии площадки:

- Комиссия за продажу (варьируется по категориям: 5–15%);
- Логистическая комиссия (прямая зависимость от габаритно-весовых характеристик);
- Стоимость хранения (для FBO — ежедневные списания, критичные для габаритной мебели).

5. **Соинвестирование площадки (СПП)** — механизм, требующий особого учёта в юнит-экономике. Площадка добавляет свою скидку к цене продавца, компенсируя разницу баллами (Ozon) или напрямую (Wildberries). Клиент видит сниженную цену, но вы получаете полную стоимость за вычетом только своей скидки. Например: товар стоит 10 000 ₽, вы даёте скидку 500 ₽, площадка добавляет СПП 500 ₽ — клиент платит 9 000 ₽, вы получаете 9 500 ₽. Баллы за скидки на Ozon покрывают до 99% комиссий и логистики, что повышает чистую маржу. Однако СПП динамичен: зависит от оборачиваемости, активности в рекламе и качества карточки. Учитывайте его как переменный фактор при расчёте минимально допустимой цены.

6. **Реклама на площадке** — для выхода в топ выдачи необходим бюджет на внутреннюю рекламу. Минимально эффективный уровень — 8–12% от выручки. Без рекламы даже качественная карточка теряет видимость из-за алгоритмов ранжирования.

7. **Возвраты** — обратная логистика для мебели дорогая. Стоимость возврата может составлять до 30% от первоначальной доставки, плюс потеря товарного вида или невозможность повторной продажи. Заложите 7–12% от выручки на обработку возвратов — для мебели это реалистичный показатель.

8. **Эквайринг и налоги** — 1–3% от суммы заказа.

9. **Операционные расходы** — ФОТ сотрудников (менеджер по маркетплейсам, логист, специалист по карточкам), аналитические сервисы (MPSTATS,

Маяк), генерация контента, непредвиденные расходы (штрафы, блокировки карточек, закрытие складов на приёмку).

Целевая рентабельность: для мебели на маркетплейсах реалистичная цель — 12–20% чистой прибыли от выручки. Достижение этого показателя возможно только при детальном расчёте всех статей расходов до запуска продаж. Не ориентируйтесь на наценку 100% — после всех вычетов вы можете остаться в убытке. Используйте калькуляторы площадок (раздел «Тарифы» в личном кабинете) для моделирования сценариев с учётом СПП, комиссий и логистики. Помните: рост продаж за счёт агрессивных скидок без учёта полной структуры затрат убивает маржу быстрее, чем отсутствие продаж.

Шаг 4. Оптимизация карточки товара: ваш главный продавец на площадке

На маркетплейсе покупатель не видит ваш бренд, шоурум или репутацию — он видит только карточку товара. Её качество напрямую определяет конверсию и позицию в поисковой выдаче.

Фотографии:

- Используйте по возможности реальные фото, а не 3D-рендеры. Покупатель должен понимать, как товар выглядит в жизни.

- Показывайте масштаб: рядом с мебелью должен быть человек или предметы интерьера (например, ваза на столе, подушка на диване).

- Снимайте детали: текстура ткани, механизм трансформации, качество фурнитуры, внутренние отделения.

- Добавьте фото в интерьере: как диван смотрится в гостиной, как стол вписывается в кухню. Это помогает покупателю визуализировать товар у себя дома.

Видеообзоры:

- Короткое видео (15–30 секунд) с демонстрацией ключевых функций повышает конверсию на 20–35%.

- Покажите, как раскладывается диван, как выдвигаются ящики, как регулируется высота стола.

- Видео снижает количество возвратов и повышает конверсию: покупатель заранее понимает особенности товара.

Описание и характеристики:

- Описание должно отвечать на вопросы, а не быть маркетинговым текстом. Укажите точные габариты (в разложенном и сложенном виде для трансформеров), вес, материалы каркаса и обивки, тип механизма, особенности сборки.

- Заполните все поля характеристик в карточке. Алгоритмы маркетплейсов ранжируют товары с полным набором данных выше неполных карточек.

- Используйте ключевые слова, по которым ищут ваш товар: «ортопедическое основание», «металличе-

ский каркас», «экокожа», «регулируемая спинка». Не забывайте про ситуационный поиск «диван для ребенка», «кровать на дачу», «шкаф для съёмной квартиры».

Отзывы и рейтинги:

- Карточка с рейтингом ниже 4,8 теряет до 30–40% видимости в поисковой выдаче.
- Активно стимулируйте покупателей оставлять отзывы: отправляйте персональные сообщения после доставки, предлагайте небольшие бонусы за фотоотзывы, используйте инструменты площадки.
- Отвечайте на все отзывы — как положительные, так и негативные. Вежливый ответ на критику повышает доверие к продавцу.
- Отзывы — это бесплатная обратная связь от конечного потребителя. Анализируйте их: если несколько покупателей жалуются на сложную сборку, улучшите инструкцию или упаковку.

Шаг 5. Управление ассортиментом: качество вместо количества

Не загружайте на маркетплейс весь свой каталог. Это распространённая ошибка новичков, ведущая к размыванию бюджета, низкой оборачиваемости и высоким затратам на хранение.

Стратегия запуска:

- Выберите 15–20% позиций, которые приносят 80% прибыли в офлайне (правило Парето).
- Сфокусируйтесь на товарах группы «А»: высокая маржинальность, стабильный спрос, минимальные логистические сложности.
- Убедитесь, что выбранные позиции не конфликтуют с вашими дилерами и розничными партнёрами. Например, не выкладывайте эксклюзивные модели, которые продаются только в шоурумах.

Расширение ассортимента:

- Добавляйте новые позиции постепенно — по 3–5 товаров в месяц.
- Тестируйте каждую новинку на небольшой партии (10–20 единиц).
- Анализируйте конверсию, возвраты и отзывы в течение 30 дней. Если показатели соответствуют ожиданиям — увеличивайте партию, если нет — корректируйте карточку или снимайте товар.

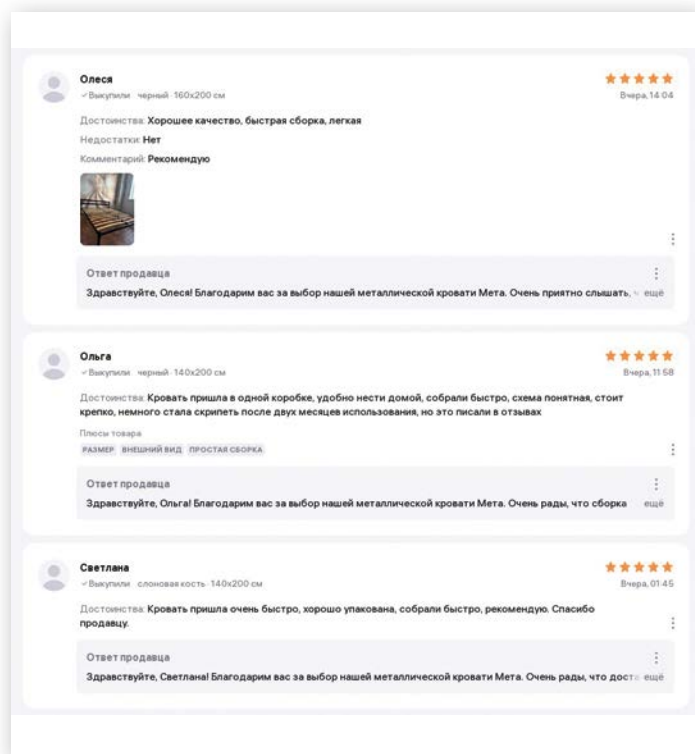
Сезонность:

- Учитывайте сезонные тренды: раскладные диваны и кровати востребованы весной-летом (ремонтный сезон), кресла-мешки и пуфы — осенью-зимой.
- Планируйте закупки и рекламные кампании с опережением на 1–2 месяца.

Шаг 6. Эффективное продвижение: от базовых инструментов к продвинутым тактикам

Участие в акциях площадки:

- Акции («Чёрная пятница», «Распродажа склада», «День рождения площадки») — не опция, а обязательное условие для попадания в топ выдачи.



- Даже минимальная скидка 5–10% повышает видимость карточки в период акции.

- Подготавливайте достаточные остатки заранее: во время распродаж спрос может вырасти в 5–10 раз.

Платная реклама:

- Внутренняя реклама повышает видимость не только в поиске, но и в блоках рекомендаций, «С этим товаром покупают», «Популярные товары».
- Стартовый бюджет — не менее 7% от планируемой выручки. Для выхода в топ категории потребуется 12–25%.
- Оптимизируйте ставки ежедневно: повышайте для хитов продаж, снижайте для низкомаржинальных позиций.

Продвинутые тактики на Ozon и не только:

- Индекс цены — алгоритм, учитывающий стоимость товара на других площадках. Корректировка цены на вашем сайте или в других маркетплейсах может повлиять на позицию в выдаче Ozon. Например, временное повышение цены на сайте до уровня рыночной средней улучшает индекс и поднимает карточку.

Коллаборации с блогерами и инфлюенсерами:

- Современный тренд — сотрудничество с авторами в нише интерьера, ремонта, лайфхаков для дома.
- Коллаборация решает три задачи одновременно: первичный выкуп товара для запуска карточки, формирование первых отзывов с фото/видео, привлечение целевой аудитории автора.
- Выбирайте блогеров с вовлечённой аудиторией 10–100 тысяч подписчиков — их рекомендации воспринимаются как экспертные, а стоимость сотру-

ничества адекватна. Можно на старте рассматривать и микроблогеров.

Шаг 7. Работа с возвратами и сервисом: защита репутации продавца

Для мебели возвраты — ключевой риск. Стоимость обратной логистики высока, а повреждённый при возврате товар теряет товарный вид.

Как снизить возвраты:

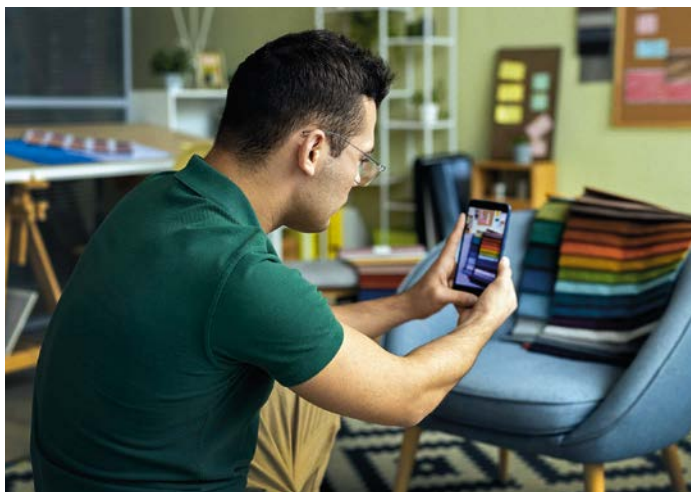
- Детальные описания и реальные фото уменьшают количество возвратов на 3–5%.
- Уточняйте габариты при оформлении заказа: отправляйте покупателю сообщение с просьбой проверить размеры дверных проёмов и лифта.
- Используйте качественную упаковку: дополнительные слои защиты снижают повреждения при транспортировке.
- Выбирайте оптимальный метод работы для вашего товара.

Обработка возвратов:

- Быстрая реакция критична: задержка ответа более 24 часов снижает рейтинг продавца, повышается вероятность получить одну звезду и гневный отзыв.
- Предлагайте альтернативы: частичный возврат средств вместо полного возврата товара, персональная скидка, отправка сломанной детали транспортной компанией.
- Анализируйте причины возвратов: если 20% покупателей возвращают диван из-за «неподходящего цвета», добавьте в карточку больше фото в разных условиях освещения.

Сервис как конкурентное преимущество:

- Покупатель на маркетплейсе ожидает сервиса уровня офлайн-магазина: консультации до покупки, гарантия, возможность сборки.
- Предложите бесплатную сборку для крупногабаритной мебели — это повысит конверсию на 15–25% и снизит возвраты (реально для схемы DBS)
- Внедрите систему обратной связи после доставки: короткий опрос о качестве сборки и удовлетворённости.



ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТПЛЕЙСА В ОБЩУЮ СТРАТЕГИЮ БРЕНДА

Маркетплейс — не изолированный канал, а часть экосистемы бренда. Клиент, купивший стул на Wildberries, может стать покупателем вашего шоурума или перейти на ваш сайт, если вы грамотно работаете с данными.

CRM-маркетинг:

- Собирайте контакты покупателей через бонусные программы («зарегистрируйтесь в нашей системе и получите 6 месяцев дополнительной гарантии»).
- Сегментируйте аудиторию: покупатели мелкой мебели — потенциальные клиенты для крупногабаритных позиций через 6–12 месяцев.
- Запускайте ретаргетинговые кампании в соцсетях для клиентов маркетплейса с предложениями из вашего основного ассортимента.

