

PROFASHION

НАВИГ>ТОР

2026



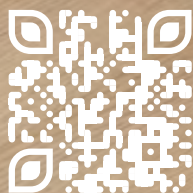
★ STERN

Самая яркая
звезда — ЭТО ТЫ!

стенд
15B28

СРМ





dispacci.ru

8 (499) 709 73 53

info@dispacci.ru



DISPACCI

СОДЕРЖАНИЕ

КАТАЛОГ ЭКСПОНЕНТОВ CRM

стр. 3

ДИЗАЙН

МОДА ПОД ВПЕЧАТЛЕНИЕМ

стр. 13

Откуда в новых коллекциях
взялись корсеты, бамстеры и пальто-халаты

ЭКСПЕРТИЗА

В ПОИСКАХ ДОСПЕХОВ

стр. 20

Саломея Гагуа («Опора России»)
о том, как продавать спокойствие

НИША

СТРЕССОУБЕЖИЩЕ

стр. 24

Что предлагают бренды,
чтобы снизить тревожность

PROFASHION 20 лет

НЕВЕРОЯТНЫЙ ЗАРЯД

стр. 46

И РЕАЛЬНЫЕ КОНТРАКТЫ
Почему нельзя пропускать
BEE-TOGETHER.ru

КОНЕЦ ЭПОХИ ИНФОЦЫГАНСТВА

стр. 50

Спикеры BEE-FASHION FORUM о том,
как вытащить бизнес из ямы

НА ОРБИТЕ ПАРТНЕРСТВА

стр. 54

Активности РАФИ и медиахолдинга
PROfashion в первом полугодии 2026-го

генеральный
директор
ОЛЕСЯ ОРЛОВА
orlova@profashion.ru

главный редактор
МАКСИМ МЕДВЕДЕВ
editor@profashion.ru

коммерческий
директор
ТАТЬЯНА БЕЛЬКЕВИЧ
director@profashion.ru

редактор сайта
ОКСАНА ПИККЕЛЬ
internet@profashion.ru

РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ

adv@profashion.ru
ЮЛИЯ ПОПКОВА
adv1@profashion.ru

менеджер
по международным
отношениям
inter@profashion.ru

менеджер
по зарубежным
клиентам
adv3@profashion.ru

директор по развитию
expo@profashion.ru

экспоменеджер/
распространение
fair@profashion.ru



PROFASHION

АДРЕС РЕДАКЦИИ И ИЗДАТЕЛЯ:

123007, Москва, Ленинградский
проспект, 35, стр. 2, офис 117,
+7 (495) 256 0626. www.profashion.ru

Мнение редакции может
не совпадать с мнением авторов.
Перепечатка материалов без письменного
разрешения редакции запрещена. Редакция
не несет ответственности за содержание
рекламных текстов и модулей.
Учредитель, издатель ООО «ПРОФэшн».
Свидетельство о регистрации СМИ ПИ
№ ФС 77-66509,
выдано Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных технологий
и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор) от 14.07.2016.

Выход номера из печати 1.09.2026.
Подписной индекс 81441.

Отпечатано в типографии
ООО «ВИВА-СТАР»
Москва, Электровзаводская ул., 20,
www.vivastar.ru
Тираж: 16 500 экз.



МОДА НАЧИНАЕТСЯ ЗДЕСЬ



МЕЖДУНАРОДНАЯ
ВЫСТАВКА-ПЛАТФОРМА

BEE-TOGETHER.RU

ПО АУТСОРСИНГУ ДЛЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

17–19 ноября 2026
25–27 мая 2027

Контрактное производство в России,
СНГ, Европе и Азии

Поможем найти фабрику и заключить сделку

Москва, Radisson Славянская, пл. Евразии, 2

bee-together.ru



18+

1-4/9/2026

CPM

Международная выставка
индустрии моды
Москва

cpm-moscow.ru

Место проведения:

 **КРОКУС ЭКСПО**
Международный выставочный центр

Организатор:

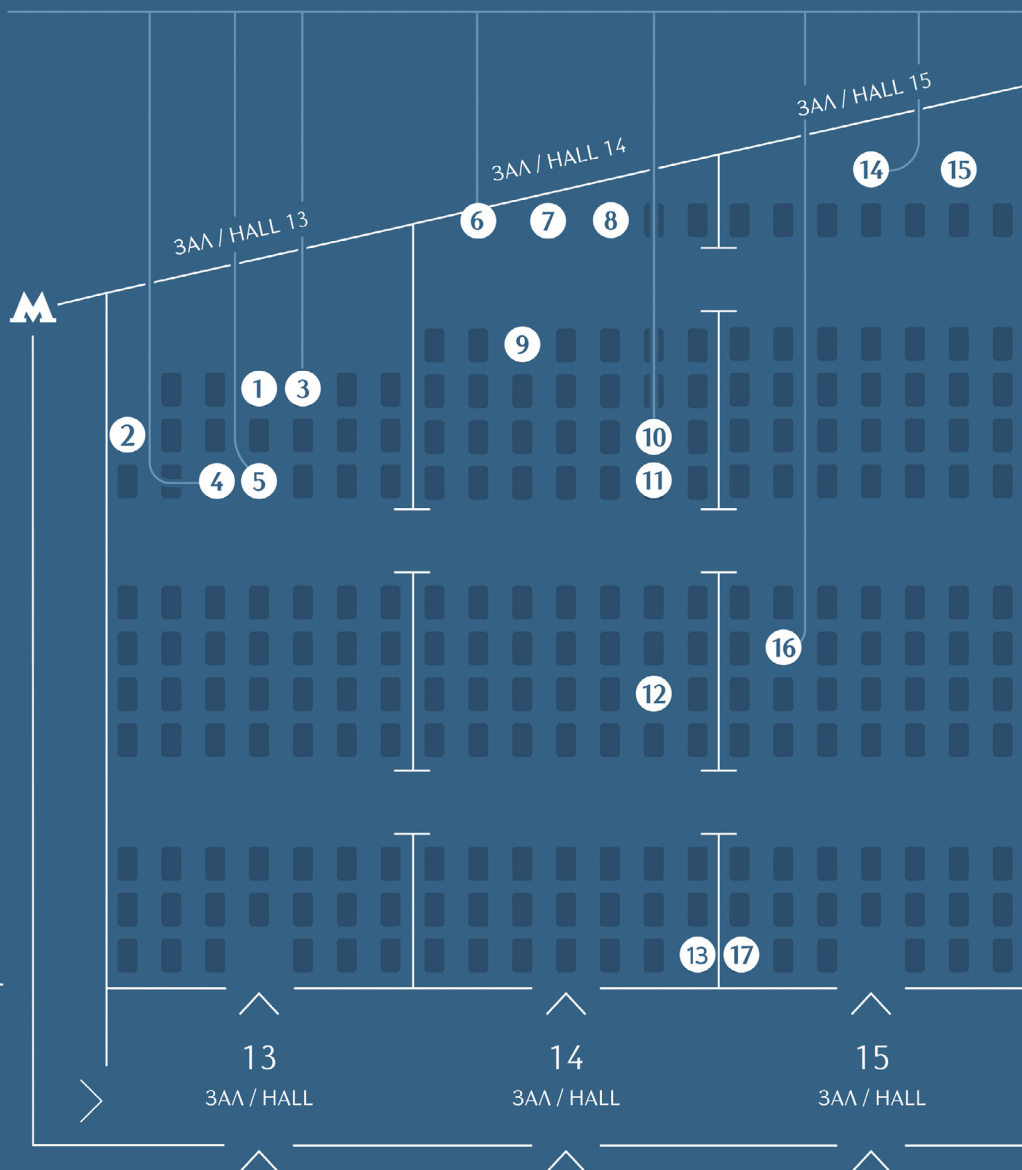
 **ЭКСПО
ФЬЮЖН**

РЕКЛАМА



ПАВИЛЬОН 3

МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»



- | | | |
|------------------------------|----------------------|-----------------------------------|
| 1 ORGANIZERS OFFICE | 7 SPEAKER LOUNGE | 13 CPM DESIGNERPOOL MEN'S FASHION |
| 2 VIP LOUNGE | 8 PRESS CENTRE | 14 CPM FASHION STAGE |
| 3 RFRF DREAMS DIALOGUE | 9 CPM FRANCHISE | 15 RUSSIAN BUSINESS LOUNGE |
| 4 DREAMS BY CPM TRENDS | 10 RFRF WORKSHOP | 16 CPM TRENDS: INNOTECH |
| 5 CPM TRENDS WOMEN'S FASHION | 11 CPM TRENDS RETAIL | 17 CPM SCHOOL, RFRF SKILLS |
| 6 RFRF STAGE | 12 CPM CONSULTING | |

**ЭКСПО
ФЬЮЖН**
ORGANIZERS OFFICE
ОФИС ОРГАНИЗАТОРОВ

13C71

RFRF
RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM
DREAMS DIALOGUE

13E80

13

ЗАЛ / HALL



dreams
by CPM

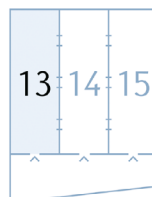
LINGERIE, SWIMWEAR,
HOMWEAR, SLEEPWEAR,
FITNESS & YOGA

dreams
by CPM
TRENDS

DREAMS BY CPM TRENDS
13C40

CPM
TRENDS

CPM TRENDS
WOMEN'S FASHION
13B40 / 13C41



БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД
3W GREAT	КИТАЙ	13C56
A AEDM	РОССИЯ	13C39
ALLEGRA B2B AGENCY	РОССИЯ	13C39
ANЕКKE	ИСПАНИЯ	13C35
ANGE	ФРАНЦИЯ	13C14
ANNARITA N	ИТАЛИЯ	13A11
ANTON HEUNIS	ИСПАНИЯ	13C39
ANTONELLA	ИТАЛИЯ	13B01
ARTOGRAPH	РОССИЯ	13C39
ASH	ИТАЛИЯ	13A25
B BIANCALANCIA	ИТАЛИЯ	13B28
BLUKEY	ИТАЛИЯ	13B11
BRACCIALINI	ИТАЛИЯ	13B30
BUCKHEAD	ТУРЦИЯ	13B50
C CLIMBER B.C.	ТУРЦИЯ	13D10
CLUB VOLTAIRE	ИТАЛИЯ	13A29
CPM TRENDS WOMEN'S FASHION	РОССИЯ	13B40 / 13C41
OUTOUR	ГРЕЦИЯ	13C39
D DANIELA DREI	ИТАЛИЯ	13A30
DANIELE CALLEGARI	ИТАЛИЯ	13C09
DARADORA	ТУРЦИЯ	13F21
DISHE JEANS	ТУРЦИЯ	13E10
DONGGUAN UWORK INDUSTRY CO. LTD	КИТАЙ	13E51
DONNE DA SOGNO	ИТАЛИЯ	13A02
DOUBLE OUTFITTERS	ГРЕЦИЯ	13D11
DREAMS DIALOGUE, RFRF BUSINESS FORUM	РОССИЯ	13E80
DREAMS BY CPM TRENDS	РОССИЯ	13C40
DREJANI	ТУРЦИЯ	13F48
E ELISA CAVALETTI	ИТАЛИЯ	13B21
ELISA FANTI	ИТАЛИЯ	13B10 / 13B18
ENRICO CERINI	ТУРЦИЯ	13D40 / 13E41
ESMÉE	ВЬЕТНАМ	13C39
F FABBRO	ТУРЦИЯ	13C49
FITFLY	ТУРЦИЯ	13F20
FIUMELLI	ТУРЦИЯ	13E38
FLORA LASTRAIOLI	ИТАЛИЯ	13C30
FRACOMINA	ИТАЛИЯ	13A31 / 13A37
FRANCESCA MERCURIALI	ИТАЛИЯ	13A18
FUEGO	ФРАНЦИЯ	13C01
FUZHOU BOHAN CROSS-BORDER E-COMMERCE CO. LTD	КИТАЙ	13E50
G GAOZHOU DOUBLE FEATHER TRADING CO. LTD	КИТАЙ	13F51
GAS	ИТАЛИЯ	13A21 / 13A23
GENEROSO	ТУРЦИЯ	13D29
GONDOLINA	ИТАЛИЯ	13C39
GRACE & MILA	ФРАНЦИЯ	13C11
GREEN COAST	ИТАЛИЯ	13A28
GRIZAS	ЛИТВА	13C20 / 13D21
GUAPI	США	13D59
H HAVEONE	ИТАЛИЯ	13A38
HC ANTONELLA	ИТАЛИЯ	13B01
HUIT8	ФРАНЦИЯ	13C30
I IGOR FASHION	ХОРВАТИЯ	13C21
IL VENTO E LA SETA	ИТАЛИЯ	13A01
ISA BELLE DI SAMO GABRSCEK	ИТАЛИЯ	13C30
ISCREAM	ФРАНЦИЯ	13C39
J J.B4	ИТАЛИЯ	13A21 / 13A23
JINJIANG CHAOYU TEXTILE TECHNOLOGY CO. LTD	КИТАЙ	13F50
JINJIANG FANMI INTERNATIONAL TRADE CO. LTD	КИТАЙ	13E59
JOLIDON	РУМЫНИЯ	13C62
K KENBEY	ТУРЦИЯ	13E30
KETROV	ТУРЦИЯ	13D38
KEZZ	ТУРЦИЯ	13D31
L L'ALLEE	ВЬЕТНАМ	13C39
LA VACA LOCA	ГРЕЦИЯ	13C20 / 13D21

БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД
LANCASTER	ИТАЛИЯ	13B15
LCMT	ГЕРМАНИЯ	13C10
LE RUEMARCEL	ИТАЛИЯ	13C25
LEO ET UGO	ФРАНЦИЯ	13C18 / 13D19
LINGERIE MAGAZINE	РОССИЯ	13C68
LIU JO SHOES	ИТАЛИЯ	13A27
LIZALI'	ИТАЛИЯ	13A19
LOTUS EATERS	ГРЕЦИЯ	13C25
LUUKAA	ТУРЦИЯ	13C29
LUVBURKINI	РОССИЯ	13C39
M MA PETITE CAPSULE	ФРАНЦИЯ	13C01
MAESTA	ИТАЛИЯ	13B35
MALAGRIDA	ИТАЛИЯ	13B29
MARCO ZANETTI	ТУРЦИЯ	13E40
MARKOVA	ТУРЦИЯ	13F28
MAT	ГРЕЦИЯ	13C26 / 13D25
MAT DE MISAINÉ	ФРАНЦИЯ	13C19
MCR MODA CRISE	ТУРЦИЯ	13D20
MEIMELJ	ИТАЛИЯ	13B38
MIA BLANCA	РОССИЯ	13C02
MILA PALOMA	ФРАНЦИЯ	13C18 / 13D19
MILVA MI	ИТАЛИЯ	13A36
MODEXL	ТУРЦИЯ	13E02
MORE	ИТАЛИЯ	13C30
N NCS	ТУРЦИЯ	13E20
NEIRAMI	ИТАЛИЯ	13C20 / 13D21
NIADA STUDIO	РОССИЯ	13C30
NO ORDINARY MAN	ИТАЛИЯ	13C30
NUEAME	ИТАЛИЯ	13C30
O OVER/D	ИТАЛИЯ	13A21 / 13A23
P PAQUITO	ИТАЛИЯ	13B20
PASHAMOD	ТУРЦИЯ	13E48
PERA PELLE	ТУРЦИЯ	13F38
PIERO MORETTI	ИТАЛИЯ	13B02 / 13B08
PLUTO	БЕЛЬГИЯ	13C30
PRAECHTIG BERLIN	ГЕРМАНИЯ	13C20 / 13D21
PRELUDE MILANO	РУМЫНИЯ	13C62
PUNING SANDE CLOTHING CO. LTD	КИТАЙ	13E58
R RABE	ГЕРМАНИЯ	13C10
RAGUBA	ТУРЦИЯ	13F18
RICCOMEN	ТУРЦИЯ	13F31
RINASCIMENTO	ИТАЛИЯ	13B39
ROIDAL	ИСПАНИЯ	13C52
ROSANNA PELLEGRINI	ИТАЛИЯ	13B19
S SANCTAMUERTE	ИТАЛИЯ	13C20 / 13D21
SANDRO FERRONE	ИТАЛИЯ	13A10
SHANTOU HY-LINGERIE CO. LTD	КИТАЙ	13F59
SHE'S SO	ИТАЛИЯ	13B31
SHENHU	КИТАЙ	13B62
T TESSY	ИСПАНИЯ	13C52
TEZIDO	РОССИЯ	13D61
TRASPARENZ	РУМЫНИЯ	13C62
TRIPPEN	ГЕРМАНИЯ	13C20 / 13D21
TURKAN	КИТАЙ	13D69
V VAL D'AZUR	ГЕРМАНИЯ	13C30
VALENTINO	ИТАЛИЯ	13B15
VETONO	ГЕРМАНИЯ	13C20 / 13D21
VIVA DOLCE VITA	ТУРЦИЯ	13E48
W WEIHAI BOZHEN GARMENT CO. LTD	КИТАЙ	13D52
X XD XENIA DESIGN	ХОРВАТИЯ	13C31
XIAOLAN	КИТАЙ	13C61
Z Z.O.E.	ИТАЛИЯ	13A20



