

## ОРУЖИЕ НЕ К БОЮ

Если на стене висит ружье, то оно обязательно выстрелит... Крылатая фраза Антона Павловича Чехова про театр звучит неоднозначно в случае с нашей темой – сувенирное оружие. В действительности такие предметы, конечно, предназначены не для стрельбы или убийства, охоты, самообороны. Они «висят на стене» для престижа и радуют глаз одним своим видом. Впрочем, оно – ружье – будучи эксклюзивным подарком, непременно выстрелит! В переносном смысле. Какими качествами должно обладать сувенирное оружие и что именно придает многотысячную, а иногда и миллионную стоимость этой продукции, мы решили выяснить с экспертами сегмента.

Интересно, что докопаться до истоков самой традиции дарения оружия не представляется возможным. Похоже, такой дар ценился с незапамятных времен. Так, к примеру, в древнерусских летописях упоминается эпизод с византийцами: они преподнесли князю Святославу золото и драгоценные камни, но не получив ожидаемой благосклонности, вручили князю оружие, после чего сразу же были приняты теплейшим образом. Но копаясь глубже и встречаем упоминание обычая приносить в дар оружие и военные трофеи в истории Древнего Рима с датами V века до н.э.

И похоже, с тех времен ценность подарка в виде оружия не упала. Конечно, сегодня это не военные трофеи, и не только дары в кругах сильных мира сего. Сувенирное оружие преподносят и на уровне первых лиц государств, и в формате корпоративных подарков, и на частных торжествах. Цель одна – произвести впечатление и подарить адресату элемент престижа. Именно ради этого мастера всего мира стараются придать красоту и величие такой, казалось бы, неприятной (с точки зрения прямого назначения) вещи, как оружие, будь то ружье, меч, кинжал или даже арбалет.

В настоящее время выпуском сувенирного оружия занимаются как оружейные заводы («Ижмаш», ТОЗ), так и небольшие фабрики, мастерские. Часть из них специализируется исключительно на небоевом оружии, а именно на копиях, муляжах, репликах исторического или современного оружия в их художественной интерпретации. Кроме того, есть производства, поставившие на поток создание сувенирных вариантов оружия. Большая часть из них расположена в странах Азии и поставляют на мировой рынок массовый дешевый товар, доступный широкому кругу потребителей. Такие изделия мало чем отличаются от штампованных статуэток и шкатулок, не



ЗОЛОТЫЕ ПРОМЫСЛЫ УРАЛА (ЗЛАТОУСТ)  
WWW.VIP-ZLAT.RU

представляя ни малейшей культурной ценности. Напротив, продукция ручной работы искусных мастеров-оружейников и гравировщиков со временем может стать больше, чем просто частным подарком, – официально признанным достоянием национального масштаба.

### АССОРТИМЕНТ

По оценкам GIFT Review, около 2/3 рынка сувенирного оружия приходится на копии, реплики и декорированные вариации холодного оружия. Это самурайские мечи, кинжалы, ножи, сабли, шашки, шпаги, арбалеты, топоры, секиры, томагавки, казачьи шашки и пр. В этой сфере одним из заметных производителей является ООО ПП «Кизляр», где создают сувенирное холодное оружие на «кавказскую» тематику и не только – как в тиражном формате, так и в единичных авторских экземплярах. Продукция с маркировкой «Кизляр» поставляется не только на российский рынок, но и экспортируется в Великобританию, Германию, США, Тайвань и другие страны мира. Заметными игроками этой ниши являются и оружейные производства, исторически расположенные в г. Златоуст, где веками развиваются традиции гравюры по металлу и создание декорированного оружия. Также популярны модели сувенирного холодного оружия таких зарубежных производителей, как Armas del Mundo (Китай), Ryuichi Swords (Япония), Art Gladius (Испания).