Защита отношений с дилерами:

- Чётко разделяйте ассортимент: на маркетплейс — массовые позиции, в дилерскую сеть — эксклюзивные модели и премиум-сегмент.
- Установите минимальные рекламные цены (MAP) для всех каналов, чтобы избежать демпинга.
- Предлагайте дилерам компенсацию за клиентов, пришедших через маркетплейс (например, бонус за консультацию в шоуруме после онлайн-просмотра).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ: МАРКЕТПЛЕЙС КАК ТОЧКА РОСТА В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Маркетплейсы перестали быть «дополнительной площадкой» или «манной небесной» для мебельного бизнеса. Это профессиональный канал продаж со своими правилами, требованиями и возможностями. Те, кто воспринимает площадки как полноценное бизнес-направление — с расчётом юнит-экономики, налаженной логистикой, постоянной оптимизацией карточек и интеграцией в общую стратегию бренда — получают устойчивый рост даже в сложные экономические периоды.

Ключевой тренд ближайших лет — консолидация покупательского внимания вокруг крупных маркетплейсов. Новое поколение потребителей выбирает мебель онлайн так же естественно, как заказывает еду или такси. Для производителей и ритейлеров это означает одно: присутствие на площадках — не вопрос «зачем», а вопрос «как сделать правильно».

Грамотная стратегия работы с маркетплейсами позволяет не только увеличить объёмы продаж, но и получить бесценные данные о поведении конечного потребителя, протестировать новые продукты с минимальными рисками и построить устойчивую модель бизнеса, не зависящую от одного канала сбыта. Инвестируйте в экспертизу, системный подход и качество исполнения — и маркетплейсы станут вашим надёжным драйвером роста на годы вперёд.



МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОРПУСНОЙ МЕБЕЛИ

Плита
Облицовочные материалы
Кромка



Единственный зарегистрированный российский производитель кромки пвх, кромки из шпона. (Акт Экспертизы № 050-02-02027 реестр 10608237 в ГИСП).

СЕЙЧАС мы производим ПРОСТО кромку пвх, более 900 декоров, любой толщины и ширины, кромку из шпона дуба, бука и прочих пород (в том числе из материалов заказчика), различные Т и П - образные профили, более 20 форм и 50 декоров, НО :

Ведутся работы над кромками будущего :



КРОМКА-ХАМЕЛЕОН : Материал, меняющий свойства по мысли оператора. Захотел матовый дуб - получил. Захотел, чтобы панель излучала мягкий свет или тепло - и она светится и греет. Мы называем это «адаптивной ламинацией»



КРОМКА-ИНТЕРФЕЙС : Ваш рабочий стол, отделанный нашей кромкой-это сенсорный экран, блок беспроводной зарядки и система контроля микроклимата в одном флаконе. Провода ? Это архаизм , о котором рассказывают в учебниках истории дизайна.



КРОМКА-РЕГЕНЕРАТОР : Поцарапалась ? Материал самостоятельно стягивается за 2,3 секунды. Мы победили энтропию в масштабах мебельной фурнитуры.



КРОМКА-ТЕЛЕПОРТ : Заказ на орбитальную станцию или в Сыктывкар ? Мы не отправляем груз. Мы передаем цифровую матрицу материала, а репликаторы на месте синтезируют нужный метраж. Логистика будущего- это логистика данных.



Испытания пилотных экземпляров будут проведены 1 го апреля 2026 года.

+7 495 259 61 17
WWW.EDLICHKA.RU



WWW.ZTMK.RU
Ждём заказ на ZAKAZ@ZTMK.RU



**IT-ТЕХНОЛОГИИ
ОБОРУДОВАНИЕ
И ИНСТРУМЕНТЫ
для производства мебели**

*Станки Инструмент
ПО для мебельщиков*

КАДРЫ ДЛЯ МЕБЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ

Опыт ВГЛТУ по интеграции системы БАЗИС в образовательный процесс

М. В. Драпалюк, Е. В. Ющенко

Современное профессиональное образование сталкивается с ключевой задачей: подготовить специалиста, который не просто обладает теоретическими знаниями, но и умеет эффективно применять их на практике. Решением этой задачи становится обучение в реальной производственной среде — важнейший элемент подготовки квалифицированных кадров. В условиях стремительного развития информационных технологий и цифровизации всех сфер деятельности сотрудничество университетов с компаниями-разработчиками систем автоматизированного проектирования (САПР) приобретает ключевое значение для качественной подготовки современных специалистов и становится необходимостью в контексте цифровой трансформации образования. Ярким примером такого взаимодействия является плодотворное партнерство ООО «Базис-Центр» и Воронежского государственного лесотехнического университета им. Г. Ф. Морозова (ВГЛТУ).

Многолетнее сотрудничество открывает широкие возможности для образовательного процесса, научной деятельности и укрепления связей с мебельной индустрией. Благодаря ООО «Базис-Центр» реализована идея создания в университете специализированных, оснащенных самыми современными версиями лицензионного программного обеспечения классов, что позволяет студентам осваивать передовые технологии конструирования и проектирования мебели, работать с раскроем материалов и осуществлять расчет стоимости изделий. Учебные программы синхронизируются с реальными инструментами про-



Драпалюк Михаил Валентинович, профессор, д. т. н., ректор ФГБОУ ВО «Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г. Ф. Морозова»

граммного продукта, используемыми в мебельной индустрии, что повышает конкурентную способность выпускников в соответствии с постоянно возрастающими требованиями рынка. Сотрудники компании оказывают помощь в разработке учебных курсов, предоставляют обучающие материалы и доступ к обновляемой базе данных материалов и фурнитуры. БАЗИС — ведущая отечественная САПР для мебельного производства, широко используемая не только на российских предприятиях, программный продукт признан в профессиональной среде, что значительно облегчает трудоустройство выпускников.

АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ОТРАСЛИ К СПЕЦИАЛИСТАМ

Современная мебельная и деревообрабатывающая промышленность — это высокотехнологичная отрасль, где ключевая роль принадлежит цифровым инструментам. Для её успешного развития необходимы квалифицированные



Ющенко Екатерина Викторовна, к. т. н., директор ЦДПО «Инжиниринговый центр НИИ Инновационных технологий и лесного комплекса ФГБОУ ВО «ВГЛТУ»

специалисты, обладающие глубокими теоретическими знаниями и способные работать с цифровыми моделями изделий, оптимизационными алгоритмами и программированием оборудования с ЧПУ. Среди наиболее востребованных компетенций следует отметить:

- уверенное владение CAD/CAM-системами для разработки типовых и эксклюзивных моделей мебельных изделий;
- умение работать с программами оптимизации раскроя материалов;
- навыки подготовки управляющих программ для станков с ЧПУ;
- понимание современных технологических процессов изготовления мебели и возможностей их автоматизации;
- умение выполнять основные технико-экономические расчеты в процессе проектирования изделий и анализировать экономическую эффективность конструктивных решений;
- навыки расширения функциональных возможностей САПР с помощью встроенного программного инструментария;

• способность работать в цифровой производственной среде предприятия.

Предприятия отрасли, как крупные мебельные фабрики, так и малый бизнес, отмечают дефицит специалистов, которые были бы способны сразу включиться в производственный процесс без длительной адаптации. Это определяет основной вектор модернизации учебного процесса в ВГЛТУ, когда студенты получают доступ к современным инструментам и технологиям САПР уже в период обучения.

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ВГЛТУ

Воронежский государственный лесотехнический университет имеет многолетнюю историю подготовки инженерных кадров для лесной и деревообрабатывающей промышленности. Еще в 1918 году было открыто лесное отделение в составе Воронежского сельскохозяйственного института, а в 1930 году начал принимать своих первых студентов предтеча университета — Воронежский лесотехнический институт.

Сегодня учебный процесс организован таким образом, чтобы студенты получали не только фундаментальные знания, но реальный опыт практической работы на современных высокоавтоматизиро-

ванных предприятиях. Программа подготовки студентов включает следующие этапы:

1. Теоретическое обучение: изучение основ материаловедения, технологий обработки древесных материалов, организации производственных процессов, основ автоматизированного проектирования.

2. Практическая подготовка: работа в учебных лабораториях, оснащенных современным оборудованием и программным обеспечением, прохождение производственной практики на предприятиях-партнерах, выполнение дипломных проектов по заданиям предприятий с активным использованием САПР.

3. Научно-исследовательская деятельность: участие студентов в научных исследованиях с представлением достижений на конференциях и в профильных изданиях.

Университет активно внедряет современные методы обучения, в том числе организует специализированные лаборатории и компьютерные классы, в которых установлены актуальные версии программных модулей системы БАЗИС. Это позволяет реализовывать практико-ориентированные занятия, выполнять курсовые и выпускные квалификационные работы, близкие к реальным производственным задачам.

В настоящее время на базе Воронежского государственного лесотехнического университета работа с САПР БАЗИС осуществляется одновременно по нескольким направлениям.

1. Обучение студентов СПО и бакалавров по дисциплинам «Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности», «САПР изделий и технологий деревообрабатывающей промышленности» (рисунок 1). Программные инструменты САПР БАЗИС позволяют решать практические задания по проектированию мебели, 3D-визуализации и презентации проектов, автоматизации рутинных расчетов материалов, составлению конструкторской документации и спецификаций, решению иных задач технологии производства мебели. Подобная организация учебного процесса позволяет сократить разрыв между теоретической подготовкой студентов и практическим применением знаний: выпускники обладают актуальными навыками работы с современными инструментами проектирования и сразу готовы к решению реальных производственных задач. Возможный благодаря ресурсной поддержке ООО «Базис-Центр» практико-ориентированный подход к обучению будущих специалистов деревообрабатывающей отрасли — мастеров, технологов, дизайнеров, специалистов по автоматизации производства — повышает привлекательность образовательных программ для абитуриентов и увеличивает престиж университета, способствует укреплению связей высшей школы с производством.

2. Работа студентов в лаборатории дизайна над реальными проектами изделий мебели по запросу от мебельных производств из многих городов России. Погружение в рабочую среду помогает студентам привыкнуть к режиму и требованиям производства, освоить корпоративную культуру и этику,

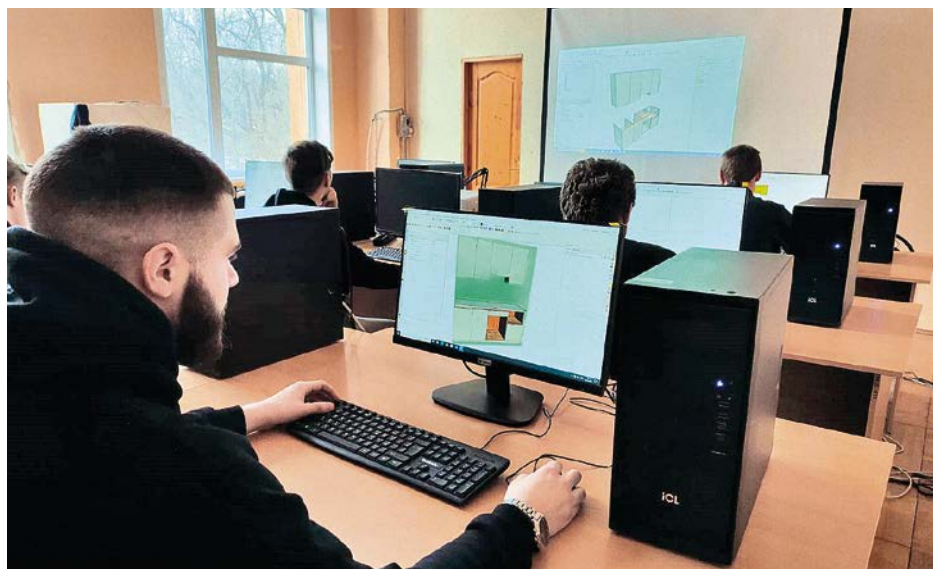


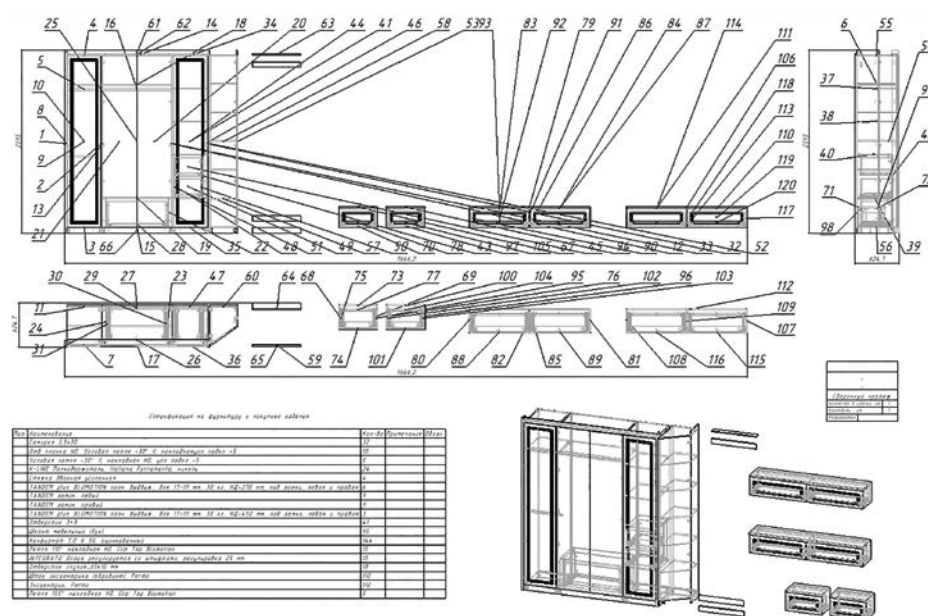
Рисунок 1. Учебный процесс

приобрести навыки решения ситуативных производственных задач. Получаемые практические задачи формируются на стыке теории, нормативов, цифровых технологий и реальных производственных процессов (рисунки 2–4). Благодаря программному обеспечению БАЗИС обучающиеся осваивают проектирование мебели как совокупную деятельность, учитывающую функциональность, эстетику и технологическую реализуемость. В процессе комплексного использования модулей САПР БАЗИС студенты не только обучаются технологии производства мебели, но и на практике применяют приемы параметрического и произвольно-го конструирования, включая чтение чертежей и обработку изделий сложной геометрии, работают с автоматизированной генерацией чертежей и документации, используют знания сквозных цифровых процессов, осваивают оптимизацию раскроя материалов. Одной из приоритетных задач лаборатории является применение студентами в своей работе реальных кейсов: анализа существующих мебельных изделий, изучения трендов рынка, обработки технических заданий заказчика с использованием модулей БАЗИС (рисунки 5 и 6). Такой подход позволяет получить конкурентоспособных и компетентных специалистов, способных решать сложные профессиональные задачи в современной цифровой среде еще на этапе обучения в университете.