RFRF

RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM

STAGE

14A97

14A98

14C110

SPEAKERS
LOUNGE

PRESS
CENTRE

HASS

HASS
14F40 / 14G41

14

3АА / HALL

14A85

14A86

14B85

14A83

14A84

14B81

14A83A

14B86

RFRF STUDIO

14B88

14C98

14C94

14C90

14A81

14A79

14A77

14A75

14A73

14A71

14A69

14A61

14A51

14A80

14B79

14A70

14B71

14A68

14B69

14A60

14B61

14A58

14B59

14A50

14B51

14B78

14C79

14B76

14C77

14B74

14C75

14B72

14C73

14B70

14C71

14B68

14C69

14B60

14C61

14B58

14C59

14B50

14C51

14C82

14D83

14C80

14D81

14C78

14D79

14C74

14D77

14C72

14D73

14D75

14C70

14D71

14C62

14D69

14C60

14D61

14C58

14D59

14C50

14D51

14D84

14D88

14F88

14D82

14D78

14D74

14D75

14E79

14D72

14D71

14D68

14D64

14E65

14D60

14D62

14E61

14D58

14E59

14D50

14E51

14E86

14E89

14E84

14F85

14E80

14F81

14E78

14E68

14F69

14E64

14F63

14E60

14F61

14E58

14F59

14E54

14F57

14E50

14F51

14F80

14G81

14F78

14G71

14F68

14G69

14F60

14G61

14F58

14G59

14F50

14G51

14G88

14G70

14G66

14G64

14G62

14G60

14G58

14G56A

14G56

14G50

14A41

14A39

14A37

14A31

14A21

14A48

14B49

14A40

14B41

14A38

14B39

14A30

14B31

14A28

14B29

14A20

14B21

14B48

14C49

14B40

14C41

14B38

14C39

14B30

14C31

14B28

14C29

14B20

14C21

14C48

14D49

14C40

14D41

14C38

14D39

14C30

14D31

14C28

14D29

14C24

14D21

14C20

14D21

14D48

14E49

14A40

14E41

14D34

14D38

14E39

14D30

14E35

14D28

14E29

14D20

14E21

14E48

14F49

14E44

14F45

14E40

14F41

14E38

14F39

14E34

14F31

14E28

14F29

14E20

14F21

14F48

14G49

14F38

14G39

14F30

14G31

14F28

14G29

14F24

14G25

14F20

14G21

14G48

14G42

14G40

14G38

14G36

14G34

14G32

14G30

14G28

14A19

14A11

14A09

14A01

14A18

14B19

14A10

14B11

14A08

14B09

14A04

14B03

14A02

14B01

14B18

14C19

14B10

14C09

14B02

14C01

14C18

14D19

14C10

14D11

14C08

14D09

14C02

14D01

14D18

14E19

14D10

14E11

14D08

14E09

14D02

14E01

14E18

14F19

14E08

14F05

14E04

14E02

14F18

14G19

14F10

14G11

14F08

14F04

14F06

14C18

14C10

14C08

14C04

14C02

14C00

WC

ВХОД
ENTRANCE

WC



RFRF

RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM

STAGE

14A97



14A85 / 14A86 / 14B85

14A83 / 14A84 / 14B81

14A83A



ДИЗАЙН,
ОСНАЩЕНИЕ И СЕРВИСЫ
ДЛЯ МАГАЗИНОВ



CPM TRENDS RETAIL

14F50 / 14G51



RFRF

RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM

WORKSHOP

14F58 / 14G59



14F02 / 14F04 / 14F06

14G02 / 14G04 / 14G08

13 14 15

БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД	БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД	БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД			
A	21 DOT 12	РОССИЯ	14G04	H	GUOTAI	КИТАЙ	14C74	T	SHOPPING CENTERS RUSSIA	РОССИЯ	14A79
	4PM	РОССИЯ	14D08		HANGZHOU SINO SILK TECHNOLOGY CO. LTD	КИТАЙ	14G71		SO CUTE	ТУРЦИЯ	14B28
	ACRE	ТУРЦИЯ	14B58		HASS	РОССИЯ	14F40 / 14G41		SPARK KARGO	ТУРЦИЯ	14E64
	AJ81	ТУРЦИЯ	14B29		HIGH HOPE ZHONGDING CORP.	КИТАЙ	14E59		STELLA	ТУРЦИЯ	14B60
	AKFA	РОССИЯ	14F69		HOUBANG	КИТАЙ	14D83		STYLEX	РОССИЯ	14E49
	ALEXANDER BOGDANOV	РОССИЯ	14D20		HUAZE	КИТАЙ	14E75		SUNTOP	КИТАЙ	14D77
	ALIV LOOK	РОССИЯ	14E01		HUIHANG	КИТАЙ	14D80		TELO JEANS	ТУРЦИЯ	14A61
	ALPECORA	РОССИЯ	14F20 / 14G21		IRONSTONE	КИТАЙ	14E80		TINO ARETTY	БЕЛАРУСЬ	14C24
	AND THE BRAND	РОССИЯ	14B81		IT'S BASIC	ТУРЦИЯ	14C51		TONGXIANG HONGQI TEXTILE CO. LTD	КИТАЙ	14F80
	ANGMAI	КИТАЙ	14C90		J	JACOTE FASHION KNIT FAMILY	РОССИЯ		14A86	TORRISI	КИТАЙ
ARCTIC SODION	КИТАЙ	14E86	JALA GARMENT	ИНДИЯ		14B74	TREND-LAB	РОССИЯ	14G10		
ARDATEX	ТУРЦИЯ	14D11	JAN&PARASKEVA	РОССИЯ		14E21	TRICOTIER	РОССИЯ	14F30		
ARMANDO DIAZ	ТУРЦИЯ	14C61	JANE CAMELOT	ТУРЦИЯ		14B51	TRIKOTTO	ТУРЦИЯ	14A01		
AVANTA	РОССИЯ	14E40	JEANNE DARC	ТУРЦИЯ		14A10	TRUYOR	РОССИЯ	14D21		
AZGARD	РОССИЯ	14G25	JIAOXING SHUHU GARMENT	КИТАЙ		14D82	TUFFONI	РОССИЯ	14F48 / 14G49		
BAIMUNI / ILAMONER	КИТАЙ	14D49	JIAYE LABEL	КИТАЙ		14E61	USHIRO	РОССИЯ	14F02		
BALUNOVA	БЕЛАРУСЬ	14E11	JINJIANG YU HAO DUDS WEAVING CO. LTD	КИТАЙ		14C80	VANDELLEN	РОССИЯ	14G10		
BATTLE BORN	РОССИЯ	14D29	K	KARYA		ТУРЦИЯ	14B41	VANVION	РОССИЯ	14D34	
BAYTRUY	КИТАЙ	14D58		KATRIN GOLD		РОССИЯ	14E58	VELODITY	РОССИЯ	14C38	
BEE-TOGETHER	РОССИЯ	14G32		KORSAL	РОССИЯ	14E25	VENTTURA GARMENTS	ИНДИЯ	14C77		
BELLE	КИТАЙ	14D84		KROYORK	РОССИЯ	14E09	VINGENTE	РОССИЯ	14E50		
BELLO VALENTE	ТУРЦИЯ	14A31		L'AMIR	РОССИЯ	14F38	VIP STENDO	ТУРЦИЯ	14A41		
BETU	КИТАЙ	14F89		L&R	КИТАЙ	14E51	VIRA PILOTNIKOVA	РОССИЯ	14D10		
BIGGUN	КИТАЙ	14D72		LA CHERE	ТУРЦИЯ	14B21	VRGI STYLE	РОССИЯ	14G48		
BINKA	ТУРЦИЯ	14B49		LADY SHARM	РОССИЯ	14G20	WEN-XING	КИТАЙ	14D73		
BISA	ТУРЦИЯ	14B02		LANGJ1	КИТАЙ	14E71	WESHINE LABEL	КИТАЙ	14F51		
BOLERO EVELINE	ТУРЦИЯ	14C02		LE PETITE	РОССИЯ	14E02	WHITNEY	ТУРЦИЯ	14A18		
BQ8 EXPRESS	РОССИЯ	14E68	LEA LEA	БЕЛАРУСЬ	14F28	WORKSHOP RFRF BUSINESS FORUM	РОССИЯ	14F58 / 14G59			
BRLOOTE	КИТАЙ	14D79	LESIA LISUN	РОССИЯ	14G08	X	XBORREE	КИТАЙ	14E84		
BSM	КИТАЙ	14D74	LEVELPRO	РОССИЯ	14E40		XINHAO	КИТАЙ	14C78		
BULMER	ГЕРМАНИЯ	14D30	LEVELPROKIDS	ТУРЦИЯ	14C49		XINJI KAJIUNG GARMENT CO. LTD	КИТАЙ	14C48		
BUTELLA	ТУРЦИЯ	14A28	LINDI WEST	БЕЛАРУСЬ	14G42		XIUZHOU	КИТАЙ	14E79		
BUYERS UNION	РОССИЯ	14G36	LINE	РОССИЯ	14E04		YAMAK	ТУРЦИЯ	14B69		
CARDORICO SPORTSWEAR	ТУРЦИЯ	14A60	LONG RIVER	РОССИЯ	14F04		Y	YOUR SIZE!	РОССИЯ	14F05	
CARDOVER ITALY	ТУРЦИЯ	14D38	LORY NAIT	РОССИЯ	14E38 / 14F39			YURU	КИТАЙ	14C80 / 14D81	
CARDUCCI	ТУРЦИЯ	14C39	LUISA WANG	ТУРЦИЯ	14D28 / 14E29			YXL COLLECTION	ТУРЦИЯ	14B29	
CATANIA	ТУРЦИЯ	14B48	LUMIERE MAGIQUE	РОССИЯ	14A85			ZENG ZENG	КИТАЙ	14C98	
CATARINA NOVA	РОССИЯ	14D02	M	M.V. CASHMERE	КИТАЙ			14F85	ZEYNO	РОССИЯ	14D25
CELIKOVSKAYA	РОССИЯ	14G25		M*BRIC	РОССИЯ	14E20 / 14F21		ZHEJIANG JIAXIN SILK CORP LTD	КИТАЙ	14G81	
CEREMONY	ТУРЦИЯ	14B59		MARATON	ТУРЦИЯ	14A11		ZHEJIANG RAREBONE GARMENT CO. LTD	КИТАЙ	14D68	
CERERA	РОССИЯ	14G25		MARHATTER	РОССИЯ	14E34		ZHONGDA	КИТАЙ	14D75	
CGS	РОССИЯ	14E60		MARISIS	ТУРЦИЯ	14A08		A	AROMA XXI	РОССИЯ	14F59
CHINAROS	РОССИЯ	14G56A		MARLEN	РОССИЯ	14F45			АССОЦИАЦИЯ ТЕКСТИЛЬЩИКОВ РОССИИ	РОССИЯ	14G34
CHOUPETTE	РОССИЯ	14B80		MEIMAN	КИТАЙ	14C84	ДИЗАЙН-СТУДИЯ МАНЕКЕН		РОССИЯ	14G61	
CIMARRON	КИТАЙ	14C72		MELISA CITI	КИТАЙ	14D50	ДОРОГЕ УДОВОЛЬСТВИЕ		РОССИЯ	14A81	
CLASS CLUB	ТУРЦИЯ	14B61		MEYLM	РОССИЯ	14D39	ЛЕГПРОМ РЕВИ		РОССИЯ	14A77	
CLAUDE	РОССИЯ	14D39		MAGRANDE	РОССИЯ	14E54	МЕХОВИК		РОССИЯ	14A73	
CLOXY	РОССИЯ	14E28 / 14F29	MIMAI	РОССИЯ	14C82	МОТИВНИКИ	РОССИЯ		14G02		
COMINTERN	БЕЛАРУСЬ	14C20	MIR CASHMERE	КИТАЙ	14E04	P	РАВИ		РОССИЯ	14G38	
CONSO	РОССИЯ	14D40 / 14E41	MIRA BELIEVE YOURSELF	РОССИЯ	14E19		РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА		РОССИЯ	14B90	
CPM CONSULTING	РОССИЯ	14G31	MODA24/7	РОССИЯ	14A71		СВОЙ HR		РОССИЯ	14G66	
CPM TRENDS RETAIL	РОССИЯ	14F50 / 14G51	MODALINDA FASHION	ТУРЦИЯ	14B38		ТОРГКОМПЛЕКТ	РОССИЯ	14G61		
CPM TRENDS MEN'S FASHION	РОССИЯ	14F06	MODESSAN GLR	ТУРЦИЯ	14A40		ТРЁТЬЕ ЧУВСТВО	РОССИЯ	14F68		
CRACROT JEANS	ТУРЦИЯ	14A58	MONTE CARLO FASHIONS LIMITED	ИНДИЯ	14B70 / 14B72		Y	УК САМПА	РОССИЯ	14G56	
DARIO BELTRAN	ИСПАНИЯ	14E31	MONTEGRO	ТУРЦИЯ	14A69						
DARKWIN	ТУРЦИЯ	14C10	NAGRADA	ТУРЦИЯ	14A51						
DIMARK	РОССИЯ	14C30	NAONAMAZOTTI	ТУРЦИЯ	14B50						
DISPACCI	РОССИЯ	14E39	NATMALL EXPO	РОССИЯ	14F57						
DIVNO	РОССИЯ	14B85	NESIL	ТУРЦИЯ	14B68						
DOLCEZZA	ТУРЦИЯ	14A04	NINGBO GRIEG BAICHUAN TEXTILE CO. LTD	КИТАЙ	14F70						
DONGGUAN B.S. KNITWEAR	КИТАЙ	14D88	NINGBO SKYSWALLOW CLOTHING LTD	КИТАЙ	14D60						
DONGGUAN CHUANGDIAN GARMENT CO. LTD	КИТАЙ	14E61	NOBBY CONSTELLATION	РОССИЯ	14E35						
DONGGUAN SHUOQIAN CLOTHING CO. LTD	КИТАЙ	14E65	ODU-WAN	РОССИЯ	14F24						
DONGGUAN YUKAI GARMENT CO. LTD	КИТАЙ	14D64	O	ONNO	РОССИЯ	14F10 / 14G11					
DONNA BACCONI	ТУРЦИЯ	14A50		OPEN FASHION PREMIUM	КИТАЙ	14C70 / 14D71					
DOVMONT	РОССИЯ	14D21		ORINE MODE	РОССИЯ	14E48					
DPD B POCOCCI	РОССИЯ	14G62		OSTRAYA ROZA	РОССИЯ	14G69					
DREAM DESIGNS	ИНДИЯ	14C75		OZON BAHK	РОССИЯ	14G60					
DUSHAGREYA	РОССИЯ	14E44		P	PACK-SMART	РОССИЯ	14F49				
DIZYN BRANDS	ТУРЦИЯ	14B31			PALLA	РОССИЯ	14D34				
EBBERRO	ТУРЦИЯ	14A48			PALMIRO ROSSI	РОССИЯ	14C24				
EDEM COUTURE	РОССИЯ	14A83			PERSON	БЕЛАРУСЬ	14C09				
EDEM STORE	КОРЕЯ	14D48			PHARDI	ТУРЦИЯ	14C01				
ELEGIANI	РОССИЯ	14D37	PIENA		ТУРЦИЯ	14D70					
ELISA FASHION WOMAN	ТУРЦИЯ	14B40	PINCOOL		КИТАЙ	14B30					
ELEISEVA OLESYA	РОССИЯ	14E30 / 14F31	PISERO		ТУРЦИЯ	14C71					
ELITELINE	РОССИЯ	14E25	Q	PRINTTECH	ИНДИЯ	14A02					
ELIZ GRAND	БЕЛАРУСЬ	14C24		PUNKQUEEN	ТУРЦИЯ	14A02					
ENERGO	РОССИЯ	14G64		QIFA	РОССИЯ	14F63					
EQMODA	ТУРЦИЯ	14A20		QUANHUI	КИТАЙ	14D83					
EUROFASHION	ТУРЦИЯ	14A21		QUANZHOU ABNER IMPORT	КИТАЙ	14E67					
F	FASHION FUR & LEATHER	РОССИЯ		14A75	QUANZHOU DINGZHEN TRADING CO. LTD	КИТАЙ	14E69				
	FASHION STORIES	РОССИЯ		14D04	QUANZHOU AOLIANGBIAO GARMENT CO. LTD	КИТАЙ	14C62				
	FASHIONLAB	РОССИЯ		14G40	QUANZHOU DINGZHEN TRADING CO. LTD	КИТАЙ	14D69				
	FASTI DONICI	РОССИЯ		14D21	QUANZHOU RIGORER TECHNOLOGY CO. LTD	РОССИЯ	14D18				
	FELICITA	ТУРЦИЯ		14B20	R	RACHELLI FABRI	РОССИЯ	14A84			
	FIRFIR	РОССИЯ	14G18	RADICAL CHIC		РОССИЯ	14A84				
	FIRST IN SPACE	РОССИЯ	14D31	RAFAELLO		ТУРЦИЯ	14C21				
	G V VENTURES	ИНДИЯ	14C73	RAW		ТУРЦИЯ	14A39				
	G.E.Y.I.M.	РОССИЯ	14F18 / 14G19	RODNIK		ТУРЦИЯ	14A38				
	GALANTEYA	БЕЛАРУСЬ	14G29	RONIN		ТУРЦИЯ	14A37				
GALAPOLYGRAPH	РОССИЯ	14G50	RUSSIAN FASHION RETAIL FORUM	РОССИЯ		14A97					
GARICCI	РОССИЯ	14C40 / 14D41	S-SPECT	РОССИЯ		14G58					
GIORGIO ROTTI	ТУРЦИЯ	14B39	SAMSARA	ТУРЦИЯ		14C31					
GLENFIELD	РОССИЯ	14E20 / 14F21	SAVAGE	РОССИЯ		14E18 / 14F19					
GLORIA	РОССИЯ	14G30	SERIANNO	ТУРЦИЯ	14B10						
GOLD	РОССИЯ	14F60	SEIRE	ТУРЦИЯ	14D01						
GROSTYLE	РОССИЯ	14C28	SHANGHAI UUP APPAREL	КИТАЙ	14E81						
G	GUANGZHOU POXIAO GARMENT CO. LTD	РОССИЯ	14D62	SHATTE	РОССИЯ	14B80					
	GUITAR	ТУРЦИЯ	14B30	SHIJIAZHANG JOINTFUN	КИТАЙ	14F81					
				SHISHI CHALLENGE WOLVES SPORTS CO. LTD	КИТАЙ	14D66					
				SHISHI GOOD SCM CO. LTD	КИТАЙ	14D61					