Кроме того, в ассортименте подарочных салонов и специализированных ритейлеров – сувенирные пистолеты, револьверы, винтовки, ружья, карабины, стилизованные автоматы (например, «Автомат гангстера») и даже копии пушек (в основном, конечно, в миниатюрных размерах). В случае с полноразмерными копиями огнестрельного оружия речь, как правило, идет о бутафории, т.е. не способном стрелять орудии. Например, широко представленный у нас на рынке испанский производи-

**ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ КОНКРЕТНОГО ИЗДЕЛИЯ К ХОЛОДНОМУ ОРУЖИЮ РЕШАЕТСЯ ЭКСПЕРТНО-КРИМИНАЛИСТИЧЕСКИМ ЦЕНТРОМ МВД РФ ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ СООТВЕТСТВУЮЩИХ ИССЛЕДОВАНИЙ.**

**ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ СЕРТИФИКАЦИИ КОНСТРУКТИВНО СХОДНОГО  
С ОРУЖИЕМ ИЗДЕЛИЯ ТРЕБУЕТСЯ ПОДАТЬ ЗАЯВКУ В ОРГАН ПО СЕРТИФИКАЦИИ,  
ОФИЦИАЛЬНО АККРЕДИТОВАННЫЙ В СИСТЕМЕ ГОССТАНДАРТА РФ.**

тель Denix предлагает большой выбор огнестрельного оружия в бутафорском варианте, визуальное оно абсолютно идентичное боевому прототипу. Стоимость таких декоративных пистолетов, автоматов и ружей в среднем 6-9 тысяч рублей в розницу.

Среди сувенирного оружия массового производства наиболее востребованными являются модели а) хорошо узнаваемые (явная принадлежность к эпохе, ассоциация с историческими фильмами, современные модели оружия) и б) красиво украшенные/оформленные/презентованные (в подарочной упаковке, на декоративных подставках и панно, с дополнительными элементами типа встроенного футляра для стопки или нагрудного жетона шерифа). «Наиболее популярными у наших покупателей являются модели оружия, активно применявшегося относительно недавно – во времена Первой и Второй мировых войн, – говорит **Михаил Черниговский, коммерческий директор**

**ООО «Мир Подарков».** – В последнее время возросло внимание к Отечественной войне 1812 г. сыграло на увеличение интереса покупателей к моделям оружия той эпохи. Конкретно на выбор той или иной модели влияют сложившиеся, в основном под влиянием синемаатографа, стереотипы, иногда ошибочные. Так, наш покупатель под немецким «шмайссером» знает автомат МР-40 и охотнее покупает именно эту модель, тогда как реальный «шмайссер» – автомат МР-41 – пользуется меньшим спросом».

Интересно, что опрошенные GR участники сегмента отмечают стабильный интерес покупателя именно к отечественным образцам оружия. «Хорошим спросом пользуется шашка казачья рядовая, – комментирует **Николай Долбин, руководитель компании «Оригинал».** – Это оружие достаточно долго состояло на вооружении российских, а позднее и советских войск. Впервые на вооружение всех кавалерийских войск шашка была принята в 1881 году. И оставалась на вооружении вплоть до 1949 года. Шашка в войсках используется до сих пор, но только на военных парадах. Очень эффектно используется она и при разводах караулов кремлевского полка. Это поистине интересное и запоминающееся зрелище».

Стоит добавить, что к ассортименту сувенирного оружия прилагается целый список сопутствующих позиций, таких как:

- футляры для хранения, выполненные в коже и с внутренней отделкой дорогими тканями;
- подставки для ножей, сабель, клинков, шпаг;
- настенные крепления и панно;
- соответствующие историческому периоду оружия доспехи, шлемы, сумки и даже костюмы;
- щиты и целые композиции сувенирных трофеев.

