

Империя



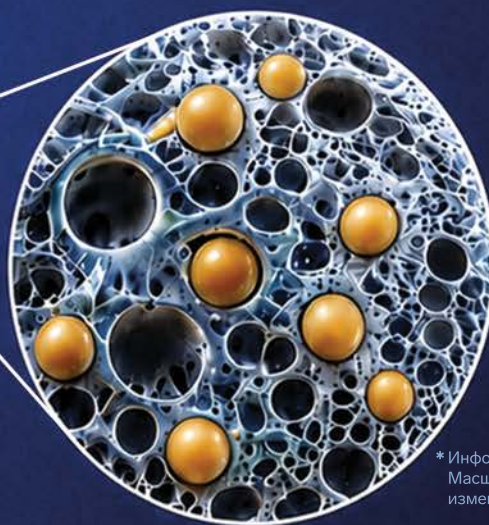
Empire of Cold
аналитический
отраслевой журнал

АВГУСТ 2026

ХОЛОДА



**НЕВИДИМАЯ
АРХИТЕКТУРА
ИДЕАЛЬНОГО
МОРОЖЕНОГО**



* Инфографика.
Масштаб и пропорции
изменены для наглядности.

**АСИЛАБ® АСИАЙС — СЕРИЯ
СТАБИЛИЗАЦИОННЫХ
СИСТЕМ ОТ ЛИДЕРА РЫНКА**

СОЧНАЯ НОВИНКА



СДЕЛАНО
В РОССИИ

ПЛОМБИР МАНГО-МАРАКУЙЯ

МНОГО
СВЕЖЕГО
МОЛОКА

сочные фрукты



вафельный стаканчик



ФАБРИКА НАТУРАЛЬНОГО МОРОЖЕНОГО
«КУПИНСКОЕ МОРОЖЕНОЕ»
info@mykupino.ru

**Всероссийский
аналитический журнал**

№ 4 (139) - Август 2026 г.

Издатель

ООО «Издательский дом
«ХолодИнфо»

Генеральный директор

Евгения Эглит

Учредитель и главный редактор

Елизавета Леонтьева, академик МАХ

Ответственный секретарь

Владимир Муравьев

Обозреватели

Дмитрий Леонтьев,
Елена Ломскова

Вёрстка и дизайн

Дмитрий Судаков

Адрес редакции

107113, Москва, ул. Шумкина,
дом 20, стр. 1, офис 122
+7 (925) 398-09-36 (Макс, WhatsApp)
+7 (936) 303-11-10 (Макс)

holod@holodinfo.ru

www.holodinfo.ru

www.империяхолода.рф

Издание зарегистрировано

В Министерстве РФ по делам печати,
телерадиовещания и средств
массовых коммуникаций
Свидетельство ПИ № 77%12145
29 марта 2002 г.

При перепечатке ссылка
на издание обязательна.
Мнение редакции может
не совпадать с мнением авторов.



СОДЕРЖАНИЕ

КОМПРЕССОРЫ

- Конференция
«Компрессорные технологии»,
стр. 6
- Отечественные
холодильные компрессоры
— основа стабильности
промышленных систем
(Пензкомпрессормаш),
стр. 7
- Новинки модельного ряда
спиральных компрессоров
Invotech (PMT),
стр. 19

СОБЫТИЯ

- Конференция
мороженщиков,
стр. 6
- «Агропродмаш»: рост
по всем показателям,
стр. 18
- Деловая программа
выставки «Мир Климата»,
стр. 24

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ХОЛОД

- Система холодоснабжения
термобарокамеры
для специальных испытаний
(Фриготрейд),
стр. 11-14
- «Зелёный» холод
от «ОК» — альтернатива
фреоновым чиллерам,
стр. 16-17
- «Колд Трейд» завершила
основные позиции
заказа Росрезерва,
стр. 48-49

ИНДУСТРИЯ КЛИМАТА

- Умные сплит-системы:
обзор прорывных технологий,
стр. 20-21
- Тренды кондиционирования-2026,
стр. 22
- CWC: расширение ассортимента
промышленных конденсаторов,
стр. 25

РЫНКИ

- Рынок холодильного
оборудования:
период перенастройки,
стр. 8

- Эволюция коммерческого холода:
тренды для дилеров
и дистрибьюторов,
стр. 33-36
- Российские ягоды — круглый год,
стр. 41-42
- Готовая еда выйдет из тени?
стр. 53

СКЛАДЫ. ЛОГИСТИКА. ТРАНСПОРТ.