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ВЫСТАВ

	15A184	15A185	15D109		15B182	15C99		15C180	15D99		15D98	15E99		15E98	15F98	15F100
15A99	15A108	15A182	15B101		15D96	15B98		15C98	15D91		15D90	15E91				
15A93																
15A91	15A98	15B99			15B92	15B94	15C95	15C88	15D89		15D88	15E89		15F88	15F89	15F88
	15A90	15A92	15B91		15B88	15C91		15C80	15D81		15D80	15E81		15F80	15F81	15F80
			15A89													
15A89	15A86	15A88			15B84	15C85		15C78	15D79		15D78	15E79		15F78	15F79	15F78
15A85	15A82	15B84	15A83					15C74	15D75		15D74	15E75		15F76	15F77	15F76
15A81					15B72	15C81		15C72	15D71		15D70	15E71		15F70	15F71	15F70
	15A78	15A80														
			15B81													
15A79	15A74	15A76				15C75										
15A77					15B68	15C70	15B71	15C68	15D69		15D68	15E69		15F68	15F69	15F68
	15A72	15B79							15D65		15D64	15E65		15F66	15F65	15F66
15A75	15A70	15B77														
15A73					15B64	15C65		15C60	15D63		15D62	15E63		15F63	15F64	15F63
	15A68	15B71	15B73		15B62	15C61			15D61		15D60	15E61		15F60	15F61	15F60
15A69	15A66	15B69			15B60	15B66										
	15A64	15A67						15C58	15D59		15D58	15E59		15F58	15F59	15F58
15A59	15A62	15A63	15B65		15B56	15C55			15D57		15D56	15E55		15F56	15F57	15F56
					15B54	15C53										
15A57	15A60	15B59	15B61		15B50	15C51		15C50	15C56	15D51	15D50	15E51		15F52	15F53	15F52
15A51	15A50	15A52	15B57						15C52			15E51		15F50	15F51	15F50
	15A54	15B55			15B48			15C48	15D49		15D48	15D46	15E49	15F48	15F49	15F48
15A47	15A50	15A52	15B51	15B53		15C49		15C44						15F46	15F45	15F46
15A45					15B44			15C42	15D47			15E43		15F44	15F43	15F44
15A43	15A40	15A48	15B47	15B49	15B40			15C40	15D41		15D40		15E41	15F42	15F43	15F42
15A41	15A42	15A44	15B43	15B45										15F40	15F41	15F40
15A39	15A40	CPM TRENDS INNOCOTECH	15B40		15B38	15C39		15D38	15D39		15D38	15E39		15F38	15F39	15F38
15A35					15B34	15C37		15D30	15D33		15D36	15E37		15F36	15F37	15F36
	15A38	15B39														
15A29	15A32	15B37			15C32	15C35		15C30	15D31		15D34	15E35		15F34	15F35	

БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД	БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД	БРЕНД	СТРАНА	СТЕНД			
A	ACCENT	БЕЛАРУСЬ	19850	HANGZHOU JK TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	15332	QISHANG	КАИТАЙ	19775		
	ACCESSORIES-111	РОССИЯ	15459	HANGZHOU JUNLIN TEXTILE AND APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	15339	QUANZHOU HEYDONS SPORTS GOODS CO. LTD	КАИТАЙ	19512		
	ACHOSA	БЕЛАРУСЬ	15008	HANGZHOU PERSEPRO TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	15642	QUANZHOU JINZHUANG CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	19640		
	AKCN	КАИТАЙ	15493	HANGZHOU TRUMODE FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	15030	R	QUANZELLA PRINCESS	ИТАЛИЯ	19454 / 19855	
	AL-ALIMI	КАИТАЙ	15484	HANGZHOU YAIING FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	15640		REUNION	КАИТАЙ	15480	
	ALEXANDER-TS	КАИТАЙ	15474	HANGZHOU YUUYUAN CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	15099		ROSEBORN CORNELLI	РОССИЯ	19459	
	ALLNICE	РОССИЯ	15448	HANLIN	КАИТАЙ	15994		ROMANCE	КАИТАЙ	19776 / 19787	
	ALPEX	КАИТАЙ	15881	HAVIS	РОССИЯ	15035		ROMANTIC	РОССИЯ	19030	
	ANDREW WHITE DESIGN	РОССИЯ	15429	HD	КАИТАЙ	15851		RUZI	КАИТАЙ	19499	
	ANHU TIANWEI CASHMERE PRODUCTS CO. LTD	КАИТАЙ	19511	HEAT&HIT	РОССИЯ	15451	S	SAMPSON	КАИТАЙ	15469	
	ART PATINA	РОССИЯ	15843	HENRY BEAR	РОССИЯ	15411		SHANTOU HENGJIDA FASHION CO. LTD	РОССИЯ	15445 / 15447	
	AUTOJACK	КАИТАЙ	19569	HITSTYLE	РОССИЯ	15028		SCANDINI FINLAND	РОССИЯ	19039	
	AZBUKA MODA	РОССИЯ	15430	HOOPS	РОССИЯ	15848		SERGEY SYSOEV FASHION	РОССИЯ	19801	
B	BAHENG	КАИТАЙ	15040	HUALIAN	КАИТАЙ	15090 / 15492		SCHOOL KOSYGIN UNIVERSITY			
	BADA	КАИТАЙ	15074	HUILINE	КАИТАЙ	15475		SCHILATTO	ФРАНЦИЯ	19037	
	BAJIJIAHANG CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	19720	HUIZHANG INVESTMENT CO. LTD	КАИТАЙ	15979		SHADIS	РОССИЯ	19421	
	BALIZ	КАИТАЙ	15016	HUNAN SAMWEN INFANT AND CHILD PRODUCTS CO. LTD	КАИТАЙ	15091		SHALLU	РОССИЯ	19421	
	BAOXINIAO HOLDING CO. LTD	КАИТАЙ	15033	HUNAN SPRING INDUSTRIAL & TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	15922		SHANDONG DAYIN TEXTILE GROUP SHARE CO. LTD	КАИТАЙ	19708	
	BARBARA GERATTI	БЕЛАРУСЬ	19819	I	КАИТАЙ	15075		SHANDONG YWEI APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	1919 / 19599	
	BAZETTA	РОССИЯ	15458	IMAGSTYLE	КАИТАЙ	15446		SHANGXINPIN	КАИТАЙ	15065	
	BELTURIOR	КАИТАЙ	15478	INTKOMA	РОССИЯ	15821		SHAOZHU HENGJIDA FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	19020	
	BERYL FASHION	КАИТАЙ	15478	IRINA VARTANYAN	РОССИЯ	15811		SHANKI BEYOND CO. LTD	КАИТАЙ	19872	
	BESTEX	КАИТАЙ	15482	ISKUSHENIE STILEM	РОССИЯ	15457		SHAOXING JULI TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	19864	
	BUN	РОССИЯ	15859	J	РОССИЯ	15465 / 15447		SHAOXING JIZHOU TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	19033	
	BONINE FEMME	РОССИЯ	15819 / 15019	JANEI	РОССИЯ	15471		SHAOXING JUNHUA APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	19837	
	BY CHUBARUK	РОССИЯ	15432	JASPRIT	КАИТАЙ	15892		SHAOXING KANGJIA TEXTILE TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	19871	
	CARLOS RIERA	ИСПАНИЯ	19843	JAXING JIANGHENG FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	15952		SHAOXING NANSHU FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	19095	
	CELESTE G	ИТАЛИЯ	19861	JIANSSU TOPPYMORE INTERNATIONAL CO. LTD	КАИТАЙ	15059		SHENYANG JINCHEN WEIWE	КАИТАЙ	15062	
	CHANGZHOU FOREIGN TRADE CORPORATION	КАИТАЙ	15041	JIANXU COCBRE IMPORT AND EXPORT CO. LTD	КАИТАЙ	15051		SHENYANGHEATING EQUIPMENT CO. LTD			
	CHENOMODAMA	РОССИЯ	15473	JIANXU JI0200M APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	15069		SHENZHEN HUIZUYUAN GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19533	
	CHENSHAN	РОССИЯ	15075	JIAOXING JI0200M APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	15069		SHISHI FIFTYTHIRTY IMP & EXP CO. LTD	КАИТАЙ	19038	
	CHEREPANA.SHOP	РОССИЯ	19851 / 19853	JIAOXING LAO IMP&EXP GROUP CO. LTD	КАИТАЙ	15648		SHISHI PINGCHANG RUJEN TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	19011	
	CHINA LIAONING INTERNATIONAL COOPERATION GROUP	КАИТАЙ	15047	JIAOXING RANTONG GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	15080		SHISHI XIONGFENG TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	19012	
	CHONGQI	КАИТАЙ	15071	JIAOXING SHENRAN TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	15035		SHISHI YOUNGPAIGE FASHION GROUP CO. LTD	КАИТАЙ	19839 / 19885	
	CHUANQI	КАИТАЙ	19777	JIAOXING TIMFORT TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	15473		SHU-SHOU	КАИТАЙ	19871	
	CHUN FOK	КАИТАЙ	15654	JIAOXING WELLDONE TRADE CO. LTD	КАИТАЙ	15074		SINYI LEN	РОССИЯ	19860	
	CITY CLASSIC	РОССИЯ	19049	JIAOXING XIEJIA APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	15641		SIRING	РОССИЯ	19845	
	COEUR DE LION	ГЕРМАНИЯ	15466	JIAOXING ZHUQI APPAREL TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	15065		SKY FASHION	КАИТАЙ	19071	
	COOLWOLF	КАИТАЙ	15064	JIFENG	КАИТАЙ	15100		SLD	КАИТАЙ	19699	
	COUNTY FULL	КАИТАЙ	19898	JINJISHANG	КАИТАЙ	15479		SO BEAUTIFUL AND WILD	РОССИЯ	19627	
	CPM TRENDS INNOTECH	РОССИЯ	15040 / 15841	JINJIUJANG JIAYUAN GARMENTURE KNIT CO. LTD	КАИТАЙ	15070		SOCEAN	РОССИЯ	19406	
	CUBIC MONT	КАИТАЙ	19878	JINJIUJANG WANCHENG GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	15081		SODA	РОССИЯ	19472	
D	DANDONGS BAICAN CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	15652	JIUHE	КАИТАЙ	15866 / 15488		STELLA ROSSA	КАИТАЙ	19068	
	DANDONGS HEG GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	15059	JULIAKISELEVA	РОССИЯ	19989		STERN	РОССИЯ	19828	
	DARIT	РОССИЯ	15468	JUNPENG JIANG	КАИТАЙ	15070		STEEL STYLE	КАИТАЙ	19453	
	DAYVDV	БЕЛАРУСЬ	19802	K	РОССИЯ	15877		SYNSHO	КАИТАЙ	19095	
	DBR	РОССИЯ	19018	KARL BOLT	КАИТАЙ	15091	T	TEAMTIBAGS	РОССИЯ	19869	
	DE-GOSA	РОССИЯ	15410	KINGSTAR	КАИТАЙ	15086		TESIN	КАИТАЙ	19099	
	DEA GIOIELLI	ИТАЛИЯ	19847	KLOTHO FASHION TECHNOLOGY (NINGBO) CO LTD	КАИТАЙ	19047		THOMAS BIEBER	КАИТАЙ	19021	
	DEVUR	БЕЛАРУСЬ	19819 / 15019	KOMOVA ZHANNA	РОССИЯ	19856		TONGXIAN HONGJING TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	19034	
	DIBALI	КАИТАЙ	15074	KOROLEVA XL	РОССИЯ	15471		TONGXIANG GEO FUR CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	19056	
	DIGIDON	КАИТАЙ	15871	KRAFT AFFAIR	ПОЛЬША	15831		TONGXIANG HONGBO GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19043	
	DIMAMAS DAY	РОССИЯ	15400	KRIKOS	РОССИЯ	19856		TONGXIANG JIAYU FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	19034	
	DONGGUAN BAILI CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	19022	L	КАИТАЙ	15676		TONGXIANG LUCHANG TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	19930	
	DONGGUAN CLZZ GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	15002	LAKE	РОССИЯ	15466		TONGXIANG PUFENG INTERNATIONAL TRADE CO. LTD	КАИТАЙ	19021	
	DONGGUAN DAIFEI TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	19729	LAMENGTING	КАИТАЙ	15481		TONGXIANG SHENYI TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	19837	
	DONGGUAN GRAND EVEREST INFO. TECH. CO. LTD	КАИТАЙ	19026	LAPLANGER	РОССИЯ	15839		TONGXIANG SHENYI TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	19837	
	DONGGUAN GUANHUI TEXTILE APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	19028	LAU	РОССИЯ	1980 / 1988		TOP BABY	КАИТАЙ	19085	
	DONGGUAN GUOQU TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	15060	LE MOTIF COUTURE	РОССИЯ	15443		TULSI	ИТАЛИЯ	19861	
	DONGGUAN HENGUYE APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	19067	LE PETITE	РОССИЯ	15444	U	UNION VISION	КАИТАЙ	19884	
	DONGGUAN HILLMAN KNITTING CO. LTD	КАИТАЙ	15057	LEATHER TOP MASTER	КАИТАЙ	15406		UNITONE	КАИТАЙ	19849	
	DONGGUAN JIANGYUE TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	19660	LEONIKNA	РОССИЯ	15414		V	VELINA FABBIANO	КАИТАЙ	15439
	DONGGUAN JIANGYUAN CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	19726	LIUHUA	КАИТАЙ	198101 / 198109		VERETENO	РОССИЯ	19464	
	DONGGUAN LIDU KNITTED CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	15061	LIUJIA	КАИТАЙ	15069		VESCHI	РОССИЯ	19424	
	DONGGUAN MANDERINGO APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	15056	LIZAN	КАИТАЙ	19790		VILLATTE	РОССИЯ	19020	
	DONGGUAN NUANYA GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19723	LZNT	БЕЛАРУСЬ	15031		VINTAGE+	РОССИЯ	19868	
	DONGGUAN YIMAN APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	19020	LORENTINO	РОССИЯ	15830		VISION RISE (SHENZHEN)	КАИТАЙ	19058 / 15060 / 15061	
	DONGGUAN YUNMEI GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	19725	LUDOR	РОССИЯ	15410		W	WEATHER TREND	КАИТАЙ	19079
	DONGJIN	КАИТАЙ	19868	M	КАИТАЙ	19851		WEBEST INTERLINING (NANTONG) CO. LTD	КАИТАЙ	19038	
	DYRBERG KERN	ДАНИЯ	15466	M AND L GUANGZHOU TEXTILE AND GARMENT CO LTD	КАИТАЙ	19038		WEIRANG MISHANG TECHNOLOGY CO. LTD (MISHANG)	КАИТАЙ	19049	
	DYSHKANT	РОССИЯ	15462	MADZIERO	ПОЛЬША	15408		WENZHOU BRIGHTSHIN IMPORT&EXPORT CORP. LTD	КАИТАЙ	19039	
	DZMCHZ	РОССИЯ	19849	MAGNUM	РОССИЯ	15448		WENZHOU CEYAD GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	19039	
E	EAST PEARL	КАИТАЙ	15070	MANTEKS	КАИТАЙ	15840		WENZHOU FEIKE GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19424	
	EM	РОССИЯ	15475	MARGARITA PETKEVICH	РОССИЯ	15448		WENZHOU SUJIN TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	19411	
	ESODOCO	КАИТАЙ	15002	MARIAM	ИТАЛИЯ	19861		WENZHOU XITE GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19048	
F	FALLAMOR	КАИТАЙ	19020	MARINA LUTSKY	РОССИЯ	15408		WENZHOU YAGUAN GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	19034	
	FASHION HAIRING	КАИТАЙ	19050	MAXEPROT	РОССИЯ	15448		WENZHOUJIAN HAOWEDUN GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19048	
	FIORIE LUNA	КОРЕЯ	15466	MAYER	РОССИЯ	15408		X	XIAMEN CIS INDUSTRIAL CO. LTD	КАИТАЙ	190100
	FORLIFE	РОССИЯ	15427	MIN HENG APPAREL LTD	КАИТАЙ	15080 / 15088		Y	Y.8	КАИТАЙ	19662
	FORTUNE FOREST TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	15021	MINGCHAI	КАИТАЙ	15476		Y.I. STUDIO	КАИТАЙ	19485	
	FOSHAN HIBO CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	15027	MONSIEUR	КАИТАЙ	15020 / 15072		YANGZHOU CM OUTDOOR PRODUCTS CO. LTD	КАИТАЙ	19031	
	FOSHAN YUE HUA GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19663	MOREFASHION	КАИТАЙ	15078		YAROSLAVA	РОССИЯ	19865	
	FRANCESCO MARCONI	РОССИЯ	15411	MOYI	КАИТАЙ	15070		YICHUN PLUSCOOL SPORT CO. LTD	КАИТАЙ	19090	
	FREDRIKSSON	РОССИЯ	19854	N	КАИТАЙ	19801		YIFUDA	КАИТАЙ	19404	
	FREE FASHION	КАИТАЙ	15668	NAMY GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	15078		YIWU CHUNJING GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	19931	
	FROM LUNA	РОССИЯ	15460	NANCHANG KAIYUE GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	15053		YIWU HUANGHONG IMP&EXP CO. LTD	КАИТАЙ	19030	
	FUJIAN TSE INTERNATIONAL TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	19038	NANJING BRIDGE INTERNATIONAL LIMITED	КАИТАЙ	15098		YIWU YITOU GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19040	
	FUJION	КАИТАЙ	198102	NANJING JOYO CO. LTD	КАИТАЙ	15098		YSSG	РОССИЯ	19470	
	FUYAO	КАИТАЙ	19666 / 19668	NANJING SUNMAY TRADING CO. LTD	КАИТАЙ	15042		YUBAO (G.Z) INDUSTRIAL CO. LTD	КАИТАЙ	19031	
G	G-FAVOR	КАИТАЙ	19888	NANKING TRENDI LEATHER CO. LTD	КАИТАЙ	15042		YUGO ACTIVEWEAR NINGBO CO. LTD	КАИТАЙ	19738	
	GANZHOU LIUZHOU GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	15063	NELVA	БЕЛАРУСЬ	15010		YUSHENKUN	КАИТАЙ	19870	
	GELATO	КАИТАЙ	19011	NEW LIFE	КАИТАЙ	15068		YUYITA	БЕЛАРУСЬ	19810	
	GERUSI	КАИТАЙ	19891	NEXTLINE	РОССИЯ	19811		Z	ZHEJIANG DAIA KNITTING TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	19022
	GHC	КАИТАЙ	19883 / 19889	NIPAPAKA	КАИТАЙ	15001		ZHEJIANG ALUMERY TEXTILE TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	19038	
	GIULIANI ROMANO	РОССИЯ	19419	NICEWEAR	КАИТАЙ	15098		ZHEJIANG GANSHANG KNITTING PRODUCTS CO. LTD	КАИТАЙ	19046	
	GOZHA	РОССИЯ	19029	NICOLE LEE	РОССИЯ	15411		ZHEJIANG KAFUTE TEXTILE CO. LTD	КАИТАЙ	19038	
	GTIG ESEN	КАИТАЙ	15477	NINA VIKONT	РОССИЯ	15419		ZHEJIANG LI0200M IMPORT & EXPORT CO. LTD	КАИТАЙ	19048	
	GUANGZHOU EVERGREEN INDUSTRY CO. LTD	КАИТАЙ	1921	NINGBO ADWIN GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	15011		ZHEJIANG MEKAN GARMENT & ACCESSORIES CO. LTD	КАИТАЙ	19036	
	GUANGZHOU FUXING TRADEMARK PRODUCTS CO. LTD	КАИТАЙ	15661	NINGBO BAIJIAN FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	15058 / 15059		ZHEJIANG ORANGE DOK GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	19864	
	GUANGZHOU JIUYUE LEATHER CO. LTD	КАИТАЙ	19049	NINGBO CHANGXIN CLAMING CO. LTD	КАИТАЙ	15059		ZHEJIANG SANTLEON GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19046	
	GUANGZHOU KINGBING CLOTHING CO. LTD	КАИТАЙ	19504	NINGBO MEAN YOUNG APPAREL CO. LTD	КАИТАЙ	15094		ZHEJIANG SPRINGAIR SUNSHINE GARMENTS CO. LTD	КАИТАЙ	19035	
	GUANGZHOU LIANGSHANG LEATHER CO. LTD	КАИТАЙ	1906	NINGBO MED FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	15052		ZHEJIANG SUNZENTEX TECHNOLOGY CO. LTD	КАИТАЙ	19036	
	GUANGZHOU LIANXIN GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	1902	NINGBO MINTZ FASHION CO. LTD	КАИТАЙ	15018		ZHEJIANG XINYUZHENG GARMENT CO. LTD	КАИТАЙ	19060	
	GUANGZHOU MAOYUE INSPECTION	КАИТАЙ	15055	NINGBO MINTX CREATIVE IE& CO. LTD							