### ЭКСКЛЮЗИВ

Самое очевидное отличие сувенирного оружия от боевого, конечно, во внешнем виде. Нюанс с функциональными различиями мы рассмотрим чуть ниже. Декорированное, бутафорское оружие, копии и реплики производятся для красоты, поэтому эстетичность всех деталей оружия прежде всего. Мастера применяют традиционные и высокотехнологичные способы гравировки,ковки, литья, заточки, резьбы и пр. Так, меч «Княжий» из ассортимента

Творческого объединения «СТАТУС» изготовлен по прототипу русского меча IX-XI вв. При его создании используются следующие техники: ковка, литье, выколотка, рисовка лаком, гравировка иглой, травление, гравировка резцом, никелирование, золочение, чеканка, художественная обработка дерева,



вожжение, литье, ювелирные работы.

Элементы сувенирного оружия часто изготавливаются из ценных пород дерева, дорогостоящей кожи, высококачественных, а также драгоценных металлов. Нередко в декоре используются драгоценные и полудрагоценные камни. К примеру, реплика сабли Тамерлана «Зульфаткар» в исполнении мастеров компании «Золотые промыслы Урала» (г. Златоуст) создана с использованием дамасской стали. «В богатейшей и очень тонкой, искусной отделке ножен и рукояти использовано около 300 драгоценных и ювелирных камней, – описывает эту саблю **Андрей Богданчиков, руководитель отдела маркетинга компании «Золотые промыслы Урала».** – Это изумруды, рубины, бриллианты, гранаты, аметисты, сапфиры, кабалоны уральского малахита».

Помимо эксклюзивного декора высоко ценится точность копии, если речь идет о знаковом в историческом плане экземпляре. «За основу наших клинков мы в основном берем исторические прототипы клинков, стоявших на вооружении русской армии и флота, а также традици-

онные азиатские национальные клинки, – рассказывает **Алена Плотникова, директор московского представительства фабрики «Оружейникъ» Златоуст (ООО «Арт-Грани»)**. – Поэтому наша эстетика опирается не столько на внешнюю красоту, сколько на дух, традиции и боевую славу предков». Так, сабля гусарская «Взятие Измаила» от этого производителя создана на базе гусарской французской сабли образца 1790 года. Копирование иностранных образцов было характерно для России XVIII-XIX веков. Подобные образцы стояли на вооружении регулярных гусарских полков до 1917 года. Характерный «блохеровский» эфес под прямым углом, переходящий в крестовину, не давал сабле заваливаться в сторону при нанесении удара. «Холодное сувенирное оружие должно быть максимально приближено к старинным прототипам, – уверен **Николай Долбин, руководитель компании «Оригинал»**. – Иностранные модели сувенирного оружия очень далеки от «исходников». В сохранении традиций исполнения можно позавидовать японским мастерам».

### ЦЕННИК

В этом сегменте разброс розничных цен как нигде масштабен. От нескольких сотен рублей до нескольких миллионов. На рынке присутствуют, как мы уже отмечали, как производители массового товара, так и создатели абсолютного эксклюзива. Именно поэтому цена на одну и ту же категорию продукции может отличаться в тысячи раз. **Андрей Шаньеров (Творческое объединение «СТАТУС»)** разделил сувенирное оружие по стоимости на следующие ценовые группы: до 10000р. (недорогие сувениры), от 10000 до 90000р. (подарки среднего ценового диапазона), от 90000р. до 600000р. (дорогое оружие) и от 600000р. (дорогие произведения оружейного искусства). «Цена сувенирного оружия зависит от многого: стоимости драгоценных металлов покрытия, ювелирных камней, авторского коэффициента в работе, уровня сложности исполнения, эксклюзивности, поясняет **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**. – Все зависит от финансовых возможностей покупателя, его видения, вкуса».

В случае с дорогими экземплярами большую часть стоимости составляет труд мастеров. «Главное – это кропотливый ручной труд художников, дизайнеров, мастеров-оружейников, – уверена **Алена Плотникова (фабрика «Оружейникъ» Златоуст, ООО «Арт-Грани»)**.