- Глубокий спад на рынке
рефрижераторов,
стр. 26-28
- Снова дефицит
холодильных складов,
стр. 29-31

ВЫСТАВКИ

- Продэкспо, стр. 9
- Агропродмаш, стр. 15
- Мир климата, стр. 23
- Индустрия холода, стр. 40
- Seafood Expo Russia, стр. 51
- GOTOVO, стр. 52

МОРОЖЕНОЕ. ИНГРЕДИЕНТЫ

- Архитектура идеального
мороженого (АСИЛАБ),
стр. 4-5
- Высокий белок в мороженом:
исследование Роскачества,
стр. 57-58
- Другое мороженое —
вам не конкурент.
Новые вызовы отрасли,
стр. 59-60
- «Кимаб Восток» —
13 лет развития и достижений,
стр. 63

ЗАМОРОЖЕННЫЕ ПРОДУКТЫ. ОБОРУДОВАНИЕ

- Борьба за арктическую креветку,
стр. 44-45
- Тенденции рынка упаковки
морепродуктов,
стр. 45-46
- КБ «Технология» строит
экспорт без границ,
стр. 54-55



ДЕНЬ ХОЛОДИЛЬЩИКА ПРОЙДЁТ В БЕЛОРУССИИ В КОНЦЕ СЕНТЯБРЯ

27-й традиционный праздник «День холодильщика» пройдёт 25 сентября в Белоруссии. Организаторами мероприятия выступили компания «ЗИП 24» и конгресс-оператор «ЭКСПО ТРЕВЕЛ». Соорганизаторы — Россоюзхолодпром и АПИМХ.

За 26 лет праздник приобрёл поистине всероссийский масштаб: нынешнее решение выводит событие на новый уровень интеграции в рамках Союзного государства. АПИМХ сообщает, что белорусские коллеги сделают всё возможное для обеспечения высокого уровня организации и соблюдения традиций праздника.

Событие соберёт профессионалов холодильной отрасли для обмена опытом, обсуждения актуальных вопросов и неформального общения на новой площадке. К участию приглашены представители бизнеса, научного сообщества и органов власти.

На конференции планируется обсуждение проблем перехода на природные и альтернативные хладагенты, реальные практические решения и опыт эксплуатации оборудования, а также вопросы поставок и поиска запчастей.

Соб. инф.

RUAUTOTRAILER НАЧНЁТ ВЫПУСК РЕФРИЖЕРАТОРОВ

Компания RuAutoTrailer открыла во Владимирской области завод по производству прицепной и навесной техники под брендом VollKraft. В продуктовую линейку войдут рефрижераторы для грузовых автомобилей. Помимо рефрижераторов, завод будет выпускать шторные полуприцепы, контейнеровозы и бортовые модели.

Техника RuAutoTrailer получит облегчённую конструкцию и элементы из оцинкованного металла. Производственный комплекс полного цикла включает обработку металла, роботизированную сварку, окраску, сборку и контроль качества готовой продукции. Мощности предприятия рассчитаны на выпуск до 8 000 единиц техники в год. В первый год завод планирует произвести до 1 750 единиц продукции, а к 2029 году выйти на проектную мощность.

kamaz.ru

«ФАБРИКА ГОТОВОЙ ЕДЫ» НА ВЫСТАВКЕ «АГРОПРОДМАШ»

Готовая еда соответствует стилю и ритму жизни современного человека. Производители работают над её разнообразием и безопасностью. Регуляторы разрабатывают стандарт, в котором будут регламентироваться многие аспекты этого сегмента пищевой промышленности.