ЦИФРОВОЙ СЕРВИС

для поиска производителей и заказчиков
с проверенными контактами

24/7



BEE-online.ru
be together

**ВЫ РАБОТАЕТЕ ТОЛЬКО
С РЕАЛЬНЫМ БИЗНЕСОМ!**

✓ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Крупные и мелкосерийные фабрики, ателье находят заказы и долгосрочных партнеров

✓ ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ

Бренды, ритейл, селлеры и корпоративные заказчики без риска подбирают надежного исполнителя

✓ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ

Производители и дистрибьюторы тканей, пряжи, фурнитуры, комплектующих и оборудования, а также логистические компании, банки и другие сервисы предлагают услуги и товары тем, кто в них нуждается

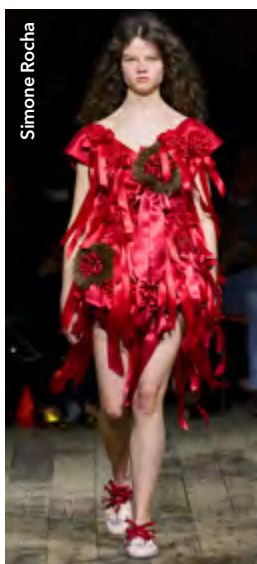
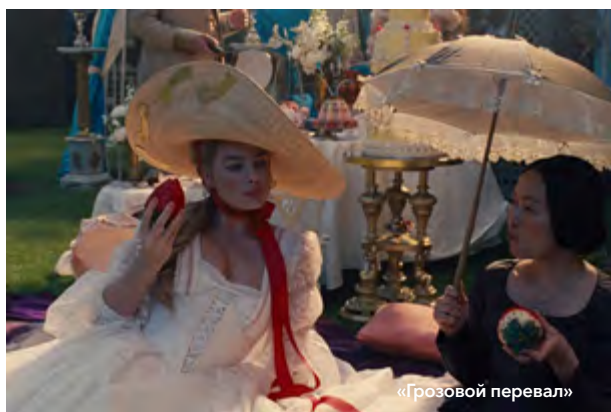
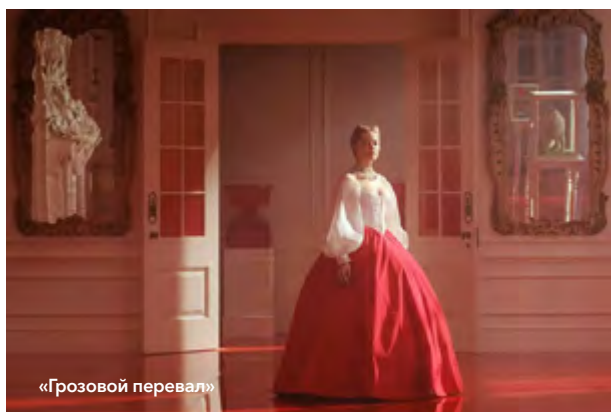
bee-online.ru



МОДА ПОД ВПЕЧАТЛЕНИЕМ

Текст: АРИНА ГЕРАСИМОВА

Откуда в новых коллекциях взялись корсеты, бамстеры и пальто-халаты



БРОНТЕ-ЛИХОРАДКА

В сезоне осень-зима 2026/27 подиум Недели моды в Лондоне заполонила эстетика георгианской и викторианской эпох. Бренд Chopova Lowena предложил носить меховые гетры, Tolu Coker адаптировал классические гольфы, а Emilia Wickstead показал кринолины.

Причиной интереса к этому историческому периоду стала новая экранизация романа Эмили Бронте «Грозовой перевал», снятая Эмеральд Феннел.

ДИЗАЙН

Зрителям полюбился румянец главной героини фильма, Кэтрин в исполнении Марго Робби, ленты в волосах и на шляпе. Благодаря этому возник еще один важный тренд Недели моды в Лондоне – банты. У Erdem они украшали платья в сочетании со сверкающими пайетками, Harris Reed создал мини-юбку с утрированно огромным бантом, Simone Rocha поместил их на корсеты и балетки в коллаборации с adidas.

ЭСТЕТИКА НЕСОВЕРШЕНСТВА

Коллекция H&M Studio сезона весна-лето 2026 включала пальто, завязанное как халат, джинсы и куртки с росписью, будто позаимствованные у прабабушки, кружевные платья-комбинации, шелковые камисолы с переделанными рукавами, чересчур расклешенные юбки, блейзеры с разрезанными и необработанными рукавами. Дизайнер Анн-Софи Юханссон вдохновлялась Маленькой Эдди, родственницей Жаклин Кеннеди, из фильма «Серые сады» (1975). Та жила вместе с матерью в запущенном особняке, придумывала наряды из того, что было под рукой (например, тюрбаны из штор), и устраивала домашние дефиле. Юханссон объяснила, что создала коллекцию, которая воплощает «движение прочь от перфекционизма в эпоху алгоритмического однообразия».



H&M Studio



H&M Studio

ХОРРОР-КУТОР

Весенне-летнюю коллекцию 2026 Alexander McQueen Шон Макгирр создал, вдохновившись фильмом «Плетеный человек» (1973), хоррором про полицейского, который приезжает на шотландский остров искать пропавшего ребенка, но сталкивается с сопротивлением со стороны местных жителей.

Макгирр сосредоточился на трех темах: вере, сексе, природе, красивой и разрушительной. Саундтрек для показа креативный директор собрал из диких воплей и тяжелого дыхания.

Alexander McQueen



СРМ Москва
01/09 - 04/09 2026
МВЦ «КРОКУС ЭКСПО»
3 павильон 14 зал
Стенд 14D21

TRUVOR

1992

ДИЗАЙН

В коллекцию дизайнер включил фирменный маккиновский элемент – бамстеры, брюки с ультранизкой посадкой из коллекции весна-лето 1994. Макгирр воссоздал их из темно-синей шерсти с плиссированными полосами по бокам и молниями до щиколоток. Модели носили бамстеры с военными кителями и короткими кольчужными топами.

Также в коллекцию вошли пиджаки, синяя форменная рубашка, дополненная корсетом поверх куртки, рубашки-платья с выглядывающими кожаными шортами, кожаные платья-футляры с одним открытым плечом, платья с разрезом на бедре и шнуровкой вместо молнии, топы и юбки из длинной бахромы, которые свисали как кровавые капли.

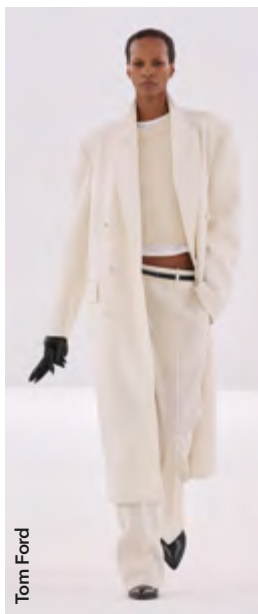
Особый эффект произвели вечерние модели: платье, целиком собранное из перьев и металлических звездочек, модель в виде огромного шара из расписанного шелка, золотое платье-топ с ниспадающими белыми перьями, платье-парашют с акварельным принтом, изображающим двух божьих коровок в любовных объятиях.

КОСТЮМ ПСИХОПАТА

В коллекции Tom Ford осень-зима 2026/27, созданной под руководством Хайдера Акерманна и показанной на Неделе моды в Париже, читались очевидные отсылки к фильму «Американский психопат» (2000).

На подиуме были представлены кашемировые строгие смокинги, стерильно белые рубашки и кожа. Идеальный костюм воплощал безупречный крой, который скрывает следы внутреннего хаоса. Мягкий кашемир соседствовал с жесткой кожей, создавая напряжение между чистотой и безумием.

В коллекцию также вошли кожаные жакеты, приталенные тренчи, брюки, перчатки, рубашки и прозрачные дождевики.



АНТИЧНОСТЬ В ДЕКОРАЦИЯХ

Круизная коллекция Dior 2026, последняя, созданная Марией Грацией Кьюри для модного дома, отсылает к золотому веку итальянского кино. Название «Bella confusione» (ит. «Прекрасная путаница») вдохновлено первым вариантом имени трагикомедии Федерико Феллини, в итоге получившей известность как «Восемь с половиной». Короткие платья из черного и красного бархата отсылали к нарядам Аниты Экберг в фильме Феллини «Сладкая жизнь».



Dior



Dior

«Восемь с половиной»



Силуэты напоминали выцветшие кадры на старой пленке. Костюмерный дом Tirelli создал белый тарлатан, полупрозрачные слои ткани, белый макияж.

Дизайнер объединила кутюр и готовую одежду, предложив современную интерпретацию моделей из архивов Кристиана Диора и Марка Бона.

Цветовая гамма была намеренно приглушенной – бежевый, черный, белый, чтобы акцент был на фактуре и конструкции. Отдельного внимания заслуживают гладиаторские мотивы: узор «трюмплей» на груди, который создает иллюзию объема, и полосатые юбки. Все вместе это выглядит как костюмы для античной трагедии, которую перенесли в декорации итальянского кино 1960-х.

ДИЗАЙН

ОЖИВШИЕ ДИВЫ

Показ весенней кутюрной коллекции Valentino, созданной Алессандро Микеле, на Неделе высокой моды в Париже был стилизован под кайзерпанораму – стереоскоп XIX века, предшественник кино. В темном зале были расставлены круглые деревянные конструкции с отверстиями на уровне глаз. Модели заходили внутрь ярко освещенных коробок, а зрители наблюдали за ними из маленьких окошек.

Шоу предвляла запись интервью с Валентино Гарава-ни (он умер за 10 дней до этого показа), в котором он рассказывал о том, что его любовь к моде родилась из страсти к кино, в частности, к фильмам с Хеди Ламарр и Ланой Тернер.

В новой коллекции Микеле смешал эстетику немого кинематографа с ар-деко. Некоторые образы выглядели как ожившие иллюстрации Эрте: белое атласное платье-комбинация, поверх пальто из слоновой кости с вышитым бархатом и шлейфом, а на голове убор из страусиных перьев и страз.

Другие наряды будто одолжены в костюмерной «Безумства Зигфелда» (серия театральных постановок на Бродвее в Нью-Йорке с 1907 по 1931 год) или «Мата Хари» (фильм 1931 года с Гретой Гарбо в главной роли). Белая шифоновая накидка с серебристыми узорами – аллюзия на образы Глории Свенсон. А черное бархатное пальто-кимоно на заниженной талии с цветочной графикой – из времен Пуаре.

Под микс классической музыки и техно выходили модели с золотыми коронами, будто обрамленными лучами солнца. Золотые платья в духе богинь добавили глянца восьмидесятых, стирая грань между кинодивами и статутками «Оскар».

Хеди Ламарр



Valentino



Valentino



Valentino

Грета Гарбо



Choupette

19 ЛЕТ НА РЫНКЕ
70+ ФИРМЕННЫХ МАГАЗИНОВ
ВО ВСЕМ МИРЕ

Инвестиции от 6 000 000 рублей

Окупаемость от 6 до 18 месяцев

- Модная одежда и обувь (0-14 лет)
- Школьная форма (1-11 класс)
- Наряды для праздников и церемоний
- Комплекты и конверты на выпуск
- Крестильные наборы
- Нижнее бельё, термобельё

*лучшие моменты
нашей жизни*

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ!