– Сложно измерить рублями такой показатель, как уникальность оружия, но за удовольствие иметь индивидуальную, неповторимую вещь люди готовы платить больше. В Средние века люди верили, что у клинка имеется собственная душа. В продукте конвейерного производства душу разглядеть сложно, а в клинке вышедшем из-под руки мастера, вручную гравировавшего каждый завиток орнамента, стоит увидеть индивидуальность, схожую с человеческой личностью».

Можно сказать, что стоимость образцов сувенирного оружия обратно пропорциональна тиражам, которыми они выпускаются. В целом, эксперты отмечают, что объемы производства не столь велики, как и у любого товара ограниченного спроса. Однако массовое производство отличается по качеству и сложности исполнения. «В наших изделиях не используются драгоценные металлы, редкие марки стали и драгоценные камни, поэтому их можно вполне назвать массовыми изделиями, – рассказывает **Николай Долбин (компания «Оригинал»)**. – Массовые – это значит тираж одного изделия около 1000 штук в месяц. В масштабах России эта цифра не кажется большой. «Разлет» по цене на клинок может быть от 1000 и до 150000 рублей. А клинок китайского производства может стоить 500-1000 рублей в оптовых ценах. Но нужно понимать, что этот клинок не имеет качественной стали, многие элементы отделки могут быть из пластмассы, окрашенного пластика и т.д.»



ООО «МИР ПОДАРКОВ»  
WWW.MIR-PODARKOV.RU, WWW.ARMOSFERA.RU

Для многопрофильных ритейлеров подарков и сувениров массовый товар, пожалуй, более привлекателен. При относительно низкой стоимости он имеет более широкую аудиторию покупателей. А значит, и сбыт такого товара идет более стабильными и быстрыми темпами. «Среди фабрик, представленных у нас, присутствуют как относительно дорогих брендов (испанские Art Gladius и Marto, цена в рознице 8000-15000 рублей), так и более демократичные (испанские же Denix и Kolser, цена в рознице 2000-8000 рублей; итальянская Balestra) и

совсем «народные» (многочисленные китайские производители, цена которых начинается от 600 рублей). Работаем и с японским производителем самурайских мечей (4000-7000 рублей), – перечисляет **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)** и добавляет: Поскольку мы все еще на рынке и уходить с него не торопимся, можно сделать вывод, что декоративное оружие даже поточного производства все еще востребовано покупателями».

Не удивительно, что производители штучного товара,

авторские мастерские и фабрики с многолетним опытом и традициями, не воспринимают производителей недорогих копий и реплик как конкурентов. Эксклюзив находится в слишком большом ценовом отрыве – аудитория кардинально различается. «Например, стоимость самой дорогой сабли у нас может достигать 2 миллионов рублей», – отмечает **Саид Идрисов («Кубачинское серебро»)**. – Мастер может потратить до 1 года на изготовление одной сабли высшей категории».

### В РАМКАХ ЗАКОНА

Производство, оборот и хранение оружия жестко регулируется законодательством и отслеживается соответствующими органами. Каким же образом производители, продавцы и покупатели сувенирного оружия остаются в рамках закона? Впрочем, отметим, что основные положения, на которые должны ориентировать не только продавцы, но и покупатели такой продукции, прописаны в «Федеральном законе об оружии». В законодательном плане сувенирное оружие, как правило, не является оружием как таковым – оно относится к категории «конструктивно сходного с оружием изделия». Закон не считает оружием товары, сертифицированные в качестве изделий хозяйственно-бытового и производственного назначения. Выдачей таких сертификатов занимаются специализированные организации. Поэтому даже бугафорское ружье, не способное выстрелить, но имеющее внешнее сходство с боевым прототипом, должно иметь сертификат. Только при его наличии не возникнет проблем, например, при провозе товара через границу и таможенно или при хранении, транспортировке такого предмета конечным потребителем. Особенно это важно в случае с высокохудожественными образцами сувенирного оружия. Как пояснил GR **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**, на таможне могут потребовать справку от министерства культуры о том, что данный образец не является произведением искусства и не обладает художественной ценностью.