«Выставка «Агропродмаш», как коммуникационная площадка для бизнеса, не могла остаться в стороне от этой темы, — говорит руководитель Дирекции выставок пищевой промышленности АО «ЭКСПОЦЕНТР» Татьяна Пискарьева. — Для создания фабрик-кухонь, производства и продажи готовой еды требуются оборудование, ингредиенты, упаковка, охлаждение, хранение. Все необходимые решения будут представлены в экспозиции выставки».

Для удобства посетителей тема выделена и представлена как раздел «Фабрика готовой еды», где участников и посетителей информируют о новинках, оборудовании и решениях, чтобы они заранее могли спланировать свою работу. В рамках деловой программы готовится форум «Стратегические вызовы АПК: готовая еда».

Соб. инф.

МУЛЬТИТЕМПЕРАТУРНЫЙ ЦЕНТР ПОСТРОЯТ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Во Всеволожском районе построят мультитемпературный распределительный комплекс, его площадь составит 45 тыс. м². Мощность заявлена на уровне 800 тонн обрабатываемой продукции и обслуживания 125 грузовых автомобилей в сутки.

Объём инвестиций в проект оценивается в 7,1 млрд руб. Комплекс может обеспечить 893 рабочих места, отчисления в бюджет — на уровне 250 млн руб. в год. Завершить объект планируется уже в этом году.

Соб. инф.

ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ХОЛОДА — КРУГЛЫЙ ГОД

Всемирный день холода представил так называемый WRD365, чтобы расширить сотрудничество за пределы мероприятия, которое проводится ежегодно 26 июня. Инициатива объединяет организации, работающие в сфере производства холодильного оборудования, охлаждения, кондиционирования воздуха, тепловых насосов, экологичного отопления.

Тема прошедшего WRD365 кампании 2026 «Холодный интеллект» подчеркнула важность знаний, навыков, опыта, инноваций и человеческого фактора при проектировании, эксплуатации и обслуживании систем охлаждения и отопления.

Теперь организаторы WRD365 намерены представлять участвующим организациям возможность в течение всего года делиться знаниями, продвигать навыки и карьерные возможности, расширять охват компаний и улучшать коммуникацию с аудиторией за пределами отрасли. В этих рамках пройдёт подготовка к следующему Всемирному дню холода.

Соб. инф.

НЕПРЕРЫВНУЮ ХОЛОДИЛЬНУЮ ЦЕПЬ ОБСУДЯТ НА SEAFOOD EXPO RUSSIA

На деловой программе IX Международного рыбопромышленного форума и Seafood Expo Russia (16-18 сентября, Санкт-Петербург) важной темой будет стабильность экспортных и внутренних маршрутов в условиях сезонности промысла и высокой чувствительности рыбной продукции к транспортировке и хранению.

«Переход к биоэкономике в рыбной отрасли — ключ технологического развития и экономической трансформации» станет темой пленарной сессии. В центре внимания — устойчивые цепочки поставок скоропортящейся продукции, модернизация холодильной инфраструктуры и повышение эффективности мультимодальных перевозок.

В рамках программы продолжится специализированная дискуссия об организации непрерывной холодильной цепи при доставке рыбной и другой продукции, требующей строгого температурного режима. Это круглый стол, который проводится с 2022 года при участии АСОРПС и КСТП и охватывает все этапы цепочки от вылова и производства до хранения, транспортировки и продажи.

Соб. инф.

ГК «НЕРАЛ» СТАЛА ВЛАДЕЛЬЦЕМ «БАШКИРСКОГО МОРОЖЕНОГО»

Единственным учредителем ООО «Башкирское мороженое» стала группа компаний «Нерал». С 5 июня 2026 года ей принадлежит 100% уставного капитала предприятия общей стоимостью около 191,2 млн руб.

До 2021 года предприятие принадлежало правительству республики, до мая 2026 года «Башкирское мороженое» входило в АО «Башкирский холод», которое также являлось структурой «Нерала». В мае «Башкирский холод» ликвидирован путём присоединения к своей дочерней организации.