Директор по развитию ТМ Choupette: Анастасия Василькова

+7 (903) 766-45-44, corp@my-choupette.ru

CHOUPETTE.RU | MY-CHOUPETTE.RU

ЭКСПЕРТИЗА

Текст: САЛОМЕЯ ГАГУА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ МОСКОВСКОГО ОТДЕЛЕНИЯ КОМИТЕТА ПО ЭКОНОМИКЕ «ОПОРА РОССИИ»

В ПОИСКАХ ДОСПЕХОВ

**Как продавать спокойствие:
новый язык модного ритейла**

**САЛОМЕЯ ГАГУА**

Международный fashion-эксперт, бизнес-тренер, эксперт по стратегическому развитию бизнеса. Заместитель председателя Комитета по экономике «Опора России» (Московское отделение), руководитель направлений BRICS CREATIVE INDUSTRY и BRICS FASHION, учредитель Continental Multipolar Platform (международные инициативы и проекты развития сотрудничества). Специализируется на построении систем управления компаниями, развитии продаж и маркетинга, масштабировании проектов и выводе брендов на новые рынки.



Дмитрий Журавлев в кампании Mademan

ДОРОГОЙ РЕСУРС

Сегодня российская модная индустрия переживает фундаментальную трансформацию. Запросы покупателя нового времени меняются так быстро, что бизнес-модели не успевают оперативно адаптироваться к ним. Клиенты становятся более тревожными, более осознанными и более чувствительными к состоянию, собственному и окружающих.

Только по данным Минздрава Москвы, за первые пять месяцев 2026-го за психологической помощью в государственных поликлиниках обратились на 19% больше граждан, чем за аналогичный период прошлого года. Высокий спрос сохраняется и на платные услуги психологов и психотерапевтов. Рост такого интереса – это не только медицинский тренд, но и изменение потребительского поведения. Люди все чаще покупают не одежду как таковую, а способы снизить тревожность, почувствовать контроль над жизнью, получить эмоциональную поддержку и повысить самооценку. Мода становится инструментом внутреннего баланса, буквально – яко-

рем. И это кардинально меняет правила игры на рынке ритейла.

Психиатр Центра ментального здоровья «АНТЕРУС» (Москва) Теона Качарава поясняет:

«Тревога приходит и уходит волнами. К сожалению, в последние годы это новый постоянный фон. Наша нервная система собрана под совсем другой мир, и мы пока не адаптировались к текущей реальности. Мы привыкли к конкретным угрозам: хищник, голод, чужое племя.

У такой угрозы есть конец – ты убежал, и всё, отбой, тело выдохнуло. А сегодня угроза стала бесконечной, это так называемая информационная «битва за умы». Увы, та часть мозга, которая отвечает за сигнал опасности, команду «отбой» почти не получает. И человек постоянно живет на взводе. Самое страшное – мозг плохо отличает реальную угрозу от воображаемой, и она может сохраняться очень долго. Поэтому клиент приходит в магазин уже заряженным. Он не расслаблен, но привык к своему состоянию и не замечает его».

Теона Качарава уточняет, что покупка в этом случае становится способом саморегуляции: «Когда человек тревожен, его нервная система ищет возможность снизить это напряжение.

Покупка – самый простой инструмент решения проблемы. Она быстрая, управляемая, дает мгновенный результат, обеспечивает выброс дофамина».

Предметы гардероба играют особую роль в борьбе с тревожностью: «Одежда – это доспехи, с которыми мы идем в мир. Когда человек понимает, что он одет правильно, он снижает когнитивную нагрузку, и это дает ему ощущение контроля», – комментирует психиатр.

При работе с такими клиентами очень важно состояние продавца. «Мы считываем состояние другого человека мгновенно, через невербальные сигналы, так называемое «эмоциональное заражение». Если продавец напряжен, клиент это чувствует, и это вызывает дискомфорт.

А если сотрудник спокоен, то и покупатель менее тревожен», – говорит Качарава.

Она также обращает внимание на то, что пришедший в магазин потребитель нуждается в ощущении безопасности: «Сначала нервная система считывает состояние спокойствия, только потом в голове включается выбор товара. Если человеку дискомфортно, до ассортимента он в принципе не дойдет».

Психиатр Центра ментального здоровья «АНТЕРУС» уверена, что в ближайшее время запрос на спокойствие будет только расти: «Это связано с общим уровнем перегрузки нервной системы. И, как мы знаем, закон рынка простой: дефицит превращается в ценность. Спокойствие станет одним из самых дорогих ресурсов».

СИСТЕМА СНИЖЕНИЯ СТРЕССА

Сдвиг в психологии потребления уже отражается в ассортиментном предложении. Сегодня до 55–65% оборота в массмаркете и middle-сегменте формируют базовые и повторяемые модели. Именно они дают ощущение «надежного выбора» клиенту. В таких категориях оборачиваемость выше на 20–30%, а уровень возвратов ниже на 15–25%.

Если мы посмотрим на возвраты товаров, то в онлайн-торговле до 70% из них связаны не с браком, а с посадкой и ощущениями. Бренды, которые фокусируются на лекалах и комфорте, снижают возвраты на 10–20% и увеличивают повторные покупки более чем на 15%.

Поведение клиента становится новым вызовом для маркетологов, продавцов и продуктологов. Например, перегруженный ассортимент увеличивает время принятия решения и часто заканчивается отказом. В капсульных линейках этот показатель сокращается на 30–40%, и конверсия растет на 10–15%.

Отделу продукта нужно заново учиться управлять товарным предложением. Сокращение SKU на 20–25% при сохранении бестселлеров увеличивает оборачиваемость до 1,3–1,5 раза.

При этом до 60% выручки стабильно генерируют 30–40% ассортимента. Важно понимать, что коллекция больше не витрина – это система снижения стресса покупателя.

Немаловажную роль в восприятии клиента занимает пространство, точка продаж. Упрощение навигации магазина и снижение визуального шума способны увеличить средний чек на 10–15%.

Аналогичный эффект в онлайн дают чистый интерфейс и ограниченное число решений на экране. Проще говоря – неперегруженный и комфортный по юзабилити сайт.

Меняется и tone of voice. Агрессивные продажи дают краткосрочный эффект, но снижают LTV, а если мы играем вдолгую, формат необходимо менять. Переход к консультативной модели увеличивает повторные покупки на 10–15% и формирует долгосрочную лояльность клиентов.

ЭКСПЕРТИЗА

БИТВА ВСЕХ ПРОТИВ ВСЕХ

В совокупности факторов спокойствие – измеримая бизнес-категория. Это конверсия, возвраты, оборачиваемость и жизненный цикл клиента. В целом – все те же знаменатели, только с новыми вводными. Осталось только научиться управлять этими показателями.

Что это означает на практике?

Нужно пересобрать ассортимент с позиции «снижения выбора». Провести ABC-анализ, выделить бестселлеры и усилить их глубину. Второстепенные SKU сократить на 20-25%. Это позволит ускорить оборачиваемость и снизить давление на клиента при выборе.

Необходимо в обязательном порядке внедрить капсульную логику планирования матрицы. Разделить вместе с категорийными специалистами и стилистами ассортимент на понятные сценарии: «на работу», «на каждый день», «в поездку» и т.д. Это увеличит конверсию покупки. Следует понять: почему же товар возвращают? Если маркетинг и продажи работают, то что ломается в продукте? Проанализируйте причины возвратов: если большая часть связана с посадкой, займитесь лекалами. Даже снижение возвратов на 10% напрямую увеличивает маржинальность.

Нужно провести редизайн пространства. Уменьшите плотность выкладки, упростите навигацию, уберите визуальный шум. Цель – сократить «стресс выбора».

Необходимо переформатировать работу команды. Введите новые стандарты TOV: медленный темп речи, отсутствие давления на клиента, продажи через уточнение его потребности.

Упростите онлайн-присутствие. Ограничьте количество опций на экране, облегчите фильтры, добавьте понятные рекомендации. Добавьте на сайт экспертные материалы о заботе о себе, устойчивости, снижении тревожности. Это усилит доверие и сформирует долгосрочную связь с брендом.

Ключевое изменение рынка в том, что сегодня игроки борются не только друг с другом в одном сегменте, теперь это битва всех против всех. Побеждает тот, кто дает потребителю ощущение «мне стало легче».

Мода возвращается к своей базовой функции – помогать человеку чувствовать себя лучше. Только теперь это не метафора, а показатель в P&L. 



Zarina x Rogov

18-я Международная выставка
тканей и фурнитуры для производства одежды



textile
SALON

2–4
сентября
2026

 **КРОКУС ЭКСПО**

Международный выставочный центр

РЕКЛАМА

организатор
expo fashion



 www.textile-salon.ru
 mail@expo-fashion.ru

СТРЕССОУБЕЖИЩЕ



Что предлагают бренды, чтобы снизить тревожность покупателей

Zarina x Rogov

ПОРА ЗА ГОРОД

В первом полугодии 2026-го уровень тревожности россиян постоянно рос. Так, согласно опросу Фонда общественного мнения (ФОМ), проведенному с 7 по 28 июня, показатель достиг уровня 55% (для сравнения – по опросу 29-31 марта 2024 года, после теракта в ТРК «Крокус» в Московской области, он составлял 44%). По данным коммуникационного агентства КРОС, в I квартале 2026 года среди главных источников тревожности для россиян были ограничения работы интернета, атаки дронов и диверсии.

На этом фоне все более популярным становился загородный образ жизни, с помощью которого можно укрыться от стресса. Согласно опросу ВЦИОМ (апрель 2026), доля желающих купить дом или участок на природе выросла с 52% горожан в 2019 году до рекордных 69%. Особенно сильная тяга оказалась у зумеров: 83% этой категории респондентов положительно ответили на вопрос, хотели бы они иметь собственную дачу.

Интерес к жизни на природе подогрел рост соответствующего контента в социальных сетях. Весной 2026 года количество блогеров в категориях «дом, дача, быт» выросло на треть, отмечают аналитики Getblogger и «МТС Банка».

Бренды отвечают на тренд фермерскими лукбуками, капсулами с природными мотивами и загородными мероприятиями, пытаясь предложить потребителю эстетику, которая ассоциируется прежде всего с отдыхом от бесконечных проблем.



ДАЧНЫЙ ВАЙБ

В апреле 2026-го Zarina (принадлежит Melon Fashion Group) выпустила коллекцию, созданную совместно с Александром Роговым, концепция которой была сформулирована как «летняя линейка с дачным вайбом». Перед запуском бренд устроил теплицу в ТРЦ «Авиапарк» в Москве, чтобы подготовить аудиторию к восприятию дачи как настроения, с сопутствующими «уединением в саду, долгими вечерами на веранде, запахом травы и ягод, ощущением свободы».

Идея коллекции заключалась в том, чтобы передать через одежду простые радости загородной жизни. В производстве использовались натуральные ткани (лен, хлопок, тенсель) естественной палитры: приглушенной зелени, ягодных и цветочных оттенков. Платья с объемными рукавами, юбки прямого кроя с оборкой, джинсовые комбинезоны с декоративным брелоком и двусторонние ватники украсили принты с плодами и растениями.

Дмитрий Журавлев
в кампании
Mademan



СЕЛЬСКИЙ КОЛОРИТ

Тогда же, в апреле, принадлежащий Lamoda бренд мужской одежды Mademan выпустил совместно с актером Дмитрием Журавлевым (сериалы «Патриот», «Иванько», «Батя») капсулу, вдохновленную колоритом села Верхняя Колыбелька – родного места артиста.

В линейку вошли базовые модели с рустикальными элементами декора: олимпийки, худи, футболки, брюки, шорты, джинсы с вышитыми полевыми цветами, рубашки прямого кроя из плотного хлопкового твила с вышивкой крестиком в фольклорном стиле.

БЛИЗОСТЬ К ПРИРОДЕ

Еще один принадлежащий Lamoda бренд, Nume, в феврале выпустил дроп Farm Life, вдохновленный близостью к природе. В линейке представлены жилеты с пасторальными



Nume

пейзажами, кардиганы, куртки с флористической вышивкой, расслабленные джинсы и простые платья. Свободные силуэты, дышащие ткани, наивные детали, вышивка в виде полевых цветов сочетают нежность с с функциональностью.

УИК-ЭНД НА РАНЧО

Ваон к сезону весна-лето 2026 выпустил коллекцию, вдохновленную загородной жизнью. Четыре капсулы задают разное настроение: «Охотничий домик» использует благородную клетку и вышивку в виде борзой, «Уик-энд на ранчо» играет с плотным денимом и ажурным трикотажем, «Городской баланс» и «Форма улиц» предлагают выразительные текстуры для тех, кто вернется в мегаполис. В целом коллекция выражает дачную эстетику через практичные материалы (лен, деним, мягкий трикотаж) и природные оттенки — полынь, терракоту, цвет грозового неба, пастельные тона. Функциональный крой, легкая мягость тканей, эффект выцветшего денима и ажурные плетения подчеркивают естественность и комфорт, характерные для отдыха за городом. При этом лаконичный дизайн и структурированные силуэты делают образы универсальными — подходящими и для прогулки в лесу, и для встречи в летнем кафе.



Ваон

ВРЕМЯ РАСЦВЕТА

Бренд RE (принадлежит компании FES Retail) назвал свою весенне-летнюю коллекцию «Blooming mood», ее главной темой стало пробуждение природы. В рекламной кампании живые цветы соседствуют с кадрами от нейросетей, а растения в них такие крупные, что кажется: цветы вырываются за рамки. Коллекция построена вокруг идеи многослойных образов: бомберы, хлопковые тренчи, широкие брюки, юбки плиссе, легкие блузы с ажуром и джинсовые шорты. Цветовая гамма плавно переходит от прохладных оттенков к теплым, что передает смену зимы весной, а сдержанности — расцветом.

СЕЛЬХОЗРАБОТЫ

В июне мультибрендовый ритейлер Rendez-Vous представил лукбук летнего сезона, съемки которого прошли на собственной экоферме компании в Краснодарском крае. Модели позировали среди полей, теплиц, садов и хозяйственной техники.

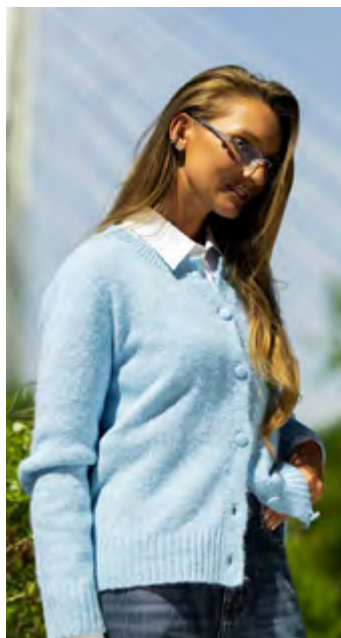
Позже компания организовала для своих клиентов поездку на эту экоферму. Участниками проекта стали 23 победителя специальных клиентских инициатив ритейлера. Мероприятие объединило творческий конкурс «Каникулы на экоферме» с шеф-поваром Rendez-Vous и специальную акцию в розничной сети. Программа включала посещение ключевых объектов хозяйства, знакомство с оросительной системой и сельскохозяйственной техникой, а также участие в работах по развитию территории. Гости увидели полный цикл производства продуктов Rendez-Vous Gourmet — от выращивания до фасовки, включая фирменный картофель бренда.

В компании планируют развивать формат подобных мероприятий, поскольку рассматривают экоферму как пространство, где формируется сообщество клиентов, объединенное схожими ценностями. 



Rendez-Vous

Avelontailor

**НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ / БРЕНДА****Avelontailor****СТРАНА** Россия**О КОМПАНИИ**

Avelontailor – известный бренд одежды, любимый российскими женщинами. Покупатели марки могут сформировать продуманные и разносторонние образы – для офиса и прогулок, casual и для особенных случаев.

Avelontailor – больше, чем просто одежда. В любые времена бренд верен качеству и ожиданиям клиентов, актуальному дизайну и взвешенной ценовой политике. Благодаря четким стандартам оптовые партнеры успешно ведут свой бизнес в сотрудничестве с компанией.

Одежда Avelontailor стабильно продается в Сибири и других регионах России уже более 30 лет.

О КОЛЛЕКЦИИ

Avelontailor предлагает продуманные коллекции качественной, актуальной и элегантной одежды в среднем ценовом сегменте. Модели Avelontailor разрабатываются с учетом образа жизни, вкуса и характера современных российских женщин.

Клиенты марки – женщины, которые с уважением относятся к себе и своему образу, следят за

модными тенденциями, предъявляют высокие требования к деталям, качеству материалов и к тому, насколько хорошо сидит одежда.

Образ покупательницы Avelontailor может быть разным: женственная и строгая в классике, нежная и спокойная, озорная и предприимчивая в повседневности, привлекающая внимание на торжестве. Очень часто это и мамы, и дочери.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Минимальная сумма заказа – 50 000 руб.

Скидки от суммы заказа.

Компания имеет разные формы дистрибьюции, включая собственный бренд и розничные магазины и контрактное производство. Предприятие работает на давальческом сырье. Предоставляет услуги по подбору образцов изделий, разработке лекал. Минимальный заказ – 300 ед. Срок разработки образца – 3-5 дней. Срок производства минимального заказа – до 3 недель. Возможный процент предоплаты на момент размещения заказов – 50%.

КОНТАКТЫ

📍 Новосибирск, ул. Дунайская, д. 23

☎ +7(913) 913 70-07

✉ opt@avelontailor.ru

🌐 avelontailor.ru

👤 Жанна Елисеева





BROS W I L
M O S C O W



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ / БРЕНДА

BROS W I L

О КОМПАНИИ

Компания BROS W I L успешно работает на рынке мужской одежды более 30 лет.