3. Осуществление подготовки кадров по курсу профессиональной переподготовки «БАЗИС-Мебельщик. Эксперт 2D и 3D проектирования», а также по курсам повышения квалификации «БАЗИС-Раскрой» и «БАЗИС-Смета» в центре дополнительного образования ВГЛТУ. Получение дополнительного образования во время обучения в университете — это стратегическая инвестиция в карьеру. Сотрудничество Воронежского государственного лесотех-



Рисунок 2. Конструирование в БАЗИС-Мебельщик 3D модели изделия



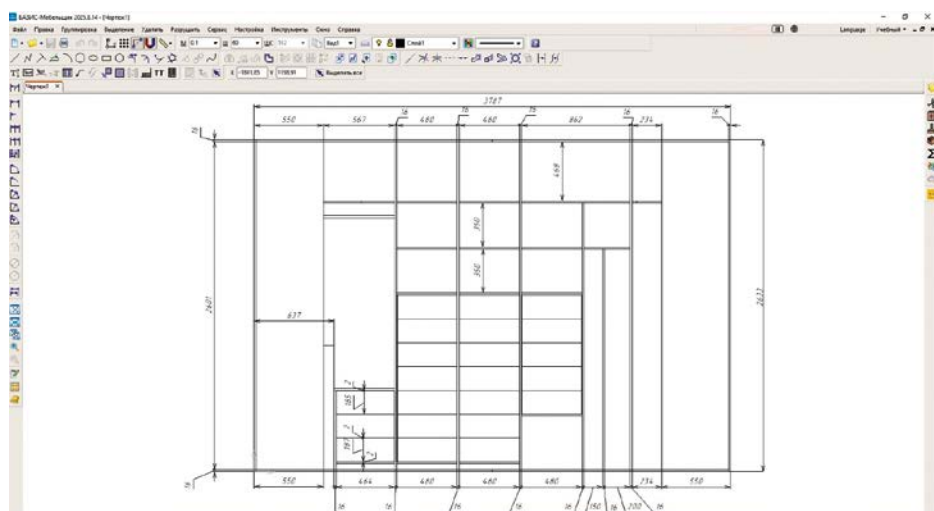


Рисунок 5. Проектирование мебели: схема гардеробной с указанием габаритов

нического университета с ООО «Базис-Центр» делает возможным освоение современных цифровых инструментов САПР БАЗИС студентами различных направлений профессиональной подготовки еще на этапе обучения в университете. Это позволяет применять качественно новые знания в курсовых, дипломных работах и студенческих проектах. Освоение смежных специальностей, актуальных инструментов и технологий до выпуска из вуза дают возможность студентам участвовать в междисциплинарных проектах. Смежная организация обучения позволяет выпускнику соответствовать требованиям вакансий, в которых указан конкретный программный продукт – САПР БАЗИС, выйти на рынок труда не только с дипло-

мом об основном образовании, но и с практическим опытом работы в программе, подтвержденным документом государственного образца, что существенно повышает ценность кадра для работодателей (рисунки 7). В совокупности полученные знания и практический опыт обеспечивают студенту комплексное конкурентное преимущество при устройстве на работу.

РОЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «БАЗИС-ЦЕНТР»

Отдельно стоит отметить несомненное преимущество программного обеспечения БАЗИС: оно является полностью российской разработкой. Это означает, что все модули максимально адаптированы к технологии отечественной мебельной

промышленности и не ограничены в доступе, что позволяет осуществлять непрерывный учебный процесс с интеграцией в производство.

Следует отметить, что «Базис-Центр» — это компания, которая занимается разработкой специализированных мебельных САПР на протяжении более чем 25 лет. По сути, решения, предлагаемые ею сегодня, развивались параллельно и в тесном взаимодействии с отечественной мебельной индустрией, что предопределило четкое понимание разработчиками потребностей мебельщиков, в том числе и за счёт получения активной обратной связи от них.

Комплекс программных модулей системы БАЗИС реализует концепцию комплексной автоматизации всех подразделений мебельного предприятия и всех этапов жизненного цикла мебельных изделий, что отвечает большинству запросов руководителей и специалистов, занятых в мебельном бизнесе. При этом модульность комплексного решения, когда каждый модуль является отдельной программой, которая может функционировать и автономно, и во взаимодействии с другими модулями, позволяет создать индивидуальную информационно-программную конфигурацию, соответствующую потребностям конкретного предприятия или учебного заведения, как в случае с ВГЛТУ. С другой стороны, тесная информационная связь между модулями за счет единого формата представления данных позволяет работать с ними, как с единой системой, что методически важно для формирования у студентов правильного представления о сквозном характере автоматизации современных предприятий.

Отметим несколько ключевых особенностей моделирования мебели в САПР БАЗИС, способствующих глубокому пониманию студентами принципов автоматизированного проектирования и формированию у них понимания

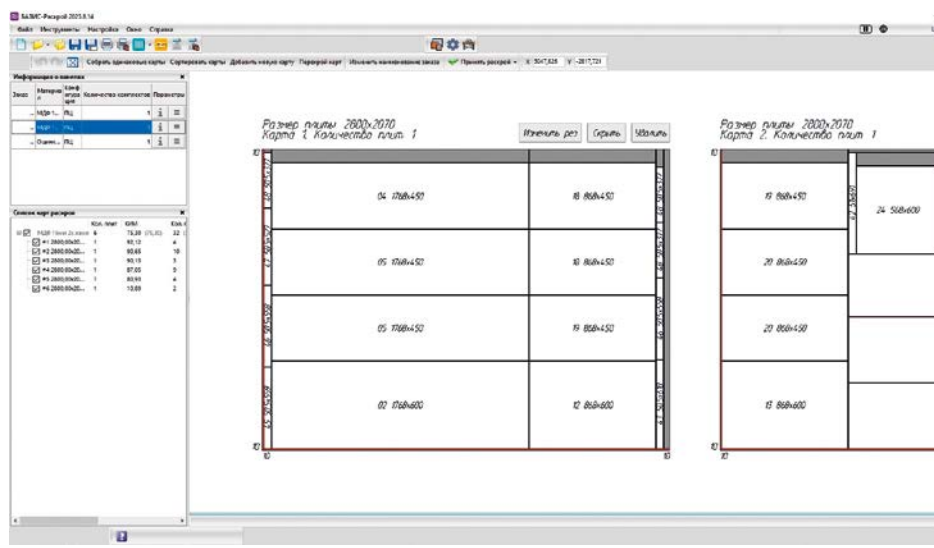


Рисунок 6. Комплексное использование модулей БАЗИС в учебном процессе



Рисунок 7. Вручение дипломов о профессиональной переподготовке студентам лесопромышленного факультета

существенных преимуществ использования специализированных систем:

1. Комбинация методов параметрического и произвольного проектирования, когда в процессе создания модели скорость первого метода сочетается со свободой художественного самовыражения второго метода. Базовые параметрические модели, созданные заданием набора конструктивных параметров, в дальнейшем могут подвергаться самым разнообразным модификациям и дополнениям в соответствии с замыслом дизайнера и пожеланиями клиента.

2. Соответствие процесса моделирования изделий и программной терминологии требованиям предметной области — проектирование корпусной мебели. Например, моделирование корпуса и внутреннего наполнения изделия представляет собой установку панелей (щитовых элементов) на одном из проекционных видов, что естественно и понятно любому конструктору мебели.

3. Крепеж и фурнитура являются отдельными объектами моделирования, установка которых на модель является не только декоративной функцией, но и имеет важный технологический аспект,

поскольку автоматически формируется полная и точная схема посадки. Сам же процесс установки сведен к минимуму действий, который, например, в случае скрепления двух непараллельных панелей состоит из двух шагов: выбора нужного крепежного элемента и указания линии стыка.

4. Для ускорения геометрических построений реализовано большое количество вспомогательных (тонких) линий, позволяющих быстро разметить эскиз, построить образующие контура трехмерных тел, определить форму создаваемых изделий и многое другое.

5. Наличие специальных модулей — мастеров создания выдвижных ящиков и дверей, которые позволяют самостоятельно сформировать параметрические библиотеки используемых на конкретном предприятии элементов, а затем быстро и точно устанавливать их на создаваемые модели, просто указывая реальные габариты ниш или секций.

6. Автоматическое создание чертежей и спецификаций в полном соответствии с требованиями ЕСКД или внутренних стандартов предприятия. Все создаваемые документы характеризуются вы-

сокой степенью готовности для передачи на производство, однако при необходимости они могут быть доработаны вручную с помощью встроенного графического 2D-редактора.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сотрудничество с ООО «Базис-Центр» позволяет Воронежскому государственному лесотехническому университету усилить практическую направленность образования, повысить востребованность выпускников на рынке труда, интегрироваться в экосистему мебельной промышленности, развивать научно-методическую базу в сфере цифровых технологий проектирования и конструирования изделий из древесины и корпусной мебели. Такое партнерство соответствует трендам импортозамещения и цифровизации российского производства, укрепляет позиции университета, как центра подготовки кадров для деревообрабатывающей и мебельной отраслей. Оно может служить примером эффективной модели подготовки кадров, ориентированной на потребности современного мебельного и деревообрабатывающего производства, для других образовательных организаций, стремящихся актуализировать свои программы с целью обеспечения высокого уровня профессиональной подготовки выпускников.



www.bazisoft.ru





ДИЗАЙН МЕБЕЛЬ

*Стили Дизайнеры Тренды
Интерьеры*

ИКЕА ПРЕДСТАВИЛА НОВУЮ ВЕРСИЮ ЛАМПЫ VARMBLIXT ПО ДИЗАЙНУ САБИН МАРСЕЛИС

Шведский мебельный бренд и нидерландский дизайнер переосмыслили светильник Varmblix, впервые представленный в 2022 году в рамках одноименной коллекции и быстро ставший бестселлером компании.



Команда IKEA презентовала обновленную версию модели во время своего дебютного участия в выставке CES в Лас-Вегасе. Она отличается матовой белой отделкой, а также функцией изменения цвета и яркости. Пользователь может выбирать один из двенадцати оттенков, от нейтраль-

ного белого и теплого янтарного до нежно-розового и лавандового, с помощью портативного пульта. По словам Сабин Марселис, ее главной задачей стало создание максимально плавного перехода между цветами и мягкого рассеянного свечения.



LEVANTIN STUDIO РАЗРАБОТАЛА СЕРИЮ КРЕСЕЛ ETRIO ДЛЯ PREMIER GROUP

В основу модели по дизайну миланской студии промышленного дизайна Levantin легли идеи тройственности и соразмерности.



Название кресла заключает в себе несколько смысловых измерений: воздушное (etereo), вечное (eterno) и гармония трех (trio). Каждое из них определило не только концептуальную составляющую, но и структурную логику предмета. Так, силу-

эт кресла сформирован объемами спинки, подлокотников и сиденья. Эти элементы, каждый со своей пластикой, создают цельный и гармоничный визуальный образ. Кроме того, дизайнеры Levantin Studio сделали ставку на сочетание текучих линий и мягкой текстильной или кожаной обивки со строгостью де-



ревянной формы, которая придает конструкции устойчивость и архитектурность. Таким образом Etrio балансирует между тактильным комфортом и абстракцией, формируя диалог легкости и основательности и выводя функцию в ранг художественного высказывания.

ДЖО ДУСЕ ПРЕДСТАВЛЯЕТ КОЛЛЕКЦИЮ МЕБЕЛИ, «СОЗДАННУЮ НА ТЫСЯЧУ ЛЕТ».