Само «Башкирское мороженое» (бренды «Сливкин нос», «Пломбир из сливок», «Мороженое из молока», Creamzy) теперь является владельцем торгового дома «Милк трейд», который ранее тоже входил в «Башкирский холод».

events.kommersant.ru

В ЛУГАНСКЕ ВЫПУСКАЮТ МОРОЖЕНОЕ ПО ИТАЛЬЯНСКОЙ ТЕХНОЛОГИИ

В Луганске готовятся запустить производство мороженого на базе уникальной итальянской технологии. Для этого хладокомбинат приобрёл современное оборудование стоимостью около миллиарда рублей. Особенность новой линии заключается в использовании системы мгновенной шоковой заморозки. Эта технология позволит значительно увеличить объёмы выпуска продукции.

Подобные производственные комплексы работают лишь на нескольких европейских предприятиях, в том числе в Италии и Словении. Луганский хладокомбинат станет шестым в мире и первым в России, где будет использоваться такое оборудование.

Новый комплекс отличается высокой производительностью. Если на зарубежных предприятиях одна линия выпускает до 25 тонн мороженого в сутки при участии 12 сотрудников, то в Луганске рассчитывают производить до 60 тонн продукции за смену силами семи человек.

lugansk.kp.ru

«НОРДЕН» ПОСТРОИТ ФАБРИКУ МОРОЖЕНОГО В ЕЛЬЦЕ

«Норден» построит фабрику по производству мороженого на елецкой площадке особой экономической зоны «Липецк». Предприятие будет выпускать мороженое в вафельном стаканчике, рожке, эскимо, семейные форматы, а также линейку для сегмента HoReCa. Это позволит охватить как розничный рынок, так и в заведения общественного питания.

Проект реализуют поэтапно: запуск первой очереди намечен на IV кв. 2028 года. После завершения трех стадий мощность фабрики должна достигнуть 30 тыс. тонн мороженого в год. Объём инвестиций в проект составит 1,7 млрд руб. Запуск предприятия станет драйвером дальнейшего развития пищевой промышленности Липецкой области, усилит инвестиционную привлекательность елецкой площадки ОЭЗ «Липецк» и расширит налоговую базу.

Проект логично вписывается в создаваемую в Ельце технологическую и образовательную среду, где уже сформирован кластер подготовки кадров для пищевой промышленности.

news.bvf.ru

«НЕОС ИНГРЕДИЕНТС» ОТКРЫЛА ЦЕНТР ИССЛЕДОВАНИЙ

Общий объём инвестиций в реализацию центра составил около 100 млн руб. Ещё 60 млн руб. компания инвестировала в развитие своей логистической инфраструктуры на территории «Трилоджи Парк Томилино».

Площадь центра составляет 200 м², здесь работают девять специалистов, что позволяет одновременно вести несколько

проектов по разработке и тестированию ингредиентов для различных сегментов пищевой отрасли.

В «НЕОС ИНГРЕДИЕНТС» рассчитывают, что открытие лаборатории станет очередным этапом масштабной программы развития компании, направленной на импортозамещение и расширение ассортимента отечественных ингредиентов.

Соб. инф.

КОНГРЕСС МИХ ПРОЙДЁТ В СЕУЛЕ

С 21 по 27 августа 2027 года в Сеуле (Республика Корея) Международный институт холода проведёт очередной 27-й конгресс по холоду. Он пройдёт под девизом «Интеллектуальные холодильные системы для низкоуглеродной и экологически чистой энергетики».

На конгрессе будут заслушаны сообщения по проблемам, рассматриваемым научно-техническими комиссиями МИХ: Криофизика и криогеника; Сжижение и разделение газов; Термодинамика и процессы тепло- и массопереноса; Холодильное машиностроение; Криобиология, криомедицина; Пищевая наука и технологии; Холодильное хранение и конструкции холодильников; Холодильный транспорт; Кондиционирование воздуха; Тепловые насосы и регенерация тепла.

Срок представления материалов после одобрения комитетом докладов — до 1 марта 2027 года. Регистрация аннотаций — на сайте конгресса www.icr2027.org.

Соб. инф.