О КОЛЛЕКЦИИ

Основу коллекции составляют классические мужские костюмы из тканей различных составов и фактур, шерстяное пальто, плащи, бомберы, пиджаки, брюки, сорочки, трикотажные джемперы, водолазки.

Компания выпускает три коллекции в год: базовую и две сезонные, с учетом модных тенденций.

Отличное сочетание комфорта и стиля, идеальная посадка, правильное соотношение цены и качества делают одежду BROS W I L узнаваемой и любимой. Размерный ряд продукции: 44–68.

Рост: 164–200 см.

Компания маркирует «Честным знаком» раздельно костюмные пиджаки, брюки, жилеты, что позволяет значительно увеличить продажи в розничной сети.

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Компания приглашает к сотрудничеству предпринимателей и организации.

Работает по предзаказу и со свободного склада в Москве. Предоставляет возможность подсортировки. Бесплатно и оперативно доставляет товар по Москве и Московской области.

Предоставляет рекламные материалы: фирменные пакеты, портпледы.

Осуществляет рассылку образцов тканей. Оказывает помощь клиентам в составлении коллекций. Производит мужскую одежду по корпоративным заказам. Имеет большой опыт работы с охранными структурами.

Одежда марки BROS W I L отсутствует на маркетплейсах.

КОНТАКТЫ

📍 Москва, ул. Кузковская,
д. 20А, корп. В, пом. IXB, ком. 81

☎ +7 (495) 745 3717,

+7 (903) 791 7676

✉ irina@broswil.ru

🌐 broswil.ru



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ / БРЕНДА

CONSO

СТРАНА Россия

О КОМПАНИИ

CONSO – признанный производитель женской одежды с более чем 15-летним опытом на российском рынке. Бренд сфокусирован на создании универсального гардероба, в котором эстетика сочетается с высоким качеством исполнения. Для B2B-партнеров это означает стабильную линейку востребованных моделей и понятную логику формирования коллекций.

О КОЛЛЕКЦИИ

Бренд выпускает две сезонные коллекции в год в формате готовых капсул. Такой подход упрощает планирование ассортимента и ускоряет вывод в продажу: капсула включает верхнюю одежду, швейные изделия, трикотаж и аксессуары – все в единой стилистической логике. Модели разработаны так, чтобы обеспечивать максимальную сочетаемость внутри капсулы. Это снижает сложность мерчендайзинга и повышает конверсию: покупатель собирает готовый образ за минимальное время. В новой коллекции бренд переосмысливает подиумную классику, делая ставку на выверенную посадку, премиальные материалы, длинные тренды, оптимальное ценообразование. Размерный ряд: 40-52.



УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Как крупный производитель с собственным циклом CONSO предлагает партнерам прозрачные и выгодные условия работы.

- Прямые поставки от производителя – исключаются лишние звенья в цепочке, что позволяет контролировать сроки и качество на каждом этапе.
- Раннее поступление товара – партнеры получают коллекции заблаговременно для своевременного планирования промо и выкладки.
- Гибкая модель работы – доступны предзаказ и работа со свободным складом, что позволяет балансировать между прогнозируемостью и оперативностью.
- Обеспечение стабильной прибыли в течение всего сезона за счет рекомендованной наценки повышенной величины
- Стартовая скидка 10% – специальное предложение на первый заказ для быстрого старта сотрудничества.
- Бесплатная доставка до транспортной компании – снижение логистических издержек на этапе отгрузки.

КОНТАКТЫ

Отдел оптовых продаж CONSO

📍 Москва, м. Коломенская,
ул. Садовники, д. 6.

☎ +7 (929) 983-22-64,

+7 (495) 419-22-13

✉ opt@conso.ru

🌐 www.consoopt.ru





- Крупнейший российский производитель головных уборов и верхнего трикотажа.
- Новейшее японское и немецкое оборудование.
- Прямые поставки сырья из Турции, Китая и Индии.
- Лучшие дизайнерские решения.
- Изделия бренда дарят покупателям тепло, уют и самые приятные ощущения.
- Это не просто производство – это мечта длиной в 20 лет, которая воплотилась в реальность.



8 961 47 00 777
email: dika-knit@bk.ru

РЕКЛАМА

DIKA KNIT 

since 2005

ГОЛОВНЫЕ УБОРЫ И ВЕРХНИЙ ТРИКОТАЖ

BRAND

БРЕНД
С ХАРАКТЕРОМ

**Как развиваться,
сохраняя собственную ДНК.
Dispacci делится опытом**

НАДЕЖНАЯ РЕПУТАЦИЯ

Популярный премиум-бренд женской одежды и аксессуаров DISPACCI известен стильным трикотажем, головными уборами и качественными материалами. Репутацию марка заработала во многом на шапках: они сочетают европейский дизайн, качественное сырье от итальянских фабрик и адаптированы под холодную погоду, занимая нишу элегантных и комфортных зимних аксессуаров среднего и премиального сегментов. Покупатели и эксперты неизменно отмечают элегантный дизайн и удобство вещей.

DISPACCI прошел путь от марки аксессуаров и головных уборов до полноценного fashion-бренда. Расширение ассортимента стало естественным этапом развития: сегодня DISPACCI создает цельный гардероб — платья, брюки, костюмы, рубашки, топы, кардиганы, верхнюю одежду и аксессуары — и работает не только с трикотажем, но и с широким спектром других тканей.

ВНИМАНИЕ К ДЕТАЛЯМ

Трикотаж остается важной частью ДНК бренда, но разнообразие материалов позволяет создавать более широкий и функциональный гардероб. Каждая ткань раскрывает одежду по-своему, добавляя ей легкость, естественность или особую мягкость — в зависимости от задачи и настроения образа.

Выбор материала — один из ключевых этапов создания коллекций DISPACCI.

Важен не только внешний вид ткани или пряжи, но и ее свойства, комфорт, посадка и ощущение в носке.

Бренд работает с разными видами сырья, чтобы создавать одежду для всех сезонов и ситуаций. Разнообразие фактур и составов позволяет сочетать удобство, актуальный дизайн и выразительность.



ДЛЯ СОВРЕМЕННОЙ ЖЕНЩИНЫ

При создании коллекций DISPACCI опирается на изучение аудитории, тенденции рынка и обратную связь от покупателей. Тренды становятся ориентиром, но не определяют коллекцию целиком.

Главная задача — создавать актуальные вещи, которые легко вписываются в существующий гардероб и остаются востребованными дольше одного сезона.

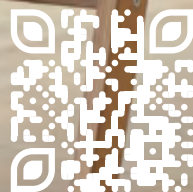
ЕДИНЫЙ ПОДХОД

Расширяя ассортимент и работая с новыми материалами, DISPACCI сохраняет собственную эстетику и узнаваемость. Разные категории одежды объединяет единый подход к качеству, комфорту, деталям и дизайну. Сегодня DISPACCI — это современный бренд одежды с собственным характером, который развивается вместе со своей аудиторией. 



DISPACCI

РЕКЛАМА



dispacci.ru
8 (499) 709 73 53
info@dispacci.ru



GUZAR

ATTIRE CONCEPTS





GUZAR
ATTIRE CONCEPTS

ОТКРОЙТЕ
КОЛЛЕКЦИЮ



m.dosov@unido.org
+998777096776

РЕКЛАМА

Участник

СРМ
стенд
15A28

GUZAR — бренд, созданный в рамках проекта ЮНИДО при финансовой поддержке Российской Федерации, с коллекциями, разработанными совместно с итальянскими экспертами.







KENBEY



www.kenbey.com.tr
+90 532 131 7137
(Whatsap, Telegram)



★ STERN



РОССИЙСКИЙ БРЕНД
ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ
С НЕМЕЦКИМИ КОРНЯМИ





КРАСИВЫЙ ГАРДЕРОБ. ПРОДУМАННОЕ ПАРТНЁРСТВО.

Более 35 лет STERN работает с женской одеждой.
Мы превращаем сезонное настроение в цельные капсулы,
которые легко интегрируются в ассортимент и помогают
вашему бизнесу расти.

35+

ЛЕТ В FASHION

Работаем с европейской
одеждой более 35 лет
и создаем собственные
коллекции на основе
опыта fashion retail.

42-56

КОММЕРЧЕСКИЙ
РАЗМЕРНЫЙ РЯД

Актуальные силуэты
и комфортная посадка
для разных типов фигур.



ЕВРОПЕЙСКИЕ
СТАНДАРТЫ
КАЧЕСТВА

Натуральные ткани,
проверенные лекала,
внимание к деталям.



ПОДДЕРЖКА
ПАРТНЕРОВ

Маркетинговые
материалы, обучение
персонала, консультации
и презентации
коллекций.



СТЕНД 15B28



Телефон: 8 800 200-84-57

Сайт: opt.stern.moda

Почта: stern.opt@gmail.com



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ

InterStellar

СТРАНА

Россия

О КОМПАНИИ

InterStellar предлагает не просто упаковку, а мощный инструмент, который поможет бренду одежды и аксессуаров выделиться среди конкурентов и запомниться покупателям.

В современном мире, где упаковка играет ключевую роль, компания создает премиальные чехлы для одежды, которые не только защищают ваши изделия, но и рассказывают уникальную историю бренда заказчика.

О КОЛЛЕКЦИИ

Чехлы от InterStellar – это сочетание качества, стиля и индивидуальности, воплощенное в каждом шве. Компания разрабатывает их по эскизам заказчика, учитывая все его пожелания: от дизайна до размеров.

ПРЕИМУЩЕСТВА СОТРУДНИЧЕСТВА

- Качество: только проверенные материалы без посторонних запахов, идеальные строчки, соответствующие уровню ваших изделий.
- Персонализация: InterStellar наносит логотип и фирменные элементы заказчика, чтобы подчеркнуть уникальность бренда.
- Доверие и опыт: InterStellar сотрудничает с известными российскими и зарубежными брендами.

КОНТАКТЫ

+7(912)7026317

spanbond43@yandex.ru

interstellarkirov.tilda.ws





широкий выбор костюмных тканей • со склада • под заказ

Textētica

оптовая продажа тканей

- более **3** млн. метров ткани в наличии
- поставляем ткани оптом по всей России и Беларуси

наш сайт



МЕХ – ЭТО ПРОФЕССИЯ, ЗНАНИЯ И ОПЫТ ПОКОЛЕНИЙ

Андрей Мельников,
генеральный директор
«МП-Прогресс», главный технолог

Как фабрика из Новосибирска сохраняет опыт мастеров и превращает смелые идеи дизайнеров в реальные изделия



Фабрика «Мета-Сибирь» (Fur Fashion Progress) работает с 1994 года, однако история основанной ее семьи в скорняжном деле началась значительно раньше. Поэтому для компании мех – это не просто направление бизнеса. Это профессия, знания и опыт, которые передавались из поколения в поколение. Сегодня их развивают с помощью современных технологий.

Об экспертизе компании и тенденциях рынка рассказывает **Андрей Мельников, генеральный директор и главный технолог «МП-Прогресс» (фабрики «Мета-Сибирь» и Fur Fashion Progress).**

ЕВРОПА ЗАНОВО ОТКРЫВАЕТ РОССИЙСКИЙ МЕХ

В июле 2026 года Евросоюз вывел из-под санкций шкурки российского соболя. Это важный сигнал для российской меховой отрасли. Соболю – уникальный отечественный ресурс, востребованный мировыми модными домами. Заменить его другим сырьем невозможно. Корректировку мы воспринимаем как возможность для восстановления профессионального

диалога с европейским рынком. Для нас принципиально изменилось само ощущение своей роли. Мы смотрим на международное сотрудничество как на партнерство: нам есть что предложить друг другу. Даже в период серьезных внешних ограничений «Мета-Сибирь» и Fur Fashion Progress не останавливали работу над технологиями выделки, окрасивания и отделки меха. Наоборот, еще больше сосредоточились на собственных разработках и качестве.

КАДРЫ, ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ШКОЛА И ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ

Это один из самых сложных вопросов отрасли. Хорошего технолога по выделке ценной пушнины, красильщика или сортировщика невозможно подготовить за несколько месяцев: теория необходима, но многое понимается только через практику. Выражение «чувствовать мех» точно описывает нашу работу. Две шкурки могут выглядеть похожими, но опытный мастер сразу увидит разницу и поймет, как каждая из них поведет себя на следующем этапе обработки. Такой опыт не перенести в инструкции. На нашей фабрике до сих пор работают специалисты, которые пришли еще в 1990-х. Это



люди огромной ценности, поэтому мы выстраиваем внутреннее обучение и наставничество, чтобы опыт постепенно переходил к молодым сотрудникам. Если не передавать знания, через несколько лет часть компетенций можно потерять, и восстановить их по учебникам будет невозможно.

НОВИНКИ, АССОРТИМЕНТ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

У нас нет ситуации, когда мы один раз сформировали ассортимент и повторяем его из сезона в сезон. Работа идет постоянно. Безусловно, сезонность присутствует, особенно в коллекциях наших заказчиков. Палитры и новые варианты отделки начинают готовиться заранее. Но экспериментальная работа в лаборатории и на производстве практически не прекращается.

Источников идей несколько. Первый – сами дизайнеры. Иногда к нам приходят с конкретной задачей, и мы вместе ищем технологиче-



стр.
45



ТРАДИЦИИ И ТЕХНОЛОГИИ – ЧАСТИ ОДНОГО ДЕЛА

На нашей фабрике традиции и современные технологии идут рука об руку. Мы сохраняем знания, которые передавались десятилетиями, но прекрасно понимаем, что невозможно жить только прошлым. Нужно развивать оборудование, цифровизировать производство, экспериментировать с материалом, работать с молодыми дизайнерами и выходить на международный уровень.

Мы любим свое дело, и нам хотелось бы, чтобы российский мех ассоциировался не только с уникальным сырьем, но и с качеством выделки, технологиями, дизайном и культурой производства. Мне кажется, сегодня у российской меховой отрасли есть все возможности, чтобы именно так себя и позиционировать. 

ский способ ее реализовать. Второй – международный рынок. Мы посещаем выставки, смотрим тенденции в моде. И третье, самое интересное для нас направление – эксперименты. Технологи постоянно пробуют новые сочетания красителей, способы стрижки и отделки, работают с трафаретным и градиентным окрашиванием, различными эффектами поверхности.

Современное оборудование дает большие возможности, но машины ничего не создают сами. За сложным результатом стоит человек – технолог, который понимает материал и знает, какого эффекта хочет добиться. Именно соединение технологии и ремесленного опыта мы считаем сильной стороной нашего производства.



Текст: АРИНА ГЕРАСИМОВА

В работе над материалом принимали участие Александр Косачёв, Евгения Фабричная, Оксана Пиккель, Мария Кулина

НЕВЕРОЯТНЫЙ ЗАРЯД И РЕАЛЬНЫЕ КОНТРАКТЫ

**Почему нельзя пропускать
BEE-TOGETHER.ru**

2–4 июня 2026 года в московском отеле «Radisson Славянская» состоялась 21-я Международная выставка по аутсорсингу для легкой промышленности BEE-TOGETHER.ru, организованная медиахолдингом PROfashion и Русской ассоциацией участников фешен-индустрии (РАФИ).

Новый сезон собрал более 160 экспонентов из России, Кыргызстана, Узбекистана, Беларуси, Туркменистана, Китая, Индии, Турции, Вьетнама и др. стран. В зоне крупносерийного производства заказы принимали 137 компаний, в мелкосерийной 16, в Салоне тканей и комплектующих 9, в Экспозоне свои услуги предлагали три оператора фулфилмента и логистики. Впервые на площадке была представлена категория Lifestyle.

Выставку посетили официальные представители дипломатических и торговых миссий, отраслевых ассоциаций разных стран. Среди почетных гостей были Санджива Бандара, первый секретарь Посольства Республики Шри-Ланка в РФ, Лавлиш Танеджа, заместитель председателя Российско-Азиатского Союза промышленников и предпринимателей, Араксия Григорян, национальный координатор проектов ЮНИДО в Армении, Любарто Сартойо, президент Альянса деловых структур и предпринимателей стран Юго-Восточной Азии (B2BASEAN), доктор Раquel Кумар Сривастава, основатель и председатель Russia-India Trade Centre.

Кроме того, на выставке присутствовали представители АО «Корпорация МСП» (Россия), Центра «Кыргыз Экспорт» при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики и других деловых объединений.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СРЕДА

Российскую легкую промышленность на 21-й выставке представляли 60 компаний, в том числе 14, участие которых стало возможным благодаря помощи государственных организаций АНО «Центр «Мой бизнес» Карачаево-Черкесской Республики», ГАУ КО «Агентство развития бизнеса», ГАУ Владимирской области «Бизнес-инкубатор», Фонда поддержки предпринимательства Пензенской области, АНО «Агентство развития бизнеса Рязанской области», НО «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области», АНО «Центр поддержки предпринимательства Смоленской области».