Нью-йоркский дизайнер Джо Дусе использовал при создании стола и скамьи для болгарского бренда Oublier материалы, которые со временем станут только лучше, и их никогда не придется выбрасывать.

В коллекции Columns Дусе стремится бросить вызов современным определениям устойчивого дизайна, утверждая, что долговечность важнее, чем материал, из которого изготовлен продукт, или возможность его переработки.

«Об экологичности часто говорят в контексте новых материалов, но самый экологичный стул — это не тот, что сделан из грибов или пробки, а стул в стиле Людовика XIV, за которым бережно ухаживали на протяжении поколений», — сказал он.

«Эта идея редко рассматривается, и этот проект предоставил возможность напрямую затронуть её», — добавил Дусе, чья практика обычно исследует взаимосвязь дизайна, инноваций и устойчивого развития.

Цилиндрический стол Column I сочетает в себе массивное дубовое основание и стеклянную столешницу. В поверхность врезана неглубокая чаша для хранения предметов повседневного обихода, что добавляет дополнительную функциональность, которая, по словам Дусе, помогает «ненавязчиво выделить изделие без излишних украшений».

Скамейка Column II имеет две прочные дубовые ножки, поддерживающие сиденье, обитое натуральной кожей. В качестве наполнителя в сиденье используется конский волос, поскольку, в отличие от искусственных пеноматериалов, используемых в аналогичных изделиях, он не разрушается и не деформируется никогда.

«Конский волос используется веками, потому что он долговечен, — говорит Дусе. — Он сохраняет упругость, пропускает воздух естественным образом и соответствует более широкой цели создания предметов, которые не требуют замены».

Все материалы были выбраны с учетом их «долговечности, возможности ремонта и способности приобретать характерные черты с течением времени», добавил дизайнер.

«Это подход к созданию произведений искусства, характерный для старого мира, с которым я раньше напрямую не сталкивался, и это показалось мне очень значимым», — сказал Дусе.

Простые формы коллекции Columns отражают его стремление создавать вневременные вещи, которые хорошо смотрятся в любом контексте и могут передаваться из поколения в поколение.

«Формы основаны скорее на прочности, чем на стиле, — сказал он. — Я хотел избежать отсылок к конкретной эпохе дизайна. Цель заключалась в создании объектов,

которые воспринимаются как универсальные и трудно поддающиеся определению во времени, что подкрепляет идею о том, что они предназначены для того, чтобы существовать вечно, а не принадлежать к какому-то конкретному моменту».

Дизайнер утверждает, что изделия производятся небольшими партиями опытными мастерами с использованием технологий, в которых приоритет отдается долговечности и возможности ремонта, а не эффективности.

В результате изделия продаются по несколько более высоким ценам, которые можно узнать по запросу. Но Дусе утверждает, что это оправдано, поскольку они отражают «реальность месяцев ручной работы и создание предмета, рассчитанного на тысячу лет», который, по его словам, никогда не придется выбрасывать.



СТУЛЬЯ КВАНХО ЛИ В СТИЛЕ АНИМЕ ИЗ ГУБЧАТЫХ ТРУБ И НЕЙЛОНОВЫХ ВЕРЕВОК

Южнокорейский дизайнер Кванхо Ли вдохновился культовым аниме-фильмом для своей выставки «Призрак в доспехах», на которой представлены стулья в его фирменном стиле, выполненные из губчатых трубок и нейлоновых веревок.

Для создания изделий дизайнер использовал пластиковые стулья, обитые его узорами в виде узлов.

«Сначала придал форму, привязав к каркасу стула поролоновые трубки или нейлоновые веревки, а затем нанес четыре-пять слоев полиуретана, чтобы создать более выразительную и эффектную текстуру», — рассказал Ли.

Ли говорит, что плетение узлов составляет основу его работы, часто использует промышленные материалы для создания форм и узоров, имеющих органический вид.



«В основе моей практики лежит процесс изучения и восстановления физических свойств материала, — пояснил он. — Моя цель — помочь зрителям обнаружить нечто необычное в привычном и передать органичную красоту, которую я создаю».

Хотя большинство стульев выполнены в бледно-бежево-желтом цвете, напоминающем натуральную шерсть, некоторые из них имеют металлические элементы, отсылающие к кольчуге.



КРОВАТЬ AWASE ОТ СТУДИИ OMI TAHARA

Дерево, ротанг и японский минимализм сочетаются в кровати Awase, созданной дизайнером Оми Тахарой в сотрудничестве с итальянским брендом Bolzan

Awase — это низкая кровать-платформа в японском стиле, которая приобретает более изысканный вид благодаря чистым линиям, слегка закругленным краям и утонченной отделке.

Изголовье, выполненное из плотно сплетенного ротанга или обитое тканью, привносит в комнату тепло и фактурную насыщенность, а скрытое отделение для хранения в основании кровати добавляет практичности.

«Awase рождается из гармоничного сочетания японских традиций и современного духа», — отметили в Bolzan. — Ротанг привносит аутентичность в городскую жизнь, пробуждая беззаботные воспоминания».

Каркас кровати Awase изготовлен из массива ясеня и подходит для матрасов размером 180 на 200 сантиметров.



РЕМ КОЛХАС БУДЕТ КУРИРОВАТЬ НАПРАВЛЕНИЕ КОНТРАКТНОЙ МЕБЕЛИ НА SALONE DEL MOBILE 2026

Организаторы Salone del Mobile анонсировали новую инициативу с фокусом на контрактную мебель: проект будет реализован во время предстоящей выставки с 21 по 26 апреля, а его куратором станет архитектор, основатель бюро ОМА Рем Колхас.

Как отметила президент Salone del Mobile Мария Порро, вместе со своим коллегой Дэвидом Джаноттенон он продемонстрирует четкое видение важного направления мебельной промышленности в сочетании с основательным методологическим подходом. Гости, заинтересован-



ные в этом сегменте, смогут посетить специальную лекцию и международный форум. Также на выставке будет организован маршрут, посвященный контрактной мебели. В 2027 году в рамках миланской выставки дебютирует полноценная платформа Salone Contract. По словам команды, она знаменует важный сдвиг в развитии Salone del Mobile, делая ежегодное мероприятие более ориентированным на рынок и помогая компаниям-участникам справляться с современными вызовами индустрии.

РОСС ЛАВГРОУВ СОЗДАЛ СТУЛ СОВМЕСТНО С ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ

Британский дизайнер объединился с компанией Google DeepMind, чтобы разработать стул при помощи искусственного интеллекта, обученного по его эскизам

По словам команды, коллаборация позволила глубже понять работу этой технологии и раскрыть ее потенциал для творчества. Авторы проекта добавляют, что ключевым инструментом обучения AI-модели стал язык, однако привычные для практики студии Росса Лавгроува слова — «органический эссенциализм», «параметрический», «дематериализованный» — были непонятны для программы. Кроме того, команде пришлось исключить из промта слово «стул», так как оно сподвигало



нейросеть к созданию более стандартных и стереотипных вариантов. За выбором наиболее удачной итерации последовало создание визуализаций, CAD-модели и, наконец, прототипа из металла посредством 3D-печати.



СИГЭЯ МИЯТА СОЗДАЛ ПРЕДМЕТЫ ДЕКОРА ИЗ МОТОЗАПЧАСТЕЙ

В своем проекте дизайнер исследует взаимосвязь между движением и неподвижностью.

Сигэя Мията помещает механические элементы мотоциклов Honda в непривычный контекст, превращая их в предметы домашнего обихода с новыми функциями: зеркала, вазы, подставки для канцелярских принадлежностей и рамки для фотографий. Автор дополнил металлические детали массивными бетонными основаниями. По задумке дизайнера, в результате такого подхода компоненты превращаются из скрытых механических систем в видимые элементы, подчеркивающие качество материала и формальные характеристики. Мията разработал серию в рамках инициативы Honda, которая направлена на перепрофилирование запчастей снятых с производства моделей.



СТУЛ OUTLINE OT FORMING

Гонконгский дизайнерский бренд Formiing стремился объединить вневременной дизайн с повседневным комфортом в кресле Outline с каркасом из нержавеющей стали.

Стул Outline, разработанный соучредителем и креативным директором компании Formiing Цзинлан Фань, создан для комфортного длительного сидения и привлекает внимание своим оригинальным дизайном.



Кресло отличается характерным трубчатым каркасом из нержавеющей стали, который плавно переходит в минималистичную конструкцию, придающую ему ощущение легкости.

В дополнение к этому кресло имеет просторное мягкое сиденье и спинку, что позволяет комфортно сидеть за обеденным столом в течение многих часов.

«Кресло Outline — это скульптурное сочетание искусства и функцио-

нальности, эффектный предмет интерьера, который своим смелым, но изысканным видом преобразит любой дом», — отметили в Formiing. — Открытая и плавная планировка приносит в пространство архитектурную изысканность, не перегружая его».

Кресло Outline доступно в различных вариантах обивки из хлопка и шерсти от датского бренда Kvadrat, включая как нейтральные, так и яркие цвета.



ВЫСТАВКИ ЯРМАРКИ

События
и экспозиции
мебельной отрасли

МЕБЕЛЬ

ДИЗАЙН ИНТЕРЬЕРА

М 2026

ВЫСТАВКА МЕБЕЛЬ & ИНТЕРЬЕР

ФУРНИТУРА

ГРОЗНЫЙ
26 - 28
МАЯ

СТАНКИ



Новая локация: г. ГРОЗНЫЙ, ул. ЛЬВА ЯШИНА, 19
КРЫТЫЙ ФУТБОЛЬНЫЙ МАНЕЖ

По вопросам участия в выставке обращаться: Выставочная компания «АктивЭкспо»
Tel. +7 (928) 738-11-43; +7 (937) 780-11-22; E-mail: aktivexpo@bk.ru, www.expogrozny.ru

ГРАФИК ВЫСТАВОК МЕБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ,



19–21 февраля 2026 г.

ARTDOM – 2026

Москва

Международная выставка мебели,
интерьерных решений и искусства

www.artdom-design.ru

3–5 марта 2026 г.

MEBELEXPO UZBEKISTAN – 2026

Узбекистан, Ташкент

Международная выставка
«Мебель и технологии производства»

www.mebalexpo.uz

4–6 марта 2026 г.

МИР СТЕКЛА — 2026

Москва

Крупнейшая международная
отраслевая выставка
в России и странах Восточной Европы

www.mirstekla-expo.ru

18–21 марта 2026 г.

**CHINA INTERNATIONAL FURNITURE FAIR
(GUANGZHOU) PHASE 1 – 2026**

Китай, Гуанчжоу

Международная торговая выставка
мебели для дома (Phase 1)

www.ciffurniturefair.com

28–31 марта 2026 г.

**CHINA INTERNATIONAL FURNITURE FAIR
(GUANGZHOU) PHASE 2 – 2026**

Китай, Гуанчжоу

Международная торговая выставка
мебели для дома (Phase 2)

www.ciffurniturefair.com

31 марта – 3 апреля 2026 г.

MOSBUILD – 2026

Москва

Международная выставка строительных
и отделочных материалов

www.mosbuild.com

7–10 апреля 2026 г.

UMIDS — 2026

Краснодар

Международная выставка мебели, материалов
и оборудования

www.umids.ru

14–16 апреля 2026 г.

INTERIOR – 2026

Киргизия, Бишкек

Международная выставка интерьера, экстерьера,
мебели и фурнитуры

www.interiorexpo.kg

21–26 апреля 2026 г.

SALONE DEL MOBILE MILANO – 2026

Милане, Италия

64-е издание ведущей мировой выставки
мебели в Милане

www.salonemilano.it

23–26 апреля 2026 г.

СВОЙ ДОМ – 2026

Новосибирск

Выставка инженерного оборудования
и материалов для строительства и обустройства
коттеджа или загородного дома

www.svoidom-expo.ru

13–15 мая 2026 г.

БЕЛОРУССКИЕ ДНИ ДИЗАЙНА И АРХИТЕКТУРЫ – 2026

Минск, Беларусь

Крупная международная выставка в Минске,
посвященная трендам в дизайне интерьеров, мебели,
отделочных материалах, декору и архитектурным
решениям.

www.forumdesign.ru/minsk

26–28 мая 2026 г.

МЕБЕЛЬ И ИНТЕРЬЕР – 2026

г. Грозный

Выставка мебельной отрасли

www.expogrozny.ru

И ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕЙ СНГ И МИРА НА 2026 ГОД



27–30 мая 2026 г.

АРХ МОСКВА – 2026

Москва

Международная выставка архитектуры и дизайна

www.archmoscow.ru

2–4 июня 2026 г.

INDEX DUBAI – 2026

г. Дубай, ОАЭ

Международная выставка мебели, материалов и комплектующих для мебели

www.indexexhibition.com

10–12 июня 2026 г.

FIW — МЕБЕЛЬ. ИНТЕРЬЕР. ДЕРЕВООБРАБОТКА

Алматы, Казахстан

Международная выставка мебели и деревообработки

www.mebelexpo.kz

4–6 сентября 2026 г.