НОВЫЙ ГОСТ УСТАНОВИЛ ПРАВИЛА ЭКОЛОГИЧНОСТИ ПРОДУКЦИИ

С 14 июля 2026 года в России начал действовать новый Государственный стандарт в сфере маркировки товаров. Этот документ, разработанный Роскачеством совместно с Экологическим союзом, призван бороться с недостоверными заявлениями производителей об экологичности продукции и устанавливает чёткие правила для всех участников рынка.

Основные положения стандарта запрещают использование неконкретных и вводящих в заблуждение формулировок, таких как «экологически чистый» или «зелёный», без соответствующего подтверждения. Для производителей стандарт создаст равные конкурентные условия и предоставит системную методическую базу для работы с экологическими аспектами своей продукции.

foodretail.ru

СВЕТАЩЕЕСЯ МОРОЖЕНОЕ ПРОИЗВОДЯТ В БЕЛГОРОДЕ

«Белгородский хладокомбинат» инвестировал 10 млн руб. в запуск производственной линии по выпуску мороженого для «Магнита». Её мощность позволит создавать до 150 тонн продукции в месяц.

При производстве эскимо «JUJUMS» использовалась новая технология создания продукта со сложной внутренней структурой. В нём соединили яркий вкус жевательной резинки и глазурь с натуральной клубникой. Внутри мороженого находится взрывная карамель и неоновые шарики, покрытые тонкой оболочкой, светящейся в ультрафиолете.

Первая партия эскимо составила 500 тыс. штук, её развезли в 20 тыс. магазинов торговой сети по всей стране.

openbelgorod.ru



КАК СОЗДАЁТСЯ АРХИТЕКТУРА ИДЕАЛЬНОГО МОРОЖЕНОГО

Руководитель направления «Мороженое» компании «АСИЛАБ» Юрий Сажнёв

Невидимая архитектура идеального мороженого формируется на молекулярном уровне — там, где вода, жир, воздух и гидроколлоиды взаимодействуют между собой, определяя текстуру, пластичность, устойчивость к таянию и срок хранения.

Современная грамотно подобранная стабилизационная система должна не просто увеличивать вязкость смеси, а управлять поведением продукта на протяжении всего жизненного цикла. Специалисты Прикладного исследовательского Центра **АСИЛАБ** ежедневно исследуют механизмы формирования структуры мороженого и разрабатывают решения, позволяющие производителям получать стабильный результат независимо от сложности рецептуры.

ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАБИЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ МОРОЖЕНОГО

Управление гидратацией — основа стабильности. После приготовления смесь проходит этап созревания. В это время гидроколлоиды связывают свободную влагу и формируют пространственную сетку, которая становится основой всей структуры будущего продукта. Если процесс гидратации проходит некорректно, смесь получается неправильной вязкости, что ухудшает работу оборудования и снижает устойчивость готового мороженого к хранению.

Подход АСИЛАБ. Стабилизационные системы разрабатываются с учетом скорости гидратации, адаптируемой под особенности конкретного вида продукта. Это позволяет производителю получать стабильную тиксотропную вязкость, прогнозируемое поведение смеси во фризере и равномерную структуру готового продукта.

Стабильная жировая эмульсия — залог сливочной текстуры. Жировая фаза определяет насыщенность вкуса, кремовую консистенцию и характер таяния. Если эмульсия недостаточно стабильна, жировые шарики начинают слипаться, что неизбежно ведёт к ухудшению текстуры и снижению качества.

Подход АСИЛАБ. Чтобы избежать этого и контролировать поведение жира, эксперты компании отказываются от универсальных решений. Каждая эмульгирующая система проектируется индивидуально, с учетом гидрофильно-липофильного

баланса, кислотного числа и специфики рецептуры, что сохраняет стабильность структуры на всех этапах производства.

Аэрация — лёгкость, объём и однородность. До половины объёма мороженого составляет воздух. Однако важен не только показатель взбитости, но и способность воздушных пузырьков сохранять свою стабильность. При разрушении воздушной фазы мороженое становится тяжёлым, проявляется порок усадки и теряется привлекательная консистенция.