Особый интерес у посетителей вызвали компании, предлагающие нишевые услуги. Так, **Андрей Стор, представитель экспонента PROCOLORMASTER, креативной лаборатории окрашивания текстиля**, поделился: «Мы участвуем в BEE-TOGETHER.ru уже в девятый раз. И я могу сказать уверенно: это профессиональная выставка, лучшая в своем формате. Здесь встречаются профессионалы, заключаются сделки, каждый разговор – по делу. К каждой выставке мы специально создаем коллекцию новых разработок, показываем, что научились делать за последние полгода. Событие дает нам невероятный заряд и реальные контракты».

Новые участники также высоко оценили эффективность площадки. **Мария Овсянникова, «Айсберг»**, рассказала: «Мы давно знаем BEE-TOGETHER.ru, раньше приезжали как посетители, но в этом сезоне впервые решили участвовать – и не пожалели. Наша компания работает в сегменте мелкооптовых производств: берет заказы от 10 штук, – но может сшить и несколько тысяч. Именно здесь мы нашли свою аудиторию. Уже сейчас у нас порядка двадцати заинтересованных клиентов, с которыми достигнуты предварительные договоренности. BEE-TOGETHER.ru – это отличный старт: ты сразу попадаешь в профессиональную среду, где тебя видят нужные заказчики».

Значимость поддержки, которую оказывают российским экспонентам региональные институты развития, прекрасно видна на примере Карачаево-Черкесской Республики, предприятия которой специализируются на производстве вязаной и кроеной трикотажной продукции.

Директор АНО «Центр «Мой бизнес» Карачаево-Черкесской Республики Диана Хубиева отметила, что сотрудничество с выставкой продолжается с 2019 года и каждый раз приносит впечатляющие результаты: «Легкая промышленность – одна из самых развитых отраслей нашей республики. Участие в BEE-TOGETHER.ru для предпринимателей региона очень актуально. Мы стараемся каждый год привозить новые компании, которые еще не участвовали, чтобы у них была возможность выйти на рынок. Многие из тех,

кто приезжал ранее, до сих пор работают с клиентами, которых нашли здесь два, три, четыре, а то и пять лет назад. Подписывают контракты прямо на выставке. BEE-TOGETHER.ru служит фундаментом и для новичков, и для тех, кто давно в отрасли. Огромное спасибо организаторам, которые на протяжении многих лет помогают нашим предпринимателям».

Среди экспонентов, приехавших при поддержке регионального фонда, была компания Bokka, которая работает на рынке около 15 лет, специализируется на производстве вязаных трикотажных изделий, сотрудничает с крупными сетевыми магазинами.

Амин Джубуев, представитель Bokka, поделился: «В BEE-TOGETHER.ru мы участвуем уже третий год. И результаты нас полностью устраивают: в прошлый раз после выставки мы произвели около 5000 изделий – женские платья и поло. Это очень масштабное событие, приезжает много клиентов – сетевые магазины, бренды, продавцы маркетплейсов, ведутся активные переговоры. В этот раз мы тоже нашли новых заказчиков».

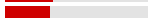
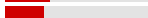
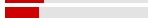
РЫНОК ВОЗМОЖНОСТЕЙ

58 предприятий прибыли на BEE-TOGETHER.ru при поддержке Центра по развитию и продвижению экспорта «Кыргыз Экспорт» при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики. Это крупнейшая иностранная делегация в 21-м се-

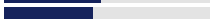
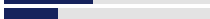
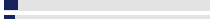
СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ В АУТСОРСИНГЕ

Опрос посетителей и экспонентов 21-й BEE-TOGETHER.RU

Категории продукции, заказы на изготовление которых размещают посетители

	женская одежда	51,2%
	мужская одежда	14%
	верхняя одежда	14%
	кроеный трикотаж	11,6%
	вязаный трикотаж	9,3%
	детская одежда	9,3%
	джинсовая одежда	9,3%
	нижнее белье	7%
	домашняя одежда и текстиль	4,7%
	головные уборы	2,3%
	спортивная одежда	2,3%

Категории продукции, заказы на изготовление которых принимают экспоненты

	женская одежда	74,5%
	мужская одежда	41,2%
	верхняя одежда	33,9%
	детская одежда	32,7%
	кроеный трикотаж	19,4%
	спортивная одежда	18,1%
	вязаный трикотаж	16,9%
	головные уборы	13,3%
	домашняя одежда и текстиль	11,5%
	нижнее белье	5,4%
	джинсовая одежда	4,8%

зоне. Производители Кыргызстана традиционно предлагали услуги по пошиву широкого ассортимента одежды, которые пользуются высоким спросом у российских заказчиков.

Нурсултан Момошов, менеджер Baziko style, специализирующейся на пошиве блузок и рубашек, рассказал: «Мы приезжаем на BEE-TOGETHER.ru уже лет семь. Находим здесь очень много клиентов – и крупных, и мелких селлеров. Наша компания ориентирована на сетевые магазины и маркетплейсы. Российский рынок нам интересен из-за его объема, а также потому, что отсюда можно выходить в Беларусь и другие страны. За первый день мы собрали 15-20 качественных лидов, многие клиенты уже знают наш бренд и приходят сами».

Из Узбекистана на выставку приехали крупные швейные фабрики с масштабными производственными мощностями. **Наргиза Бекмуратова, Artatex**, отметила: «Мы с 2023 года активно участвуем в BEE-TOGETHER.ru. Результат всегда есть. Мы работаем с Россией, Азербайджаном, в этом году начали экспорт в США и планируем в Германию. В этом сезоне к нам приходит больше крупных заказчиков. Если раньше селлеры маркетплейсов заказывали по 500-1000 штук, то теперь они доросли до серьезных объемов. Узбекистан – страна хлопка, у нас больше фабрик, чем у других стран Средней Азии, и возможностей очень много».

ПРОДУКТИВНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

Китайский легпром представляли 50 предприятий, которые не только выполняют услуги аутсорсинга, но и предлагают ткани, комплектующие. **Анна Солдатенко, представитель российско-китайского предприятия Aurora International Trade Company**, рассказала: «Мы подбираем фабрики, организуем логистику под ключ, работаем с любыми запросами. 80-90% наших клиентов – из России. На BEE-TOGETHER.ru к нам пришли наши старые клиенты, мы подписали контракты, а с новыми обменялись контактами и надеемся на продуктивное сотрудничество».

Из Индии на выставку приехали две компании. **Каран Шах, директор по развитию бизнеса Seven Seas Enterprise**, поделился: «Мы работаем с местным рынком уже около 15 лет. Для индийских компаний пока сохраняются логистические сложности по сравнению с Китаем или Кыргызстаном, но ситуация улучшается. Мы участвуем в BEE-TOGETHER.ru второй раз. Наша цель – установить отношения с импортерами, ритейлерами, брендами, которые хотят работать с индийскими производителями. Россия – большой рынок, и мы надеемся развивать наши отношения».

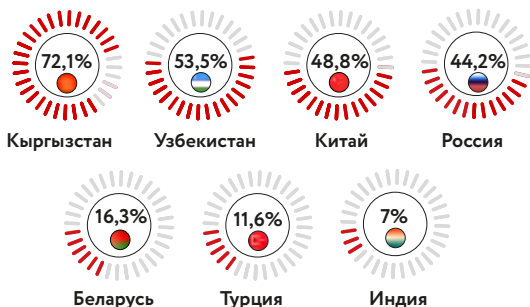
УЮТНАЯ АТМОСФЕРА

В Салоне тканей и комплектующих свою продукцию предлагали 9 экспонентов из Китая, Узбекистана, России и других стран. Они представили широкий выбор текстиля, трикотажа, фурнитуры, утеплителей этикеток и брендинговых решений.

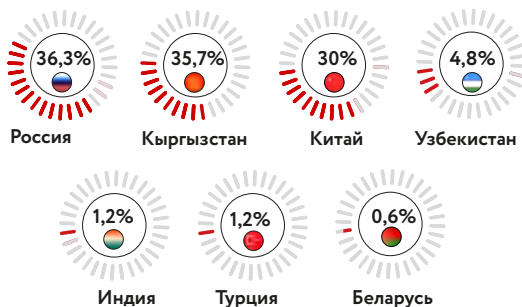
Анжела Жихарева, руководитель отдела продаж компании «Фабрика Мослейбл», отметила изменение запросов клиентов: «Мы участвуем в этой выставке около пяти лет, очень ее любим. Здесь такая уютная атмосфера. Клиент стал подходить с более глубоким выбором – компании пытаются выделиться за счет красивого брендинга. Плюс стало больше молодых дизайнеров с небольшими тиражами. Мы надеемся, что эти клиенты вырастут в крупных поставщиков».

Инна Ландесман, представитель ONICS / OLIMPIAS Group s.r.l., фабрики пряжи которой находятся в Италии, Китае, Монголии, Перу, Болгарии, рассказала: «На российском рынке мы порядка трех лет.

Страны, с предприятиями которых хотят сотрудничать посетители



География экспонентов 21-й BEE-TOGETHER.RU



Первый год был непростым, но сейчас нас знают и любят. В BEE-TOGETHER.ru участвуем впервые. За первый день получили достаточно большое количество новых контактов — есть и те, кто только начинает свой путь в трикотаже, и те, с кем мы уже сотрудничаем».

МОНИТОРИНГ ОТРАСЛИ

Опрос, проведенный PROfashion среди экспонентов и посетителей 21-го выпуска, подтвердил высокую эффективность выставки. 95,3% заказчиков отметили, что BEE-TOGETHER.ru помогает им в поиске надежных подрядчиков для пошива, а 92,3% экспонентов — в поиске заказчиков. 84,6% производителей заключили на выставке прямые контракты, 80,8% расширили клиентскую базу.

Спрос и предложение оказались адекватными друг другу. Так, заказчики искали подрядчиков на женскую (51,2%), мужскую (14%) и верхнюю одежду (14%), а производители предлагали производство именно этих категорий (74,5%, 41,2% и 33,9% соответственно).

Наиболее востребованными странами-партнерами для посетителей стали Кыргызстан (72,1%), Узбекистан (53,5%) и Китай (48,8%). География экспонентов отчасти отвечает этим запросам.

Что касается тиражей, то и здесь наблюдается здоровый баланс: 48,8% посетителей размещали заказы от 100 до 1000 единиц на цветоделитель, и 71,5% экспонентов готовы принимать такие партии. Аналогичная ситуация в ценовых запросах: большинство посетителей работают в среднем (67,4%) и среднем плюс (41,9%), а подрядчики в основном принимают заказы в сегментах средний плюс (84,6%) и средний (65,4%).

За три дня событие посетили более 3000 специалистов отрасли, включая представителей ведущих ритейлеров и брендов Bask, Gate 31, Monochrome, Simaland, Lady & Gentleman CITY, «Стокманн», FES Retail, Baon, Auchan, «Лента», «Золотая Корона», «Почта России» и других.

Иван Бондарев, владелец бренда мужской и женской одежды HoldMyHand, поделился: «Я был на выставке в прошлый раз и закрыл свою задачу — нашел несколько фабрик в Кыргызстане, начал с ними работать. В этот раз фокус был на общении с другими предпринимателями, чтобы узнать, как они продвигаются на маркетплейсах, посмотреть новые модели. Выставка каждый раз дает что-то новое: здесь можно не только найти партнеров, но также изучить состояние рынка. Именно такое предметное общение помогает каждому двигаться вперед. Контактных очень много — не только с фабриками, но и с коллегами по цеху. Обмен опытом — это то, ради чего тоже стоит приезжать».

Президент РАФИ, соорганизатора выставки, Татьяна Белькевич особо отметила: «BEE-TOGETHER.ru остается важной точкой сборки рынка. Здесь заказчики получают не просто список надежных контактов, а возможность за короткое время сравнить десятки производств, обсудить условия напрямую и выбрать партнеров, способных работать быстро, прозрачно и в нужных объемах. В нынешних условиях это экономит не только деньги, но и месяцы поиска, уберегая от фатальных ошибок».

Следующий сезон BEE-TOGETHER.ru состоится 17–19 ноября 2026 года в традиционной локации — московском отеле «Radisson Славянская». Одновременно, в этой же локации, РАФИ впервые, по просьбам участников рынка, проведет Международную выставку по контрактному производству в сегменте товаров для дома и образа жизни. 



Задачи, которые BEE-TOGETHER.ru помогает решать заказчикам

поиск надежных подрядчиков для пошива	95,3%
поиск надежных поставщиков тканей, фурнитуры	18,6%
изучение рынка, новых технологий	11,6%
поиск идей, трендов, вдохновения	11,6%
заказ готовой коллекции	7%
установление контактов с коллегами	4,7%
мониторинг цен	2,3%

Задачи, которые BEE-TOGETHER.ru помогает решать экспонентам

поиск надежных заказчиков	92,3%
заключение контрактов	84,6%
расширение базы клиентов	80,8%
изучение рынка, трендов, запросов	53,8%
установление контактов с коллегами	30,8%
укрепление имиджа компании	11,5%

КОНЕЦ ЭПОХИ ИНФОЦЫГАНСТВА

Текст: АЛЕКСАНДР КОСАЧЁВ

**Спикеры BEE-FASHION FORUM объяснили,
как вытащить бизнес из ямы**



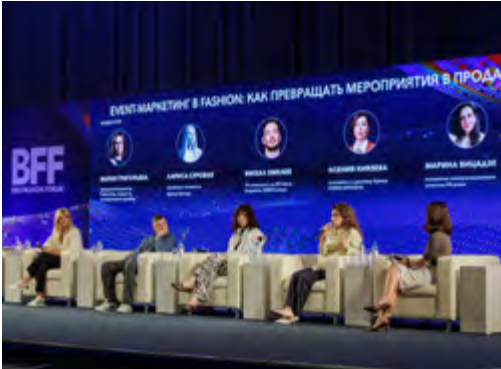
КОНКРЕТНЫЕ ОТВЕТЫ

Более 500 специалистов fashion-индустрии собрались 3-4 июня в московском отеле «Radisson Славянская» на деловой BEE-FASHION FORUM. Мероприятие стало платформой для поиска практических антикризисных инструментов в условиях падающего рынка и рационализации потребительского поведения.

В 2026 году медиахолдинг PROfashion расширил формат форума с одного до двух дней, так как высокая волатильность модной индустрии, сокращение тренд-циклов и одновременно выросшие сроки операционных процессов требуют более глубокого анализа и широкого набора инструментов для выживания.

«Все, кто был на BEE-FASHION FORUM, знают, здесь нет места общим фразам. Только твердые цифры, разбор реальных кейсов и стратегий, которые приносят деньги», — подчеркнула **генеральный директор PROfashion Олеся Орлова**.

«Каждый год перед формированием программы я разговариваю с десятками участников рынка — и собираю темы, которые реально “болят”, — объяснила логику повестки **руководитель бизнес-программ PROfashion Наталья Миронова**. — В 2026 году все задаются вопросом: где маржа? Вокруг этого мы строили программу. Не “тренды”, не “вдохновение”, а конкретные ответы на конкретные вопросы бизнеса».



В течение двух дней состоялись 8 сессий с участием пяти десятков спикеров-практиков из ведущих компаний индустрии. Главной темой дискуссий первого дня стала прибыль в модном бизнесе, второго – спрос и продажи.

РАЦИОНАЛЬНЫЙ ПЛАН

Открыла форум дискуссия «Где деньги в fashion?», которая обозначила острую проблему модной розницы: покупатель стал исключительно рациональным и более не совершает импульсивных покупок. Отсюда и миграция клиентов из традиционной розницы в онлайн-каналы.

«Ритейлеры сами провоцируют переток покупателей в онлайн-канал, из-за очевидной диспропорции в магазине и в сети, – подчеркнула **Евгения Винокурова, старший аналитик «РБК Исследования рынков»**. – 70% потребителей сейчас выбирают по цене – их стало на 3% больше по сравнению с 2025 годом. А число спонтанных покупок, наоборот, сократилось на 3%».

«Для потребителя просто красивое изделие уже неинтересно. Ему важно, какую ценность он приобретает. Как и в каких жизненных ситуациях он может эту одежду рационально использовать. Модель, когда платье купили “к случаю”, больше не работает», – отметила **Оксана Халина, коммерческий директор Lady & Gentleman City**.

«Эмоции и инструменты коммуникации сейчас уже должны быть заложены в продукт. Те, кто строит маркетинг через доказательство ценности продукта, добиваются синергии рациональной оценки стоимости потребителем и эмоционального эффекта. Текущая ситуация – это конец эпохи инфоцыганства в моде», – высказался **Андрей Бурматиков, эксперт и бизнес-куратор в fashion-индустрии**.

Тему продолжил трек «Ecommerce fashion-бренда», посвященный актуальным метрикам прибыли в электронной торговле и факторам, снижающим эту самую прибыль.

«Возвраты и невыкупы убивают прибыль на маркетплейсах. За них платит продавец. Первое решение – это большие бирки, с которыми невозможно носить товар. Второе – сократить количество размеров. Так можно снизить число невыкупов на 15-20%», – дал совет **Александр Пономарев, сооснователь компании «Топмаркетплейс»**.