МЕБЕЛЬНЫЙ САЛОН ЕХРО – 2026

Ереван, Армения

Международная специализированная мебельная выставка

www.expo.am

6–8 сентября 2026 г.

INDEX САУДОВСКАЯ АРАВИЯ – 2026

Королевство Саудовская Аравия, Эр-Рияд

Главная мебельная конференция

www.index-saudi.com

9–11 сентября 2026 г.

МВМК — 2026

Крым, Симферополь

Международная выставка мебели

www.expocrimea.com

16–18 сентября 2026 г.

ЕХРО МЕБЕЛ АСТАНА — 2026

Астана, Казахстан

Международная выставка мебели и деревообработки

www.expomebel.kz

16–18 сентября 2026 г.

ЭКСПОДРЕВ — 2026

Красноярск

Деревообрабатывающая специализированная выставка

www.krasfair.ru

17–20 сентября 2026 г.

INTERMOV — 2026

Турция, Стамбул

Международная выставка компонентов для мебели

www.intermobistanbul.com

22–24 сентября 2026

НOMETEXTILE & DESIGN — 2026

Москва

Международная выставка домашнего текстиля и тканей для оформления интерьера

www.hometextile-design.ru

23–25 сентября 2026

МЕБЕЛЬ & ДЕРЕВООБРАБОТКА УРАЛ — 2026

Екатеринбург

Международная выставка мебели и оборудования

www.mebelexpo-ural.ru

23–26 сентября 2026

IFMAC И WOODMAC — 2026

Индонезия, Джакарта

Международная выставка комплектующих и оборудования для производства мебели и деревообработки

www.ifmac.net

20–23 октября 2026 г.

SICAM — 2026

Италия, Порденоне

Международная выставка компонентов для мебели

www.exposicam.it

27–30 октября 2026 г.

ДЕРЕВООБРАБОТКА – 2026

Минск, Беларусь

Международная выставка по деревообработке

www.woodworking.minskexpo.com

ИТОГИ ВЫСТАВКИ WOODEX 2025

Со 2 по 5 декабря 2025 года в Москве, в первом павильоне МВЦ «Крокус Экспо», состоялась 19-я ежегодная Международная выставка оборудования, материалов и комплектующих для деревообрабатывающей и мебельной промышленности — Woodex 2025. Впервые в этом году Woodex прошла совместно с ToolMash — 2-й Международной выставкой инструмента и оборудования.



Несмотря на сложившуюся непростую ситуацию на рынке деревообработки и оборудования, интерес к выставке был очень высокий. Woodex в очередной раз подтвердила свой статус главной площадки для делового общения специалистов деревообрабатывающей и мебельной промышленности в России и странах СНГ.

С 2026 года выставка Woodex становится ежегодной, чтобы всегда отвечать запросам участников лесопромышленного комплекса и обеспечить индустрию современной площадкой для нетворкинга и развития бизнеса. Высокая динамика рынка, постоянно меняющаяся ситуация способствуют тому, чтобы формат стал ежегодным. Многие лидеры отрасли и ведущие компании, эксперты и партнеры Woodex положительно отнеслись к такому решению.

ПОСЕТИТЕЛИ

Выставки Woodex и ToolMash посетили в общей сложности 7 240 специалистов, а экспозицию Woodex — 6 379 специалистов из 23 стран и 75 регионов РФ. Представители 4 687 компаний — постоянные гости выставки, а 3 444 человека посетили выставку впервые.

Выставку Woodex посетили представители Посольств Вьетнама, Турции и Азербайджана. Дипломаты ознакомились с экспозицией выставки и провели встречу с руководством компании ITE Group для выработки стратегии дальнейшего сотрудничества в сфере деревообработки и мебельной промышленности.

Господин Вэй Цзян, генеральный секретарь Китайской ассоциации лесного машиностроения (CNFMA), вместе со своими коллегами также посетил выставку, ознакомился с экспозицией участников и провел переговоры о сотрудничестве с Сергеем Иртугановым, директором выставки Woodex.

ЭКСПОЗИЦИЯ

Обширная экспозиция Woodex с многотонным оборудованием в двух залах первого павильона МВЦ «Крокус Экспо» заняла 12 200 кв. м выставочной площади. Свою продукцию на выставке Woodex и ToolMash представили 200+ ведущих российских и зарубежных компаний из 8 стран: России, Австрии, Республики Беларусь, Индии, Китая, ОАЭ, Турции и Филиппин. Экспонентами стали 40 новых компаний.





В Woodex 2025 приняли участие лидеры и ведущие компании отрасли: NANXING, STANKOFF.RU, КАМИ, LIGA, «Компания ИНТЕРВЕСП», «МС-Груп», ООО «ПМСК Рус», «СпецТехУниверсал», Altendorf competence center, DITEC, NASKA, TUSCAR, АО «Белгородский Абразивный Завод», ООО «Инструмент Плюс», ООО «Интер-Ловел», Центр развития САПР «ГеоС» (ПО КЗ-Мебель и КЗ-Коттедж), ООО «Макинас», «МЕГАПАК», ООО «Свеза СмартЛайн», АО «Слободской машиностроительный завод», СТАНКИ.РУ, ООО «Станком», ПО «ТЕПЛОРЕСУРС», ООО «ЧПУ Технологии», ООО «ЭНЕРГОРЕСУРС», АО «Энтохим», ООО «Юнифлекс» и многие другие.

В новых разделах «Оборудование для металлообработки» и «Оборудование для производства дверей» приняли участие 24 компании: ОЛЛРЭДИ, CNC Technology, ООО «Инструмент Плюс», STANKOFF.RU, STRONG TOOLS, DITEC, ООО «МАКИЛ ПЛЮС», «МС-Груп», Hizmet Him Makina Tekstil San. Tic. Ltd, «ПРАЙД», «СтанкоЭксперт» и другие.

На выставке Woodex у посетителей-специалистов отрасли была отличная возможность ознакомиться с максимальным количеством предложений от компаний-производителей и поставщиков и выбрать наиболее подходящую продукцию и решения для развития своего бизнеса.

Выставка, безусловно, во все времена являлась отражением рынка, и потребности компаний сегодня напрямую отразились в экспозициях участников. Это и спрос на малогабаритное оборудование со стороны небольших компаний, и спрос на линии, заточенные под производство мебели для маркетплейсов, и спрос на всевозможные решения, минимизирующие участие людей в производственных процессах.

Так на стенде «Экстру-Тех ТПК» посетители могли ознакомиться с широким спектром оборудования, включая инновационные станки для ламинации профилей, передовые флат-линии для плоскостной ла-

минации, а также высокоточные станки для резки различных материалов. Особое внимание было уделено комплексным решениям, направленным на автоматизацию производственных процессов и оптимизацию затрат.

Компания Stankoff.ru показала станок для пиления и прифуговки шпона TG-3200, выполняющий два этапа обработки: черновой распил и чистовую фрезеровку. Для этого используются пильный диск и насадная фреза, которые затачиваются проще, чем гильотинные ножи. А подача по призматическим направляющим обеспечивает равномерную скорость и стабильность обработки.

Компания DITEC представила станок для резки рулонных материалов с перематкой DITEC Div 1600, предназначенный для раскроя рулонных облицовочных материалов — пленок ПВХ, ПЭТ, ПП, ламината и текстурной бумаги — на полосы (бобины) необходимой ширины. В стандартной комплектации станка установлен двигатель 1,5 кВт и цепная передача на приводные валы, что обеспечивает гарантированную перематку всего рулона. Частотный преобразо-



ватель обеспечивает бесступенчатую регулировку скорости вращения валов. Электромагнитный тормоз позволяет контролировать натяжение пленки. Несъемная конструкция наматывающих пневмовалов облегчает работу оператора. Станок может обслуживать один человек.

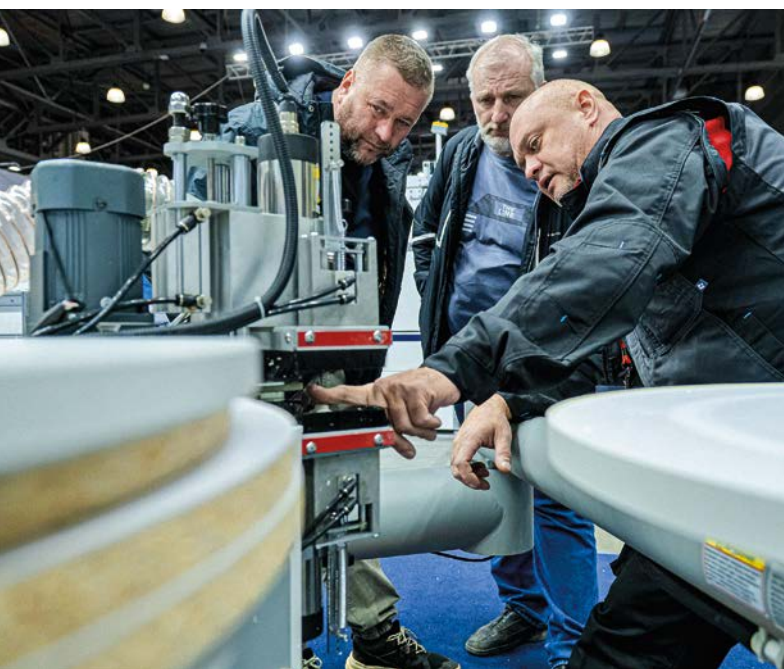
Nanxing продемонстрировали пыльный центр NPC330S для работы с сотовым картоном и алюминиевыми сотовыми панелями с точностью паза до 0,01 мм. Идеальный вариант для точной обработки материалов различных типов, включая деликатные, которые сложно поддаются раскрою из-за своей структуры.

В рамках выставки прошла премьера станков от Nanxing для кромления.

Компания показала в работе компактный автоматический кромкооблицовочный станок NB860EC с сервонастройками для максимальной точности и гибкости, длина которого 5,95 метров. А также компактный автоматический кромкооблицовочный станок с узлом прифуговки и двухмоторной обкаткой углов NB536. Длина станка всего 6,15 метра.

Nanxing впервые в России на Woodex 2025 представили экспозицию производителя станков Falit (входит в структуру Nanxing Group). На стенде прошла демонстрация возможностей компактного кромкооблицовочного станка FE-670A стоимостью 30 000 \$ в максимальной базовой комплектации. Также был продемонстрирован в работе кромкооблицовочный станок для софтверминга и облицовки профилей FEY-655 за 79 000 \$. Станок способен формировать 12 различных профилей и оснащен станцией подачи полиуретанового клея.

На стенде Altendorf competence center занял почетное место форматно-раскroечный станок WA8 TE, надежная и классическая механика.



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА

В течение 4-х дней в рамках выставки проходила насыщенная деловая программа, посвященная актуальным темам отрасли. На мероприятиях деловой программы выступили 63 спикера. За все дни 448 специалистов отрасли посетили 13 тематических мероприятий.

Традиционные темы — рынки фанеры и пиломатериалов: тенденции, перспективы развития, состояние ЛПК и меры поддержки производителей оборудования, утилизация древесных отходов. Мероприятия организованы в партнерстве с Ассоциацией «Лестех».

В рамках пленарной сессии «Состояние ЛПК и меры поддержки отрасли и производителей оборудования» принял участие Георгий Жеребятёв, заместитель начальника отдела развития станкоинструментальной промышленности Департамента станкостроения и тяжелого машиностроения Минпромторга России.



Также деловую программу поддержала Китайская ассоциация лесного машиностроения (CNFMA), в пленарной сессии принял участие президент Ассоциации Вэй Цзян.

В новом формате и с полностью обновленным составом спикеров прошли сессии:

«Роботизация деревообрабатывающих и мебельных производств», соорганизатор — Консорциум робототехники и систем интеллектуального управления; «ЛКМ и клеи для деревянного домостроения, МАФ и окон».

Форум «Эффективное мебельное производство: от слов к делу», соорганизатор которого коммуникационное агентство Furniture Communication Project, стал открытой дискуссионной площадкой для обсуждения целого спектра вопросов, касающихся эффективности мебельного производства — от господдержки, автоматизации и роботизации до цифровизации



и бережливого производства. На Форуме выступили Сергей Порошин, эксперт, АНО Мосстратегия, Дмитрий Пищальников, вице-президент общественной организации «Опора России» и другие.

Ассоциация развития модульного строительства стала соорганизатором Сессии «Будущее деревянного домостроения: префабы, модули, загородный девелопмент».

Мероприятие было посвящено обзору рынка деревянного домостроения и доли префабов, модульных домов и МАФ на рынке. Эксперты обсудили различия между индустриальным домостроением и ИЖС, говорили о загородном девелопменте и «деревянных» технологиях, а также представили обзор реализованных проектов, демонстрирующих эффективность и преимущества использования таких технологий.

Ключевой темой к обсуждению на Сессии «Мебель для HoReCa» стала адаптация под меняющиеся потребности рынка HoReCa: анализ трендов, выявление новых требований и рекомендации по разработке инновационных решений. Стоит отметить, что этот сег-



мент для производителей мебели и сегодня остается привлекательным и интересным — отели, санатории, базы отдыха довольно активно строятся, открываются кафе, работает государственная программа финансирования развития внутреннего туризма.