Подход АСИЛАБ. Для сохранения воздушной фазы технологи нашей компании применяют комбинации эмульгаторов, формирующих устойчивую оболочку вокруг пузырьков воздуха. Благодаря этому производитель получает стабильный оверран, однородную микроструктуру и легкую сливочную текстуру даже при длительном хранении.

БЕЗ ТЕПЛОВОГО ШОКА И РЕКРИСТАЛЛИЗАЦИИ

После выхода из фризера формирование качества продукта не заканчивается. Именно во время закалки, хранения и транспортировки проявляются основные проблемы, связанные с ростом ледяных кристаллов, потерей влаги и быстрым таянием. Грамотно подобранная стабилизационная система позволяет контролировать эти процессы.

Контроль заморозки и пластичности. Количество связанной воды напрямую влияет на температуру начала кристаллизации. Если свободной влаги слишком много, образуются крупные ледяные кристаллы, ухудшается пластичность и снижается качество мороженого.

Сбалансированная комбинация гидроколлоидов от АСИЛАБ переводит свободную влагу в связанное состояние. Благодаря этому сохраняется необходимый объем незамороженной жидкой фазы, а продукт приобретает пластичную и однородную структуру.

Защита от рекристаллизации. Во время хранения температура редко остается абсолютно постоянной. Даже небольшие колебания вызывают миграцию воды и постепенный рост ледяных кристаллов — именно этот процесс становится причиной появления песчанистой структуры.

Специально разработанные стабилизационные системы АСИЛАБ ограничивают миграцию влаги и препятствуют росту кристаллов, сохраняя гладкую кремовую текстуру и привлекательные органолептические свойства в течение всего срока годности.

Профиль таяния. Потребитель оценивает мороженое не только по вкусу, но и по тому, как оно тает. Хороший продукт долго сохраняет форму, постепенно раскрывает вкус и не превращается в жидкую массу сразу после извлечения из морозильной камеры.



Комплекс гидроколлоидов и эмульгаторов, подобранный инженерами АСИЛАБ, формирует устойчивую структуру, удерживающую влагу и замедляющую проникновение тепла. Это обеспечивает комфортное потребление и сохранение формы продукта.

КАЖДЫЙ ВИД МОРОЖЕНОГО — ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Для **жевательных льдов** ключевыми являются эластичность и устойчивость к механическим нагрузкам. Наши специалисты используют комбинации гидроколлоидов, которые формируют прочный и упругий гель, сохраняя характерную жевательную текстуру.

Для **фруктовых льдов** особое значение имеют прозрачность, яркость цвета и отсутствие поверхностного инея. Разработанные нами системы снижают миграцию влаги, препятствуют поверхностной кристаллизации и позволяют сохранить привлекательный внешний вид продукта на протяжении всего срока хранения.

ПОЧЕМУ ВЫБИРАЮТ АСИЛАБ

Мы предлагаем не отдельные ингредиенты, а комплексные технологические решения, основанные на исследованиях собственного Прикладного исследовательского Центра с парком уникального пилотного оборудования.

Специалисты АСИЛАБ помогают подобрать стабилизационную систему под конкретную рецептуру, повысить стабильность производства, улучшить текстуру, обеспечить устойчивость к тепловому шоку и сохранить высокое качество каждой партии продукции. Именно такой подход позволяет нашим клиентам выпускать конкурентоспособное мороженое со стабильными характеристиками независимо от условий производства и хранения.

А С И Л А Б

ООО «АСИЛАБ»
asilab.ru
alb@asilab.ru
+7 495 987-11-89
t.me/asilab_company





КОНФЕРЕНЦИЯ «КОМПРЕССОРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

В Санкт-Петербурге с 20 по 22 мая 2026 года прошла восьмая ежегодная международная промышленная конференция «Компрессорные технологии». Она в очередной раз собрала на своей площадке руководителей и специалистов ведущих предприятий-производителей и потребителей компрессорной техники.