«Единая розничная цена – ключ для получения прибыли на маркетплейсах. Площадки давят дисконтами, увеличивают скидку постоянного покупателя, вводят соинвестирование – все, чтобы цена падала. А мы держим единую ценовую политику», – поделился **Ян Григорьев, сооснователь бренда Tezido**. – Если увеличили скидку постоянного покупателя, мы на тот же процент поднимаем цену. И через какое-то время наш маркетплейс увеличивает соинвестирование. Поэтому 65% от общего оборота нам обеспечивают маркетплейсы с соответствующей прибылью».

«Когда потребитель не выкупает товар, больно не только продавцу. Для маркетплейса это затраты на ручную сборку, транспортировку, брак при перевозке», – отметила **Вера Левина, директор по управлению категориями «Одежда» и «Спорт» Lamoda**. – Поэтому наша задача – подвести покупателя к осознанной покупке».

Участники сессии «Операционные процессы в fashion» подтвердили, что при росте рационального потребления со стороны покупателей производителю одежды и бренду нужен не менее

рациональный план. Реальный цикл разработки коллекции не может быть короче 9 месяцев, и на него с самого начала должна быть наложена стратегия маркетинга. «Многие бренды жалуются: какие продажи при такой погоде? Лето еще не наступило толком, а в fashion-цикле уже почти время сезонной распродажи. Но погода — это последняя причина отсутствия продаж. Если компания готова к сезону, нужна погода все равно наступит», — заявила **Мария Гурвич**, директор по продукту IDOL (Melon Fashion Group).



ЛИЧНОСТИ В СОЦСЕТЯХ

Участники трека «Контент fashion-бренда» попытались объяснить, как превращать внимание в выручку. На протяжении многих лет в fashion-индустрии в контенте первую скрипку играл визуал, но в 2026–2027 годах одна только идеальная картинка уже не даст нужного коммерческого эффекта. «Fashion-бренды в соцсетях сейчас должны восприниматься как личности. Со своим мнением, своей айдентикой», — сказал **Константин Марк**, медиастилист, fashion-инфлюенсер. — И нельзя допустить копирования, иначе все сливается в одну картинку. Контент должен в первую очередь продавать эмоцию»

«Если бы меня спросили три года назад, главным в контенте я бы назвала визуал, — поддержала **Светлана Коновалова**, сооснователь бренда 4FORMS. — Но сейчас визуал можно за одну минуту скопировать с помощью ИИ. Сам продукт легко воспроизвести за две-три недели. Поэтому контент-стратегию должны определять смыслы и ценности».

«У брендов уже есть негативный опыт, когда все использовали Instagram*, но его закрыли, — напомнила **Ольга Штейнберг**, эксперт по контенту и PR, соиздатель и главный редактор Fashion Buzz. — И тем, кто принимает решения о блокировках, нет дела до бизнеса. Поэтому нельзя сосредотачивать свою контент-стратегию только в одном канале».

Спикеры сессии «Инфлюенсеры в fashion» разбирали, стоит ли платить знаменитостям и блогерам за продвижение бренда, и если да, — то как оценивать вклад медийной персоны в имидж торговой марки.

«Мы последнее время не получаем результата от инфлюенсеров. Но проблема не только в них, но и в отсутствии интернета, — поделился **Дмитрий Боджгуа**, основатель Sodamoda Fashion Platform. — Поэтому мы перешли к коллаборациям с ресторанами, клубами, клиниками. У них гораздо меньше подписчиков, но это аудитория, которая тратит деньги».

«Интеграции с инфлюенсерами работают, и проблема брендов в том, что они не умеют выбирать инфлюенсера, — возразил **Олег Борха**, fashion-инфлюенсер, стилист, эксперт по работе с визуальной матрицей. — Они ориентируются на опыт друг друга, а не на релевантность аудиторий».

«Сейчас эра маленьких блогеров. Это молодые люди и девушки, которые развивают и продвигают свой стиль. У них может быть менее 5000 подписчиков, но при этом сумасшедшие охваты», — заметил **Никита Карстен**, стилист, инфлюенсер, основатель бренда Karsten House.

Трек «Event-маркетинг в fashion» касался способов перенести коммуникацию бренда с аудиторией из медийного пространства в реальное. Эксперты отметили, что после эпидемии COVID-19 формат живых встреч стал необычайно актуален.

«Все наши мероприятия у нас проходят внутри бренда с теплой аудиторией, — поделилась **Ксения**

Князева, основатель и дизайнер бренда Ksenia Knyazeva. – Этот формат очень помог заработать в 2022-2024 годах, и в 2026-м он нас вытягивает из общей экономической ямы».

«Способ взаимодействия с локальной аудиторией – давать свои площадки для встреч бизнес-клубов, нетворкинг-сессий среди интересной бренду аудитории», – посоветовал **Михаил Хмелев, PR-специалист, ранее работал в брендах Ulyana Sergeenko, EDEM Couture.**

Финальная дискуссия форума «Роль личного бренда в развитии fashion-бренда» касалась не только вопросов позиционирования бизнеса через лидера, но и проблем психологического комфорта, когда собственное имя и название компании становятся одним целым.

«Я отделяю свой личный бренд и бренд одежды, потому что мое включение состоит в демонстрации производственной стороны и части внутренней кухни, – рассказала **Лиза Чайка, сооснователь бренда Chaika.** – Я развиваюсь как самостоятельный эксперт, не отождествляя себя с брендом. Основателю надо понимать, сможет ли он отделить себя от своего бизнеса, не “поглощает” ли его бренд, который он создал».

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ АДАПТАЦИИ

В течение всего форума для участников работал Telegram-бот, через который можно было отправлять вопросы спикерам прямо во время сессий. Эксперты сразу давали ответы: такой формат позволил поддерживать диалог с аудиторией и затрагивать реально болезненные вопросы, которые дискуссия могла обойти стороной.

BEE-FASHION FORUM предоставил участникам уникальную возможность сразу перейти от теории к практике: форум проводился на площадке 21-й выставки контрактного производства одежды BEE-TOGETHER.ru.

Главный итог двух дней – участники получили конкретные цифры, инсайды и рабочие решения.

При этом форум не пытался дать универсальные ответы, но предложил инструменты, которые бренды могут адаптировать под себя: от ценовой политики на маркетплейсах до принципов отбора инфлюенсеров и амбассадоров.

Организаторы подтвердили: рынок перешел от эпохи инфоцыганства к жесткой прагматике.

Бренды, которые строят маркетинг через доказательство ценности продукта, контролируют юнит-экономику и диверсифицируют каналы коммуникации, сохраняют маржу даже при падении спроса.

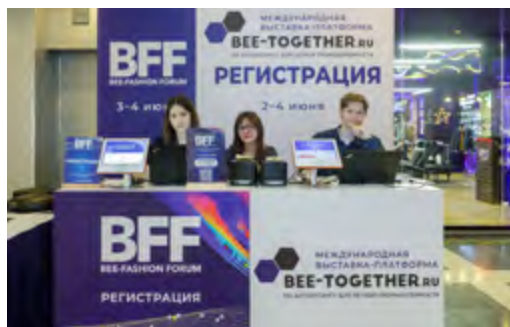
С новыми открытиями BEE-FASHION FORUM вернется 18-19 ноября 2026 года. 



* Instagram принадлежит Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ.

НА ОРБИТЕ ПАРТНЕРСТВА

Бизнес-миссии, выставки, конференции – избранные активности Русской ассоциации участников фешен-индустрии (РАФИ) и медиахолдинга PROfashion в первом полугодии 2026-го



IFCO

В первой половине 2026 года РАФИ организовала более 10 бизнес-туров и международных b2b-встреч в России и за рубежом. В них приняли участие свыше 300 представителей российских фешен-компаний. Сезон деловых туров открылся поездкой на девятую международную выставку моды, одежды и текстиля Istanbul Fashion Connection (IFCO, 4–7 февраля, Стамбул, Турция). Делегация РАФИ объединила 28 специалистов из 19 компаний, представлявших Россию, Кыргызстан и Германию. В среднем каждый участник провел не менее десяти предметных переговоров на стендах производителей, и многим удалось заключить выгодные соглашения о сотрудничестве.

TEXHIBITION ISTANBUL

В бизнес-туре РАФИ на международную выставку тканей и текстильных инноваций Texhibition Istanbul (4–6 марта, Стамбул, Турция) участвовали 30 специалистов из 20 компаний из России, Кыргызстана и Беларуси. Они смогли познакомиться с предложениями более 500 экспонентов, в том числе работающих с ведущими мировыми брендами Hugo Boss, Puma, Michael Kors, Alexander Wang и десятками других.

CAF

9–11 марта более 30 компаний из 9 регионов России под эгидой РАФИ приняли участие в 37-й международной выставке моды Central Asia Fashion (CAF) в Алматы (Казахстан). Российские байеры ознакомились с ассортиментом от поставщиков из Турции, Китая, Казахстана, стран Европы, Центральной Азии и провели прямые переговоры с ними.

Медиахолдинг PROfashion в третий раз организовал на CAF деловую программу – конференцию из 5 экспертных сессий с участием 32 спикеров. Эксперты обсуждали финансовую устойчивость ритейла, вызовы электронной торговли, вопросы маркетинга с высокой конверсией и подводные камни при внедрении в бизнес ИИ-технологий.

INTERTEXTILE SHANGHAI APPAREL FABRICS

11–13 марта делегация РАФИ посетила текстильную выставку Intertextile Shanghai Apparel Fabrics в Шанхае (Китай). 39 представителей 26 российских компаний изучили предложение экспонентов в семи национальных павильонах и восьми специализированных зонах – от инновационных материалов в Functional Lab до пространства устойчивой моды Econogy Hub. Кроме того, по приглашению администрации текстильного кластера Кэцяо и Shaoxing Keqiao Textile City Overseas Market Promotion Association делегация РАФИ посетила China Textile City, крупнейший текстильный хаб восточного Китая. После серии B2B-переговоров с местными производителями участники побывали на рынке тканей и в шоурумах, где смогли изучить ассортимент местных фабрик и просчитать себестоимость заказов.



BEE FASHION & TEXTILE FORUM

Совместно с Евразийским Бизнес Клубом и «Центром развития текстиля», при поддержке Центра «Кыргыз Экспорт» и Министерства экономики и Министерства иностранных дел Кыргызской Республики РАФИ приняла участие в организации BEE FASHION & TEXTILE FORUM, который состоялся 7 апреля в Бишкеке. Центральной темой мероприятия, собравшего более 250 участников, стала «Перезагрузка». Эксперты обсудили меры господдержки, тонкости контрактного производства, финансовые инструменты для экспортеров. Сессия с участием представителей Baon, lady & gentleman CITY и агентства SourcingHub дала российским компаниям конкретные бизнес-ориентеры, как правильно выбрать партнера в КР и построить долгосрочное сотрудничество.

«BEE-TOGETHER КЫРГЫЗСТАН»

8–9 апреля в Бишкеке состоялась 3-я Международная выставка по аутсорсингу «BEE-TOGETHER Кыргызстан», организованная при участии РАФИ. 85 производственных и 10 сервисных компаний республики представили услуги по пошиву одежды, поставкам и сопровождению бизнеса. Выставку посетили свыше 400 специалистов из стран СНГ. Ядром аудитории стала делегация РАФИ, в которую вошли представители 150 российских компаний и брендов.

ЗАКРЫТЫЕ ВСТРЕЧИ

В апреле прошла серия байерских встреч с представителями легкой промышленности Турции. 15 апреля РАФИ организовала в Москве переговоры между двумя десятками турецких фабрик одежды и закупщиками 36 брендов и ритейлеров. 21 и 22 апреля 50 швейных производств и брендов, включая Bosco, Finn Flare, Ostin, Franco Vello, встретились с турецкими производителями и поставщиками тканей. А 24 июня деловые коммуникации переместились в Минск: на встречу с фабриками турецкого текстильного рынка в столицу Беларуси приехали 30 компаний из стран СНГ. В конце мая под эгидой РАФИ в Москве была организована закрытая B2B-сессия для делегации китайских фабрик – членов China National Textile and Apparel Council (CNTAC) и представителей ведущих текстильных рынков КНР. С российской стороны во встрече участвовала команда крупного ритейлера FES Retail. Формат прямых переговоров позволил за несколько часов предметно обсудить качество образцов, минимальные партии, логистику и цены, полностью исключив посредническое звено.

INTERTEXTILE SHENZHEN APPAREL FABRICS, STYLE GUANGZHOU

9–11 июня делегация РАФИ в составе 22 представителей 13 российских брендов посетила международную текстильную выставку Intertextile Shenzhen Apparel Fabrics, которая прошла в Шэньчжэне (Китай) совместно с Yarn Expo (волокна и пряжа) и PH Value (трикотаж). Для байеров этот тур стал экспресс-погружением в азиатскую текстильную повестку: площадка предложила участникам исключительно плотную и актуальную программу. Особое внимание привлекла зона Innovation Studio, где современное высокотехнологичное прочтение получили традиционные материалы вроде технической конопля. За три дня делегаты вышли на прямой контакт с поставщиками спортивных тканей, кашемира и передовой фурнитуры.

После выставки в Шэньчжэне часть делегации переместилась в Гуанчжоу, где уже в составе новой группы приняла участие в Style Guangzhou (10–12 июня). Выставка объединила пять направлений: готовую одежду, аксессуары, сумки и обувь, очки и часы, товары для интерьера. В сопровождении РАФИ 26 байеров из 16 российских компаний получили полную картину китайского рынка готовой продукции.

BHARAT TEX

14–17 июля делегация РАФИ посетила текстильную выставку Bharat Tex в Нью-Дели (Индия). Делегация получила возможность встретиться с более чем 1600 индийскими производителями. Интерес у представителей российских брендов вызвали хлопковые и джинсовые ткани, трикотаж, технический текстиль и продукция из химических волокон. Участники бизнес-тура заключили соглашения прямо на выставке и договорились о тестовых партиях, в том числе в малых тиражах от 150 единиц на цвет.

ДЕЛОВЫЕ СОБЫТИЯ

Кроме того, эксперты Ассоциации выступили организаторами, модераторами и спикерами на полутора десятках крупных отраслевых форумов и конференций, провели серию собственных бизнес-завтраков и вебинаров. Среди них: Russian Fashion Retail Forum (RFRF, 17–20 февраля) в рамках выставки CPM – Collection Première Moscow, Обувной технологической конференции (13 февраля, Москва), «Инлеглаш» (16–19 марта, Москва), IV Российский форум индустрии дизайна (14–16 апреля, Москва), II Всероссийский форум производителей одежды (24–25 апреля, Ульяновск), форум «Дни ритейла на Неве» (28–29 апреля, Санкт-Петербург), стратегическая форсайт-сессия, организованная Министерством промышленности и торговли РФ и Агентством по технологическому развитию для разработки проекта «Стратегии развития легкой промышленности до 2036 года» (26 мая, Истра, Московская область), Петербургский международный экономический форум (3–6 июня), «Неделя российского ритейла» (22–25 июня, Москва), VII фестиваль-форум «Российская креативная неделя» (17–18 июля, Москва), бизнес-конференция 38-й CAF (27–29 июля, Алматы).

Еще один крупный проект, реализуемый при участии РАФИ и PROfashion, – четырехдневный офлайн-интенсив «Коммерческий креатив в моде». Программа разработана Центром креативных индустрий Философского факультета МГУ, ее автор – Андрей Бурматиков, эксперт с 30-летним опытом в стратегическом маркетинге моды. Образовательный проект стартует в конце августа и нацелен на преодоление системного разрыва между сильным творческим продуктом и его маржинальностью.

Также в первом полугодии 2026-го РАФИ провела десятки бизнес-завтраков и вебинаров, сосредоточенных на прикладных и остроактуальных темах: от логистики и маркировки до работы со стилистами и электронной коммерции.

ПАРТНЕРСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ

РАФИ системно выстраивает кооперацию внутри модной индустрии, поддерживая инициативы, направленные на укрепление рынка и расширение международных связей. В первой половине года РАФИ провела рабочие встречи с делегацией Посольства Монголии в РФ, с генеральным секретарем Совета по продвижению экспорта одежды Индии (Apparel Export Promotion Council, AEPC) Митилешваром Тхакуром, подписала соглашение о сотрудничестве между ЦРПТ (оператор системы «Честный знак») и платформой BEE-online.ru (созданный РАФИ цифровой сервис по аутсорсингу в легпроме), меморандум о сотрудничестве с Центром по развитию и продвижению экспорта «Кыргыз Экспорт» при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики и др. 

ПОЕЗДКИ НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ВЫСТАВКИ ЗА СЧЕТ ОРГАНИЗАТОРОВ

Выставка тканей,
сырья и оборудования
Колombo, Шри-Ланка



DIKA KNIT 
since 2005

ГОЛОВНЫЕ УБОРЫ И ВЕРХНИЙ ТРИКОТАЖ

- Крупнейший российский производитель головных уборов и верхнего трикотажа.
- Новейшее японское и немецкое оборудование.
- Прямые поставки сырья из Турции, Китая и Индии.
- Лучшие дизайнерские решения.
- Изделия бренда дарят покупателям тепло, уют и самые приятные ощущения.
- Это не просто производство – это мечта длиною в 20 лет, которая воплотилась в реальность.

8 961 47 00 777
email: dika-knit@bk.ru