В этом году Woodex впервые стал площадкой для проведения 6-го Отраслевого чемпионата специалистов мебельной и деревообрабатывающей промышленности WoodworkingSkills, организатором которого выступила Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России (АМДПР).



ЭКОСИСТЕМА WOODEX

В 2026 году выставка продолжила развивать экосистему Woodex, чтобы объединить всех участников отрасли в сообществе профессионалов и дать участникам и посетителям Woodex дополнительные возможности для развития бизнеса в течение всего года.

Экосистема Woodex на сегодня включает непосредственно выставку Woodex — главную выставку деревообрабатывающей и мебельной промышленности; площадку для поддержания и расширения деловых связей между руководителями российских компаний-производителей мебели и поставщиками оборудования, комплектующих и материалов для мебельного производства Woodex Mebel Summit и приложение Woodex Connect.

Woodex Connect впервые был запущен на выставке Woodex 2025 и сразу показал впечатляющие результаты. Экспоненты активно использовали сервисы лидсканирования и матчейкинга в приложении. Результаты превзошли все ожидания: всего было сделано 3 816 сканов, из которых 3 051 скан сделан экспонентами.



НАГРАЖДЕНИЕ УЧАСТНИКОВ WOODEX 2025

3 декабря в зале Форум состоялась торжественная церемония награждения участников Woodex 2025. Организаторы отметили компании, чья продукция, проекты, стенды и активность внесли особый вклад в развитие выставки и профессионального сообщества.

Победителями в номинациях стали:

- Самое долгое партнерство — ООО «Компания Интервесп»;
- Самый большой стенд — КАМИ;
- Самый инновационный стенд — LIGA;
- Дебют в деловой программе — FCP;
- Самый яркий дебют на выставке — STANKOFF.RU;
- Самый креативный стенд — АО «Белгородский Абразивный Завод»;
- Привлечено больше всех посетителей — КАМИ;
- The Largest international stand — UNIMAC.



Woodex 2025 прошла при официальной поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации и Департамента инвестиционной и промышленной политики города Москвы.



«Хотелось бы поблагодарить всех участников и посетителей Woodex 2025, а также наших информационных партнеров за поддержку, — отметил в интервью нашему изданию **Сергей Иртуганов, директор выставки Woodex.** — Woodex 2025 состоялся благодаря вам!

В этой непростой ситуации в отрасли нам удалось собрать всех лидеров и ведущие компании деревообрабатывающей и мебельной промышленности в «Крокус Экспо» для делового общения. В Woodex приняли участие 180 компаний из 8 стран, 6 300+ специалистов из 75 регионов РФ и 23 стран посетили экспозицию.

Как вы уже знаете, мы перешли на ежегодный формат проведения Woodex, и уже на выставке получили от участников поддержку нашего решения, все ключевые компании уже подтвердили свое участие в Woodex 2026.

Сейчас идет активная работа по формированию экспозиции. И ближайшие месяцы — самое удачное время для бронирования стенда на Woodex 2026.

Хотелось бы подчеркнуть, наши участники становятся не просто участниками выставки Woodex, они получают доступ ко всем привилегиям Экосистемы Woodex. Это означает, что они могут быть участниками Woodex Mebel Summit по специальной цене, принимать участие в качестве спикеров в деловой программе выставки, пользоваться новым приложением Woodex Connect для сбора лидов и делового общения на выставке и после нее, а также продвигать свою продукцию через все каналы выставки.

Приглашаю всех принять участие в главной выставке отрасли Woodex 2026!»



20-я ежегодная юбилейная выставка Woodex пройдет с 1 по 4 декабря 2026 года в Москве, МВЦ «Крокус Экспо», в 1 павильоне.

ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ



Евгений Кириков, генеральный директор компании «КАМИ»

Компания «КАМИ» — один из лидеров отрасли и постоянный участник Woodex. Мы традиционно представили большой и яркий стенд, но в этот раз, за счёт менее сложной застройки, смогли показать в работе большее количество единиц оборудования. Это в свою очередь привлекло на наш стенд максимальное количество посетителей.



Что касается самих экспозиций стендов «КАМИ», могу с уверенностью сказать — они были одними из самых интересных и насыщенных новинками за последние несколько лет. Абсолютно каждый из посетителей — от крупных промышленных фабрик до небольших столярных мастерских — смог найти на наших стендах доступные станочные решения для реализации своих задач.

Масштабы выставки Woodex 2025 уменьшились относительно предыдущих годов, сократившись с полных четырех павильонов до неполных двух. Этому есть логическое объяснение: часть компаний прекратили свою деятельность, часть — сильно уменьшились и не могут себе позволить участие в выставках такого уровня.

В целом рынок станкостроительных компаний заметно изменился за 2025 год. Теперь есть два ярко выраженных лидера, которые идут с большим отрывом от других компаний, ну и несколько десятков небольших компаний.

Количество посетителей тоже сократилось по сравнению с другими годами, отчасти потому, что

за неделю до Woodex в «Крокус Экспо» прошла выставка «Мебель», где было много наших целевых клиентов-мебельщиков. Выставки идут одна за другой и логично, что производители не могут такое длительное время находиться вдали от своих предприятий, поэтому и выбирают точно, какое мероприятие посетить.

В этом году решения, связанные с минимизацией человеческого участия в производственном процессе, вызвали особый интерес со стороны посетителей. Тут традиционно лидерство по праву занимают станки с ЧПУ. Но если раньше это были в основном фрезерные станки и обрабатывающие центры, то на Woodex 2025 к ним добавились кромкооблицовочные станки с сервонастройками, а также станки для обработки алюминиевого профиля.



Многие производители понимают важность качественной упаковки своей продукции, которая обеспечивает сохранность изделия при транспортировке — поэтому логично, что станки для изготовления упаковки из гофрокартона стали лидерами по популярности на наших стендах. Именно самостоятельное изготовление упаковки даёт возможность производителю снижать себестоимость своих изделий и повышать свою прибыльность в непростых условиях острой конкуренции.

Совокупность услуг, которые предоставляет компания «КАМИ» нашим заказчикам, — наше главное преимущество. За 35 лет работы мы доказали, что отвечаем за свои слова, исполняем свои обязательства в срок и всегда предоставляем только проверенные решения. За это время мы смогли построить одну из лучших сервисных служб на рынке и обеспечиваем самую широкую складскую программу по станкам и расходникам.

КАМИ и в дальнейшем планирует участие в выставке Woodex. Для нашей компании выставка остается ведущим отраслевым событием, но мы также ждём реакции организаторов выставки, чтобы совместно

и более гибко развивать её в условиях новых реалий, ориентируясь на наших уважаемых заказчиков и делая всё для их комфорта и удобства.



Алексей Филяев, директор по продажам компании «Базис-Центр»

Выставка Woodex 2025 стала для компании «Базис-Центр», как ведущего разработчика САПР для мебельной промышленности, по-настоящему

важным событием. Сама выставка в очередной раз подтвердила свой статус ключевой площадки для обмена опытом и обсуждения актуальных трендов цифровизации производства. Интерес к системе БАЗИС растет, и в этот раз мы показали мебельщикам ряд интересных новинок, которые войдут в готовящуюся к выходу новую версию БАЗИС-2026.

Прежде всего, это реализация раскрытия материалов по технологии Nesting. Надо сказать, что «облегченная» ее версия, устраивающая значительное количество мебельщиков, в системе реализована была достаточно давно. Теперь, чтобы снять все вопросы, мы сделали классический Nesting, который, судя по отзывам посетителей, имеет все шансы получить одобрение мебельного сообщества. После «тонкой шлифовки» модуля по их замечаниям он войдет в линейку нашей продукции.

Еще одно давно ожидаемое предложение — модуль расстановки мебели в браузерах. С его помощью менеджер салона или обычный покупатель может разработать интерьер или оригинальное мебельное изделие, а затем одним кликом сформировать в заказ и отправить на производство. Это наш очередной шаг в создании программной инфраструктуры для организации безбумажного производства.



Естественно, этими модулями не исчерпывается список новинок, которые мы показали. Woodex, на наш взгляд, это место встречи профессионалов, поэтому мы стараемся показать на ней максимум из того, что планируется включить в очередную версию, чтобы получить обратную связь от пользователей наших продуктов. Для нас особенно ценно, что многие обсуждения выходили за рамки демонстраций, переходя в плоскость долгосрочного сотрудничества по созданию решений под реальные производственные задачи.

Благодарим организаторов Woodex 2025 за высокий уровень проведения мероприятия и создание хороших условий для делового общения. Для компании «Базис-Центр» участие в выставке стало подтверждением востребованности наших разработок и мощным стимулом для дальнейшего развития.



Мария Фильченкова, заместитель директора по коммерческим вопросам ООО Центр развития САПР «GeoS»

WOODEX относится к числу тех мероприятий, которые неизменно вызывают боль-

шой интерес у производителей мебели. В этом году выставка проходила на меньшей площади, но это никак не повлияло на количество её гостей. Нас, разработчиков ПО, привлекает в WOODEX тот факт, что здесь нет случайных людей. Практически каждый приходящий на стенд «КЗ-Мебель» — наш потенциальный клиент.

Подводя итоги выставки, можно сказать, что четыре дня, проведенные нами на WOODEX, были очень плодотворны и познавательны. Большой резонанс вызвал новый веб-сервис «Рендер», который мы привезли на выставку вместе с новой версией программы «КЗ-Мебель». Сервис был создан по просьбе и при активном содействии наших пользователей. Надеемся, он станет мебельщикам огромным подспорьем при приеме заказов в салоне и завоеует множество покупателей своими реалистичными картинками.

Выставки — это всегда общение на перспективу. Уверены, что оно поможет нашим гостям с выставки, ещё пока не определившимся с ПО, быстрее осознать всю силу и неотвратимость цифры и подтолкнет их к принятию единственно верного решения — к автоматизации производства и продажи мебели. Для этой цели и создана наша программа «КЗ-Мебель».

Много теплых слов прозвучало в наш адрес от пользователей программы, которые приходили на стенд «КЗ-Мебель» и делились опытом использова-



ния наших программных продуктов, предлагали идеи по их развитию.

Благодарим всех, кто посетил наш стенд! Спасибо за проявленный интерес и участие в развитии наших продуктов под маркой КЗ! Ваши мнения и предложения очень важны для нас — они помогают делать наши программы лучше! Надеемся встретиться в 2026 году.



Иван Пименов, правообладатель ТМ «ИНТЕРВЕСП»

Выставка прошла для нас крайне продуктивно и успешно. Мы можем с уверенностью сказать, что это мероприятие полностью оправдало наши ожидания и укреп-

пило позиции «Компании Интервесп» на рынке деревообрабатывающего и мебельного оборудования.





Особо хотелось бы отметить высокий уровень организации самой выставки и активную поддержку со стороны организаторов.

Наш стенд привлек значительное внимание, что свидетельствует о востребованности предлагаемых нами решений. Мы получили ценный опыт взаимодействия с нашими текущими и потенциальными клиентами, возможность продемонстрировать передовое оборудование и получить непосредственную обратную связь. Это всегда бесценно для дальнейшего развития компании.

Объем посетителей на нашем стенде был хороший. Качеством мы тоже довольны. Нас посетили профессионалы отрасли: представители производственных предприятий, руководители деревообрабатывающих и мебельных компаний, инженеры, технологи, а также лица, принимающие ключевые решения о покупке оборудования.

Мы наблюдаем, что аудитория выставки стала более целевой и заинтересованной. Гости демонстрировали глубокие знания в отрасли, задавали компетентные вопросы и были готовы к обсуждению конкретных технических и коммерческих аспектов. Это позволяет нам говорить о высокой конверсии проведенных встреч в потенциальные сделки.

В этом году на стенде «ИНТЕРВЕСП» были представлены станки китайских брендов HOLD Machinery и V-HOLD.

На нашем стенде посетители смогли познакомиться с передовыми решениями, сочетающими высокую производительность, точность и интеллектуальное управление:

- Форматно-раскроечный центр с ЧПУ HOLD HP290 идеален для быстрого и точного пакетного раскроя плитных материалов (ДСП, МДФ, ЛДСП и др.) с функцией предварительного подреза для минимизации сколов. Оснащён сервоприводом основной пилы с интеллектуальным подъёмом до 100 мм и системой автоматической оптимизации раскроя.

- Сверлильно-присадочный станок с ЧПУ HOLD HB61J обеспечивает высокоточное фрезерование и сверление с шести сторон за один проход, поддерживает работу со штрих- и QR-кодами, оснащён комбинированным верхним шпинделем для выполнения пазов под светодиодную ленту и другие операции.

- Кромкооблицовочные автоматические станки HOLD HD856J и HOLD HD211J предназначены для высокоскоростного облицовывания прямолинейных деталей. Модель HD856J оснащена двухцветной станцией клеенанесения без необходимости очистки, инфракрасным подогревом кромки, четырёхмоторным узлом скругления углов и интеллектуальной системой управления с возможностью интеграции в ERP/MES. Модель HD211JS — компактное решение для предприятий любого уровня с моторизованным подъёмом прижимной балки и стабильной подачей.