Организатор конференции — научно-инжиниринговая группа «Компрессорная, вакуумная, холодильная техника и системы транспортировки и переработки газа». В этом году партнёрами мероприятия стали компании «ХБСЕРВИС», «НПФ «Система-Сервис», Совет главных механиков нефтегазоперерабатывающих и нефтегазохимических предприятий России и стран СНГ, а также Международная академия холода. Генеральный партнёр — Университет ИТМО.

Всего в конференции приняло участие более 130 представителей из 57 компаний. В их числе: «Газпром», «Газпром нефть», «СИБУР» и их дочерние общества, «Новатэк», «Мангазетгаз», «ЛУКОЙЛ Узбекистан оперейтинг компани», НПО «Искра», «НИИТурбокомпрессор им. В.Б.Шнеппа», НПО «ГЕЛИЙМАШ», «Турбохолод», «ХБСЕРВИС», «НПФ «Система-Сервис», «ИНГК», «АГВ»,



«Пензкомпрессормаш», Dalgakiran, Shanghai Electric Machinery и др.

Основные темы конференции:

- Импортзамещение в компрессоростроительной отрасли.
- Вопросы проведения приёмки компрессоров заказчиком.
- Организация поставок запасных частей и комплектующих для техники иностранного производства.
- Разработка техзаданий на компрессоры и компрессорное оборудование.
- Опыт эксплуатации, обслуживания, диагностики и ремонта техники.
- Компрессорное и детандерное оборудование холодильных циклов и установок.

- Автоматизация, цифровизация и системы регулирования.
- Оборудование для сервиса, диагностики и ремонта.
- Меры господдержки отрасли.

Рабочая часть конференции проходила в форме докладов с ответами на вопросы слушателей. Кроме того, можно было обсудить вопросы сверх регламента на неофициальной части. В последний день участники посетили производство «НПФ «Система-Сервис».

Очередную девятую конференцию планируется провести с 19 по 21 мая 2027 года.

Соб. инф.



Империя
ХОЛОДА
Официальный
медиапартнёр

КОНФЕРЕНЦИЯ МОРОЖЕНЩИКОВ

МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОИЗВОДСТВА МОРОЖЕНОГО

19-20 ноября 2026 года

Приглашаем руководителей и специалистов отрасли мороженого и смежных отраслей!

Союз мороженщиков России совместно с ВНИИХИ проводит традиционную ежегодную конференцию. В её программу будут включены выступления учёных и специалистов НИИ, производителей мороженого и отраслевых экспертов. Планируется также серия презентаций.

Специальные перерывы для общения позволят участникам конференции наладить важные связи со своими коллегами по отрасли и партнёрами. Ожидаемая аудитория — до 150 участников.

В числе главных тем конференции:

- состояние и проблемы рынка мороженого;
- новые ингредиенты и материалы для мороженого;
- стратегия производства в новых экономических условиях;
- мороженое для ЗОЖ;
- вопросы внедрения цифровой маркировки, проблемы и способы решения;
- мировые тенденции и новые направления развития производства мороженого;
- актуальные вопросы технического регулирования.

По всем вопросам участия в конференции обращаться к Уткиной Наталье, тел.: +7 (903) 019-93-74, smrutkina@yandex.ru

ПАРК-ОТЕЛЬ «ШЕРЕМЕТЬЕВСКИЙ», Москва, ул. Вучетича, д. 32 (м. Тимирязевская)

Владимир Журавлев, коммерческий директор ПАО «Пензкомпрессормаш»:

«ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ХОЛОДИЛЬНЫЕ КОМПРЕССОРЫ — ОСНОВА СТАБИЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ СИСТЕМ»



Новая линейка холодильных компрессоров «Пензкомпрессормаш» предназначена для широкого спектра применений. Инженерные решения, заложенные в конструкцию, направлены на обеспечение высокой эффективности, надёжности и долговечности в сложных климатических условиях России. Мы учли необходимость унификации узлов, простоты монтажа и интеграции в существующие системы, чтобы минимизировать затраты заказчиков на этапе внедрения.