«В законе проведена классификация клинковых изделий по назначению и определена степень ограничения их оборота, – комментирует **Андрей Шаньширов, руководитель творческого объединения «СТАТУС»**. – Любой производитель или продавец должен подтвердить своё право на продажу ограниченного в обороте оружия наличием соответствующей лицензии, а если он говорит, что это не запрещённый и не ограниченный в продаже товар, то обязан подтвердить свои слова сертификатом, копию которого должен предоставить покупателю. Это касается любых клинковых изделий независимо от времени их изготовления».

Действительно, дистрибьютору или продавцу необходимо подтверждать принадлежность каждой модели к разряду декоративного оружия специальным сертификатом соответствия. «Чтобы получить такой сертификат, – поясняет **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)**, – надо пройти ряд процедур, одной из которых являются криминалистические испытания образцов каждой из моделей – наиболее затратная часть в деле получения разрешительной документации. Также требуется оформлять специальное разрешение МВД на ввоз образцов декоративного оружия, выдаваемое на каждую новую позицию».

Чтобы сувенирное оружие было признано таковым, производителям приходится придавать продукции ряд «недоработок». С огнестрельным оружием все довольно просто – в большинстве случаев отсутствует сам механизм, производящий выстрел. С холодным оружием ситуация сложнее – здесь довольно много ограничений для лезвия по материалам, толщине, формам, степеням и виду заточки. «Те детали, которыми укомплектовано декоративное оружие, не подлежат «доработке» до полноценного боевого оружия, – добавляет **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)**. – Кроме того, декоративное оружие изготавливается не из оружейных материалов. Отличие от холодного оружия в том, что либо материал, используемый для выполнения пора-

## ГОСТ Р №51715-2001

ДЕКОРАТИВНЫЕ И СУВЕНИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, СХОДНЫЕ ПО ВНЕШНЕМУ СТРОЕНИЮ С ХОЛОДНЫМ ИЛИ МЕТАТЕЛЬНЫМ ОРУЖИЕМ, ДЕКОРАТИВНЫЕ И СУВЕНИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ, ИЗГОТОВЛЕННЫЕ ПО ОПРЕДЕЛЕННЫМ ОБРАЗЦАМ ХОЛОДНОГО ИЛИ МЕТАТЕЛЬНОГО ОРУЖИЯ, СООТВЕТСТВУЮТ ПО ВНЕШНЕМУ СТРОЕНИЮ КОНКРЕТНЫМ ВИДАМ ИМИТИРУЕМЫХ ОБРАЗЦОВ ХОЛОДНОГО ИЛИ МЕТАТЕЛЬНОГО ОРУЖИЯ, НО НЕ ДОЛЖНЫ ОБЛАДАТЬ ИХ БОЕВЫМИ СВОЙСТВАМИ, ЛИБО ИХ БОЕВЫЕ СВОЙСТВА ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЗНАЧИТЕЛЬНО СНИЖЕНЫ.

жающей части холодного оружия не обладает «убойной» жесткостью, либо ослаблено место крепления клинка с рукоятью/древком, что делает невозможным использование сувенирного оружия в боевых целях». Такой способ, к примеру, применяется компанией «Кубачинское серебро». «В сувенирных саблях и кинжалах Кубачи используются боевые клинки, – рассказывает **Саид Идрисов, замдиректора компании «Кубачинское серебро»**. –

Отличие от боевых лишь в том, что на сувенирном оружии ручка кинжала или сабли соединяются с лезвием специальным составом, а на боевом – клинок крепится к ручке намертво». По словам **Андрея Богданчикова («Золотые промыслы Урала»)**, в некоторых случаях при изготовлении сувенирных шпагов и кинжалов используется понижение твердости закалки марочной стали, кроме того, в образцах колющего и режущего оружия в основании хвостовиков клинка делаются специальные пропилы.