- Обрабатывающий центр с ЧПУ HOLD HE2130G BASCP — мощное решение для производства корпусной, кухонной и заказной мебели. Оснащён 9-киловаттным шпинделем, 12-позиционным магазином инструментов, автоматической системой загрузки/выгрузки и этикетирования, а также 13-вакуумными зонами для надёжной фиксации заготовок размером до 2100x3000 мм.



- Четырёхсторонний станок V-Hold MB 623 AV — надёжный выбор для профильной обработки древесины с высокой точностью и производительностью.

Особое внимание было уделено демонстрации работы наших станков с ЧПУ в режиме реального времени, где гости могли лично убедиться в их высокой производительности и точности.

Безусловно, планируем участие в Woodex и в 2026 году! Участие в выставке такого масштаба и уровня является для «ИНТЕРВЕСП» стратегически важным элементом нашей маркетинговой политики. Мы видим в ней уникальную возможность для прямого диалога с клиентами, демонстрации достижений и укрепления деловых связей.



Тимофей Кокурин, исполнительный директор коммерческой службы ГК «МС-Груп»

Для нашей компании выставка Woodex 2025 стала не просто демонстрационной площадкой, а живым подтверждением актуальности выбранного технологического курса.

Мероприятие в этом году оказалось на удивление энергичным и динамичным. Несмотря на объективные экономические сложности, отрасль продемонстрировала существенный запрос на обновление производств. По нашим наблюдениям и официальной статистике, на экспозиции площадью 12 200 кв. м собралось более 6 300 специалистов из 23 стран, а плотность посетителей выросла на 31%. Это полностью совпадает с нашей аналитикой: поток гостей на стенд превзошел ожидания. Главное — качество аудитории: к нам подходили не из любопытства, а с четкими техническими заданиями и готовностью к диалогу, что отмечают и другие экспоненты.

Среди представленных нами на выставке решений можно было увидеть две ключевые тенденции: стремление к максимальной функциональности за разумные деньги и активная интеграция новых технологий.

В 2026 году выставка официально переходит на ежегодный формат. Для компании «МС-Груп» этот год особенно значимый — мы отмечаем 20-летний юбилей!

Мы, безусловно, планируем и далее участвовать в Woodex. Выставка подтвердила свой статус главной площадки для прямого диалога с рынком. И мы намерены и дальше представлять здесь наши технологические ответы на запросы отрасли.

Фокусом нашего стенда стали две прорывные разработки в сегменте кромкооблицовки, вызвавшие живой интерес производителей.

Кромкооблицовочные станки Velberg на PUR-клею с герметичными станциями и серворегулировкой аб-



солютно всех узлов. Использование полиуретанового (PUR) клея — это мировой тренд, замещающий традиционные материалы, такие как EVA. Его ключевые преимущества:

Превосходная водо- и термостойкость: изделие выдерживает эксплуатацию во влажных помещениях (кухни, ванные) и перепады температур, что критически важно для качества и долговечности мебели.

Прочность и эластичность: шов устойчив к механическим воздействиям и вибрации.

Экономия: меньший расход клея при более высоком качестве соединения.

Герметичная станция подачи PUR-клея решает главный вопрос этой технологии — ежедневная чистка и промывка системы. Система полностью изолирует клеевой брикет от воздуха, сохраняя его свойства на протяжении продолжительного времени и избавляя клиента от необходимости ежедневной чистки.

Однако реализация преимуществ технологии PUR на производстве требует высокоточной и стабильной работы всего кромкооблицовочного станка. Именно здесь раскрывается потенциал нашей второй ключевой инновации — полной серворегулировки основных узлов. В отличие от пневматики или ручных настроек, сервоприводы обеспечивают:

- Высокую точность позиционирования узлов станка в «авторежиме», что исключает брак.
- Простоту и скорость перенастройки между разными типами кромки и толщинами заготовок через интерфейс ЧПУ. Это идеально для мелкосерийного и кастомизированного производства. Экономия по перенастройке достигает 80% времени!
- Высокую надежность и стабильность работы в режиме 24/7.
- Отсутствие «полулер» в серво-перенастройке всего станка. По нажатию кнопки на экране станок автоматически перенастраивает абсолютно все узлы, включая «раунды».



Синергический эффект: сочетание технологии PUR и сервоприводов (высокоточная и умная механика) позволяет производителю не просто улучшить качество кромки, а выйти на новый уровень стабильности, гибкости и эффективности всего процесса, минимизируя брак и пресловутый человеческий фактор, снижая время перенастройки. Это комплексное решение для современного, ориентированного на высокие стандарты и быструю окупаемость производства.

Кромкооблицовочный станок Velberg MC648JF PUR Laser с лазерной технологией активации кромки — это взгляд в будущее кромкооблицовки. Вместо традиционного контактного нанесения расплава и последующего прижима, лазерный луч точно по контуру мгновенно активирует специальный термочувствительный слой на обратной стороне кромки.

- Идеальное качество: практически полное отсутствие клеевого шва. Эстетичность готового изделия в виде монолитной панели.

- Максимальная гибкость: станок легко и быстро переключается между разными кромками без смены клеевых ванн или чистки узлов, разогрева клеевой ванны. Таким образом время на переналадку при перенастройке на другой материал сведено практически к нулю.

- Экологичность и чистота: процесс бесконтактный, нет испарений от горячего клея, не требуется регулярная очистка механизмов.

- Дефицит лазерной кромки решен! В комплект к данному станку мы предлагаем специализированный станок, превращающий стандартную кромку ПВХ в кромку для лазерного станка.

Выставка «Woodex-2025» наглядно показала, что даже в период экономических вызовов российские мебельщики и деревообрабатывающие предприятия ориентированы на развитие и инвестиции в технологии, дающие реальное конкурентное преимущество — повышенное качество продукции, операционную эффективность и гибкость. Наши представленные решения —

прямой ответ на эти запросы. Мы уходим с выставки не только с большим портфелем контактов, но и с уверенностью, что движемся в правильном направлении, делая передовые технологии доступными для производителей. Ждем новых встреч на Woodex 2026.



Дмитрий Соколов, генеральный директор производственной компании «Грин Тулс»

Для нашей компании, как и для любого участника лесопромышленной отрасли, выставка Woodex на протяжении многих лет была не просто событием — она была ключевым индикатором состояния рынка, площадкой для знакомства с инновациями и важнейшим каналом коммуникации с клиентами и партнерами. С момента основания мы участвуем в ней ежегодно — и это не формальность, а стратегическая необходимость. На одной площадке собирались ведущие производители оборудования, режущих инструментов и материалов со всего мира. Здесь демонстрирова-



лись передовые технологии, новейшие решения для автоматизации и повышения эффективности производства. Для экспонентов это был стимул к развитию, для посетителей — возможность оценить, насколько их производственные процессы устарели, и понять, куда двигаться дальше.

Однако за последние годы произошли фундаментальные сдвиги, которые кардинально изменили природу выставки. Уход с российского рынка веду-





ших производителей из «недружественных» стран — тех самых, кто долгие годы задавал темп инноваций и формировал стандарты качества, исчезновение прямого конкурента — выставки «Лесдревмаш», которая ранее служила важной альтернативой и стимулировала повышение качества организации, привлекательности и ценовой политики, привели к существенному сокращению числа экспонентов — особенно тех, кто представлял технологически продвинутые решения. В результате снизилось разнообразие и качество представленных продуктов, увеличилась стоимость участия для оставшихся компаний, и организаторы не стремятся к оптимизации цен. С нашей точки зрения, ухудшилась и эффективность маркетинговых кампаний — привлечь аудиторию стало сложнее, а охват — меньше.

Сегодня Woodex всё чаще напоминает не международную выставку инноваций, а локальный оптовый рынок, где основную долю занимают торговые компании, представляющие продукцию китайских производителей. Посетители приходят не за новыми технологиями, а за самыми выгодными ценами — чтобы «отжать» максимальные скидки и закупить то, что есть здесь и сейчас. Это сдвиг в парадигме. Раньше: «Что нового? Как улучшить производство?». Сейчас: «Сколько стоит? Есть ли скидка? Можно ли взять прямо сейчас?». Такой формат давно укоренился в регионах, но теперь он добрался и до Москвы — и это тревожный сигнал. Выставка перестала быть платформой для развития, превратившись в платформу для закупок. Наша позиция: инновации продолжаются — но аудитория уходит.

Несмотря на общую тенденцию, мы не останавливаемся. В этом году мы успешно запустили серию продуктов, ранее доступных только от зарубежных поставщиков: режущие инструменты для домостроения с повышенной износостойкостью и точностью; инструменты для сращивания древесины по длине — решение для мебельной и деревообрабатывающей промышленности; специализированные фрезы

и ножи для HPL-материалов — в ответ на растущий спрос на современные композитные материалы. Интерес к нашей продукции остаётся высоким — посетители активно задают вопросы, оценивают технические характеристики. Но проблема не в нас — проблема в аудитории. Количество посетителей сократилось на 50–60% по сравнению с предыдущими годами. Стало меньше профессионалов, меньше принятий решений, меньше потенциальных партнёров.

С учётом всех факторов — снижения качества экспозиции, роста затрат, падения целевой аудитории и потери стратегического смысла выставки — мы вынуждены пересмотреть наше участие в Woodex в 2026 году. Вопрос не в том, можем ли мы участвовать, а в том, стоит ли это того. Woodex когда-то была зеркалом отрасли, сегодня — её тень, китайская тень.

Мы не отказываемся от выставок как инструмента. Мы отказываемся от неэффективных выставок. Наша цель — не участвовать ради участия. Наша цель — встречаться с теми, кто готов инвестировать в будущее. И если Woodex больше не даёт нам этого — мы найдём другое место, где это возможно.



Владимир Захаров, начальник отдела рекламы и выставок ООО «ЭЛСИ»

Выставка WOODEX для нас всегда результативная, поэтому мы постоянно в ней участвуем с 2004 года.

В 2025 году, по известным причинам, выставка меньше по количеству участников. Но несмотря ни на что, выставка в очередной раз стала лидером по посещаемости. Отрадно, что много было профессионалов из многих регионов России и, даже, из-за рубежа.

У нас новинки каждый день. Мы работаем по заказам деревообработчиков и мебельщиков, а их потребности настолько разнообразны, что это и позволяет нам так говорить о новинках. Кроме этого, мы сами предлагаем новые изделия.

В этот раз представили вау-новинку — первую отечественную гидровтулку для строгальных фрез в нескольких модификациях. В России их никто не производит.

Постоянно пристальный интерес посетителей нашего стенда вызывают шейперные фрезы. Среди них строгальные и фуговальные валы, гидроголовы для скоростного строгания, фрезы из особо прочного алюминиевого сплава. Большой интерес проявляют посетители и к разнообразным концевым фрезам для вертикальных станков и станков с ЧПУ.

Пошучу: самый живой «интерес» вызывают наши квартальные календари, которые мы дарим посетителям нашего стенда!



В 2026 году планируем участвовать обязательно, ведь наша дружба с организаторами проверена многими годами и невзгодами.



Александр Есипов, директор департамента управления продуктами и категориями LIGA

Для команды LIGA WOODEX 2025 стала не просто выставкой, а демонстрацией новой философии мебельного производства.

Мы проделали масштабную подготовительную работу и на площади 800 м² представили 12 мировых премьер и более 25 решений в формате живой производственной экосистемы.

Экспозиция была выстроена вокруг ключевых запросов мебельного сообщества:

- максимальная эффективность при высочайшей производительности;
- функциональность и универсальность решений;
- исключение ручного труда и снижение человеческого фактора;
- снижение зависимости от дефицитных и высокооплачиваемых специалистов;
- запуск новых видов продукции с минимальной себестоимостью и высокой добавочной стоимостью;
- готовность производств к работе с маркетплейсами — без брака, повреждений и возвратов.

Фактически мы показали, как выглядит мебельная фабрика нового поколения.

Отдельно стоит отметить поддержку со стороны нашего стратегического партнёра — корпорации KDT. Выставку лично поддержал председатель правления KDT господин Ли Янг Ву, а также команда директоров R&D и сервисного департамента. Для участников WOODEX это стало возможностью напрямую получить консультации и практическую информацию от представителей крупнейшей в мире корпорации по производству решений для мебельной и дверной отрасли, а для нас — подтверждением высокого уровня и значимости представленной экспозиции.

Ключевым показателем стало качество аудитории и глубина диалога. Стенд LIGA посещали собственники бизнеса, руководители производств, главные технологи и инженеры — люди, принимающие решения и ежедневно работающие по вопросам эффективности, стабильности качества и кадрового дефицита.

Многие приходили с конкретными задачами: как сократить ручной труд, как снизить влияние человеческого фактора, как перестроить производство под маркетплейсы и индивидуальные заказы. Это подтверждает, что рынок ориентируется на системную технологическую трансформацию, а не на точечные улучшения.

В этом году мы сознательно сделали акцент не на количестве оборудования, а на технологических сценариях, решающих реальные боли производителей.

Для малого бизнеса и индивидуального производства ключевыми решениями стали:

обрабатывающий центр KDT KN-2710DL — умная технологическая ячейка, объединяющая несколько операций в одном компактном формате; кромкооблицовочный станок KDT KE-268JSA — самый компактный и функциональный станок 2025 года.





Для производств, ориентированных на масштаб и стабильность, были презентованы: принципиально новый сверлильный центр KDT KD-612NCSD, работающий фактически без участия оператора, — его функции выполняет промышленный робот; индустриальный пильный центр Caelus Pilot S3 с интеллектуальным автоматическим складом, который сам сортирует и подаёт плиты (минимум ручных операций), выполняет поклейку этикеток без участия человека и мгновенно перенастраивается под любой формат заказа, обеспечивая стабильную работу как с серийными, так и с индивидуальными проектами. По завершению выставки Caelus был отправлен заказчику; искусственный интеллект KDT AI SMART, позволяющий действующим пользователям увеличить производительность оборудования до 20% без замены станочного парка.

Мы также подчеркнули важность цифровой составляющей производственного цикла. В рамках партнёрских цифровых решений на стенде были представлены программные продукты от ASAI Soft, включая ASAI.Nest, ASAI.Cut — это оптимизаторы раскроя, моделирования и подготовки управляющих программ, призванные повысить точность, снизить потери материала и обеспечить эффективное управление ЦПУ-процессами на предприятиях различного масштаба.

Наибольший интерес посетителей вызвали решения, которые убирают человека из критических точек производства и обеспечивают стабильный, прогнозируемый результат.

Центром притяжения стал самый эффективный в мире тандем высокоскоростных кромкооблицовочных станков KDT KE-525 и KDT KE-526, эффективность которого подтверждена промышленными испытаниями и мировыми рекордами на фабрике SV-MEBEL.

Большой отклик получили автоматизированные решения финишной обработки от KDT и QCMAC, позволяющие одним станком заменить до 10 сотрудников, полностью исключить ручные доработки и выйти на премиальный уровень качества поверхности.



Яркую эмоциональную реакцию вызвали технологии автоматизированного клеенанесения RichFruits в сочетании с прессом TZM с PIN-системой, а также новые коллекции GREENWOOD и PROFOIL, демонстрирующие возможности создания продукции с высокой добавочной стоимостью.

С учётом роста маркетплейсов мы представили 5-осевой обрабатывающий центр KDT TC-3, позволяющий эффективно работать как с изделиями малых форм с высокой маржинальностью, так и с индивидуальными заказами. Логичным продолжением стала демонстрация решения KDT серии WG8C1 для работы с листовым картоном, обеспечивающего качественную упаковку и снижение возвратов.

Мы увидели высокий уровень вовлечённости и рост запросов не на отдельные станки, а на системные производственные решения, поэтому участие в WOODEX 2026 рассматриваем как логичное продолжение диалога с отраслью.

Подготовила Светлана Ширяева

РАСЦЕНКИ на размещение рекламы в 2026 году

Объем и размещение	Цена (1 номер, руб.)
1-я полоса (лицевая обложка)	120 000
1-я полоса (лицевая обложка, выставочная)	130 000
2-я полоса (2-ая сторона обложки)	55 000
3-я полоса (обложка)	47 000
4-я полоса (последняя обложка)	63 000
Вкладка — 1 полоса	44 000
Статья — 1 полоса	44 000
Статья — 2 полосы (разворот)	64 000
Статья — 3 полосы	85 000
Статья в рассылку — 1 выпуск	8 000
Вкладка — 1/2 полосы	28 000
Эксклюзивный блок перед содержанием 1 полоса	48 000
Фиксированное место	+10%
Баннер в рассылку 1 выпуск	17 000
Пост в Телеграм	3 000

По всем вопросам обращайтесь к менеджерам или в редакцию. Тел. +7 (383) 352-35-05, e-mail: mebelsibsk@mail.ru. Тел. редактора: +7 913 912 -43-33, e-mail: 2144333@mail.ru

ТРЕБОВАНИЯ к размещению материалов и размеры рекламных модулей

Макеты подаются в файлах программ CorelDraw, Adobe Illustrator. В форматах CDR, AI, EPS шрифты переведены в кривые (Convert to curves), разрешение импортированных изображений не ниже 240 dpi, верхняя граница 400 dpi.

В предоставляемых макетах — все импортированные изображения, до импорта в файл Corel Draw, должны иметь формат CMYK.

При подаче макетов в TIFF, PSD цветовая модель — CMYK, разрешение — для цветных макетов — 300 dpi, для черно-белых — 400 dpi (допускается не ниже 300 dpi). Для макетов в формате JPG устанавливайте минимальную степень сжатия.

Вы можете отправить макет на наш e-mail:
mebelsibsk@mail.ru.

Последний срок подачи рекламы в номер — до 18:00 за 10 дней до дня выхода номера.

РАЗМЕР МАКЕТОВ

Обложка — 223x303 мм
1/1 — 213x303 верт. мм
1/2 — 213x150 гориз. мм
1/2 — 303x105 верт. мм
1/4 — 105x150 верт. мм
(включено поле под обрез)

Важно: в цветных макетах на расстоянии 8–10 мм от каждого края — не включать текст и существенные элементы изображения (под обрез уходит 5–3 мм).

Для справки:
В статьях (1 полоса) примерно 3200–3700 знаков

Распространение печатной версии журнала

Наши издания распространяются через почту, службы доставки в городах и фирменные стойки в компаниях с повышенной проходимостью мебельщиков; на профильных выставках очно через собственный стенд, фирменные стойки на входе в павильоны и в комплекс, а также делаем раздачу участникам; семинары, форумы и мероприятия компаний. Осуществляем подписку.

E-mail-рассылка по полной отработанной базе мебельщиков

Идет по городам Сибири, Урала и Дальнего Востока (Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Магадан, Иркутск, Новосибирск, Искитим, Бердск, Барнаул, Бийск, Новокузнецк, Междуреченск, Прокопьевск, Кемерово, Омск, Томск, Красноярск, Абакан, Железногорск, Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Пермь), а также в Пензе, Ульяновске, Самаре, Саратове, Москве и МО, Казани, Владимире, Нижнем Новгороде, Санкт-Петербурге.

Также база рассылки включает около четырех тысяч адресов собственной базы руководителей и топ-менеджеров, руководителей отделов закупок мебельных фабрик по всей России. Отслеживаем конверсию, делаем срез; повышаем конверсию за счет обзвона неактивных компаний.

Наши соцсети

 <https://t.me/mebelshikportal>  <https://vk.com/mebsib>  www.mebelshik.biz

ЗДЕСЬ МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ЖУРНАЛ «МЕБЕЛЬЩИК»

Город	Компания	Адрес	Тел
Москва	МДМ	ул. Кантемировская, дом 65, стр. 1	+7 (495) 788-80-08
Санкт-Петербург	Торговый дом Амикс	ул. Якорная, дом 15Б	+7 (812) 372-66-07
	МДМ-Спб	пр-кт Пискаревский, дом 123	+7 (812) 495-60-26
Тольятти	Hardi	ул. Ларина, дом 141	8-800-505-92-03
Екатеринбург	Партнер	ул. Дагестанская, дом 47/2	+7 (343) 272-08-80
	ДОМИУМ	ул. Черняховского, дом 86/5	+7 982 700-56-77
	FurniTex	Верхняя Пышма, ул. Осипенко, дом 1Б	+7 (343) 379-45-74
	ИП Зайнетдинов	Верхняя Пышма, ул. Осипенко, дом 1	
Новосибирск	Boyard	ул. Николая Грицюка, 20	+7 (383) 304-70-01
	LTT	ул. Тюменская, 18, к. 3	+7 (383) 207-54-24
	Rauff	ул. 2-я Станционная, 46/Б	+7 (383) 341-87-22
	Rauff	ул. Мира, 54	+7 (383) 335-12-03
	Аристо Сибирь	ул. Владимировская, 11а, к. 2	+7 (383) 363-78-15
	УралПлит	ул. Петухова, 35а	+7 (383) 275-54-24
	Бином, ООО	ул. Журинская, 80/1	+7 (383) 223-85-77
	Борисов, ИП	ул. 1-я Ельцовка, 1	+7 (383) 225-19-59
	Глобал, ГК	ул. Петухова, 71/4	+7 (383) 303-42-25
	Джокер	ул. Сибиряков-Гвардейцев, 56а	+7 (383) 316-15-70
	Командор	ул. Оловозаводская, 25, к. 18	+7 (383) 22-77-961
	Ламитекс	ул. Петухова, 69, к. 10	+7 (383) 335-82-99
	Макмарт	ул. Тюменская, 4	+7 (383) 314-79-99
	Мастерсиб, ООО	ул. Большая, 278	+7 (383) 364-44-93
	МДМ	ул. Большая, 256-б	+7 (383) 227-79-38
	Мебельная фурнитура-Н	ул. С.-Гвардейцев, 49/б	+7 (383) 357-24-64
	Модерн-купе	ул. Северный проезд, 18/1	+7 (383) 353-52-13
	Модерн-купе	ул. Бетонная, 4	+7 (383) 383-06-63
	Ноис	ул. Дуси Ковальчук, 1, к. 4	+7 (383) 230-21-80
	Ноис	ул. Ватутина, 103/1	+7 (383) 352-39-57
	Первая фабрика фасадов, ООО	ул. Северный проезд, 7/2	+7 (383) 328-00-79
	Пласетас, ООО	ул. Мира, 54а, корп. 2.	+7 (383) 328-38-51
	Раумплюс	ул. Ватутина, 99, офис 101	+7 (383) 352-39-57
	Blanco	ул. Ватутина, 38, оф. 21	+7 999 466 90 08
	Сибирь, МФ	ул. Бетонная, 6	+7 (383) 353-05-05
	Т.Б.М.-Сибирь	ул. Б. Хмельницкого, 113	+7 (383) 363-55-05
	ТД «Томлес»	ул. 2-я Станционная, 44	+7 (383) 362-20-62
	Томские мебельные фасады	ул. Бетонная, 12	+7 (383) 362-17-69
	Торгсиб, ООО	ул. Тайгинская, 3	+7 (383) 272-22-25
	Торгсиб, ООО	ул. Ударная, 27/2	+7 (383) 353-25-08
	Фортуна, ООО	ул. Мира, 54а, корп. 2	+7 (383) 344-97-06
	Хеттих Рус	ул. Мира, 61/5	8-800-200-80-85
	Центр мебельной фурнитуры	ул. Советская, 64	+7 (383) 236-25-97
	Центр мебельной фурнитуры	ул. Мира, 63а, корп. 17	+7 (383) 361-13-38
	Центр мебельной фурнитуры	ул. Планетная, 30, корп. 3	+7 (383) 278-72-37
	Эжва-Сибирь	ул. Тюменская, 18, к. 3	+7 (383) 399-00-50
Бердск	Ноис	ул. Ленина, 27	+7 (383) 311-00-77
Кемерово	Модерн купе	ул Красноармейская, дом 18	+7 (3842) 452-352
Томск	Томские мебельные фасады	пр-кт Фрунзе, 119е	+7 (3822) 25-52-02
	Европейская фурнитура	пр-кт Фрунзе, дом 240А, стр. 14	+7 (3822) 90-36-94



Салон оборудования ЛДМ

В рамках выставки
«Мебель-2026»

23–26.11.2026

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо»

12+

www.meb-expo.ru



РЕКЛАМА



Минпромторг
России



Организатор



ЭКСПОЦЕНТР

Тренды в мебельной и деревообрабатывающей промышленности

Полный
производственный
цикл на одной
площадке

Оборудование
в действии

Больше
возможностей

40 000+

посетителей
выставки

Тематика салона



Деревообработка



Мебельное
производство



Инструмент



Автоматизация



Биоэнергетика



Лакокрасочные
материалы

У вас остались вопросы? Мы с радостью на них ответим

8 (800) 707-37-99

(звонок по России бесплатный)

ldm@expocentr.ru

Игнатова Мария

+7 (499) 428-04-02

ignatova@expocentr.ru



28-я МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА

мебели, предметов интерьера, материалов,
комплектующих и оборудования
для деревообрабатывающего
и мебельного производства

**7-10 АПРЕЛЯ
2026**

Краснодар
ул. Конгрессная, 1
ВКК «Экспоград Юг»

350+
УЧАСТНИКОВ

16 500+
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

UMIDS.
МЕБЕЛЬ.
ПРЕДМЕТЫ ИНТЕРЬЕРА

UMIDS.
ОБОРУДОВАНИЕ.
КОМПЛЕКТУЮЩИЕ

12+



UMIDS.RU

Организатор



Международная
Выставочная
Компания

+7 (861) 200-12-39
+7 (861) 200-12-93
umids@mvk.ru

**ЗАБРОНИРУЙТЕ
СТЕНД**