### ЦЕЛЬ

Специфика сегмента такова, что производители и продавцы ориентируются главным образом на мужские интересы. Конечным потребителем сувенирного оружия в основном является именно мужчина. Причем участники рынка довольно четко представляют себе типаж, для которого актуален такой подарок. «Эти сувениры, как правило, далеки от гламура, их покупают достаточно брутальные и уверенные в себе люди», – считает **Николай Долбин (компания «Оригинал»)**. А **Андрей Шаньширов (Творческое объединение «СТАТУС»)** подчеркивает, что и повод должен быть важным, и отношение дарителя особенным: «Такой подарок подходит в тех случаях, когда хочется «запечатлеть на века» достижения и победы одариваемого, когда хочется оставить память о важных событиях, когда хочется сделать по-настоящему достойный подарок настоящему Мужчине».

В числе «настоящих» называются чаще всего бизнесмены и их иностранные партнеры, коллекционеры, любители военной истории. В числе покупателей сувенирного оружия встречаются также декораторы и дизайнеры интерьеров, сотрудники киностудий. А вот ставка на увле-

ченных людей, так называемых «ролевиков» (участники исторических реконструкций или ролевых игр по мотивам книг и фильмов), не оправдывает себя. «Одно время мы завозили в расчете на ролевиков почти полную подборку мечей из так любимого молодежью фильма «Властелин Колец», – вспоминает **Михаил Черниговский (ООО «Мир Подарков»)**. – Но особого всплеска продаж по ним не было: предположу, что нынешние Фродо&Со

(от имени героя из «Властелина колец» – GR) для инценировок своих представлений обходятся любыми попадающимися под руку предметами, своим богатым воображением и его будоражащими средствами».

Продавцы разнообразного по цене и качеству сувенирного оружия рассчитывают на более широкий круг потребителей, нежели фабрики и мастерские со штучным товаром. Сувенирное оружие в случае с первыми позиционируется более универсальным подарком. Оно предлагается в качестве просто красивого декора для интерьера, неожиданного или тематического свадебного подарка, и даже в качестве подарка ребенку на день рождения.

Участники рынка, которые специализируются на дорогих и эксклюзивных репликах и муляжах оружия, больше склонны к импровизации в сфере оформления и подачи такого презента. Такие компании, как правило, предлагают разнообразные способы индивидуализации и персонализации изделий, дорогие варианты упаковки. «В нашей практике был случай, когда в зал торжеств въезжал рыцарь на белом

коне и вручал дарителю меч, рукоять и ножны которого переливались драгоценными камнями, великолепной инкрустацией из золота и серебра, платины, – рассказывает **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**. – Вот такой незабываемый подарок сделали члены совета директоров председателю общества одной из успешных нефтяных компаний. На изготовление этого меча мастером потребовалось несколько месяцев, его стоимость составляла несколько миллионов рублей. И самое главное, его владелец знает – подобного меча в мире нет! И во втором экземпляре он не может быть создан, этот пункт был специально отражен в договоре».

Стандартный повод для вручения подобного эффектного подарка – юбилей или награждение за заслуги, успе-



ТО «СТАТУС» WWW.STATUS1.RU

## «ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН ОБ ОРУЖИИ». СТАТЬЯ 1

К ОРУЖИЮ НЕ ОТНОСЯТСЯ ИЗДЕЛИЯ, СЕРТИФИЦИРОВАННЫЕ В КАЧЕСТВЕ ИЗДЕЛИЙ  
ХОЗЯЙСТВЕННО-БЫТОВОГО И ПРОИЗВОДСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ, СПОРТИВНЫЕ  
СНАРЯДЫ, КОНСТРУКТИВНО СХОДНЫЕ С ОРУЖИЕМ.

хи, достижения. «В мире бизнеса такой подарок партнеру может служить хорошей завязкой продолжительных взаимовыгодных отношений или «благодарностью в металле», если партнерство уже длится не первый год», – уверены в компании **«Арт-границы» (Фабрика «Оружейникъ» Златоуст)**. Получается, с древних времен, о которых мы упоминали в самом начале статьи, мало что изменилось. Сувенирное оружие высокого класса особенно востребовано для преподнесения иностранным партнерам по бизнесу или представителям зарубежных государственных деятелей. Основными заказчиками в этом случае выступают корпоративные клиенты – крупные компании и государственные организации. «Некоторые корпорации в последнее время формируют свой подарочный фонд либо

Возможности персонализации сувенирного оружия российских производителей довольно широки и вполне доступны. А фантазия заказчика ограничивается исключительно бюджетом. Опыта гравировки и мастеров хватает на самые изысканные решения и оптимальные варианты.

В качестве итога нашего исследования сегмента подарочного оружия стоит отметить, что он достаточно четко поделен на две отдельные ниши, аудитория которых практически не пересекается. Массовый товар пользуется стабильным спросом у широкого круга потребителей, а эксклюзивные изделия в основном реализуются в формате корпоративных заказов. Ценовая политика игроков этого рынка подчинена четким правилам и вполне объ-



КОМПАНИЯ «ОРИГИНАЛ» WWW.ORIGI.RU

собственную корпоративную коллекцию, призванную порадовать роскошью, – отмечает **Андрей Богданчиков («Золотые промыслы Урала»)**. – Это существенно повышает положительный имидж компании, свидетельствует о ее надежности, перспективах развития». А в компании «Мир подарков» отмечают стабильный спрос со стороны силовых ведомств, которые приобретают модели известных образцов оружия к «мужским» и профессиональным праздникам в подарок коллегам.

«Корпоративные клиенты дают большую часть заказов, поскольку подарочный бюджет предприятий, как правило, больше подарочного бюджета физических лиц, – поясняют в компании **«Арт-границы» (Фабрика «Оружейникъ» Златоуст)**. – Они берут как готовые изделия, так и размещают специальные заказы. По требованию заказчика на изделия наносится индивидуальная гравировка. Это может быть дарственная надпись или просто имя будущего владельца. Изделия могут быть снабжены корпоративной символикой. В случае срочного заказа, когда нет времени делать изделие «с нуля», можно добавить дарственную табличку на футляр, чтобы индивидуализировать подарок».

ективна. Несмотря на то, что от некоторых экспертов мы слышали пессимистичные оценки перспектив как для одной, так и для другой ниши, сегмент сувенирного оружия в целом находится в стадии стабильного спроса и развития. Даже в условиях, когда основная масса компаний урезает бюджеты на корпоративные подарки и сувениры, в бизнесе регулярно возникают ситуации, когда необходимы действительно впечатляющие подарки. А в случае с массовым товаром, к которому с пренебрежением относятся создатели эксклюзива, «штамповка» занимает прочные позиции на рынке и вряд ли когда-нибудь сдаст свои позиции в пользу более дорогостоящего авторского товара. **GR**

Дарья Балааян

Редакция GIFT Review выражает особую признательность компаниям, любезно предоставившим комментарии и иллюстрации для материала:

- Золотые промыслы Урала (Златоуст), [www.vip-zlat.ru](http://www.vip-zlat.ru)
- Компания «Оригинал», [www.origi.ru](http://www.origi.ru)
- ООО «Кубачинское серебро», [www.kubachiserebro.ru](http://www.kubachiserebro.ru)
- ООО «Мир Подарков», [www.mir-podarkov.ru](http://www.mir-podarkov.ru), [www.armosfera.ru](http://www.armosfera.ru)
- «Союзпрезент», [www.souzpresent.ru](http://www.souzpresent.ru)
- Творческое объединение «СТАТУС», [www.status1.ru](http://www.status1.ru)
- Фабрика «Оружейникъ» Златоуст, ООО «Арт-Границы», [www.oruzheynik.ru](http://www.oruzheynik.ru)