Наше предприятие, обладающее глубокими инженерными компетенциями и собственной производственной базой, исторически является одним из столпов отечественного компрессоростроения. Многолетний опыт работы с предприятиями нефтяной, нефтехимической, пищевой промышленности и других отраслей даёт нам глубокое понимание специфики эксплуатации холодильной техники в российских реалиях.

Как коммерческий директор ПАО «Пензкомпрессормаш», я анализирую трансформацию российского рынка холодильного оборудования на протяжении многих лет. Мы стоим перед лицом глобальных вызовов, которые делают импортозамещение не просто актуальным, а стратегически необходимым для обеспечения непрерывности технологических процессов.

Эксплуатация импортной техники сейчас сопряжена с высокими рисками простоя и неконтролируемым ростом операционных расходов. В этих условиях достижение технологической независимости перестало быть вопросом выбора и превратилось в императив выживания и развития производства.

С учётом этих вызовов мы занялись разработкой новой линейки наших холодильных компрессоров. При её создании опирались на актуальные требования ключевых потребителей — от проектировщиков до компаний, которые эксплуатируют оборудование.

Преимущества отечественных холодильных компрессоров сегодня носят комплексный характер. Ключевым фактором является их полная адаптация к российским условиям эксплуатации, включая качество электросетей и климатические особенности регионов.

Высокая ремонтопригодность конструкции и доступность полного спектра запасных частей радикально снижают время восстановления работоспособности при возникновении неисправностей. Отсутствие зависимости от зарубежных поставщиков и санкционных ограничений гарантирует предсказуемость сроков поставки как самого оборудования, так и комплектующих.

Всё это напрямую влияет на экономическую эффективность жизненного цикла агрегата, позволяя точно планировать бюджет на его обслуживание. Техническая поддержка производителя и возможность прямого инженерного сопровождения проектов обеспечивают заказчику уверенность в правильности принятых технических решений и открывают перспективы для будущей модернизации систем.

Выбор в пользу отечественного компрессора — это прагматичное решение, направленное на снижение эксплуатационных рисков и повышение устойчивости бизнеса. Это вклад в развитие национальной школы машиностроения и формирование устойчивых производственных коопераций внутри страны. Для конечного потребителя — это долгосрочная инвестиция в стабильность своего технологического процесса, гарантирующая независимость от внешнеполитических и экономических колебаний.

Сегодня ПАО «Пензкомпрессормаш» предлагает рынку не просто оборудование, а комплексное партнерство. Мы не только производим современные холодильные компрессоры, но и оказываем квалифицированную помощь в подборе оборудования, обеспечиваем инжиниринговое сопровождение проекта на всех его стадиях. А также — гарантируем оперативную сервисную поддержку и бесперебойные поставки запасных частей.

Развитие отечественного компрессоростроения — один из фундаментальных факторов обеспечения технологического суверенитета России. Наше предприятие готово стать надёжным звеном в достижении этой цели.



ПЕНЗКОМПРЕССОРМАШ

ПАО «Пензкомпрессормаш»
440015, г. Пенза, ул. Аустрина, 63
+7 (8412) 500-485
penza@pzkm.ru
pkm.ru





РЫНОК ХОЛОДИЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ: ПЕРИОД ПЕРЕНАСТРОЙКИ



Российская холодильная отрасль в середине 2026 года оказалась в двойственном состоянии. С одной стороны, статистика ещё в I кв. показала снижение выпуска отдельных видов техники, с другой — на уровне ЕАЭС активизируются механизмы кооперации, включая проекты по производству промышленного холодильного оборудования. Это означает, что у рынка не период паузы, а фаза перенастройки цепочек, сертификации и логистики, сообщает Российское сообщество торговли и производства на своём портале в разделе «Холодильное оборудование».

Где просел рынок

Снижение выпуска затронуло прежде всего оборудование, связанное с торговлей, хранением и модернизацией объектов пищевой инфраструктуры. Для производителей это может означать более жёсткую конкуренцию за проекты ритейла, распределительных центров, HoReCa и пищевых предприятий.

По данным отраслевых сводок, производство холодильного оборудования в России в I кв. 2026 года в денежном выражении сократилось на 4% и составило 24,8 млрд руб. Наиболее заметное падение в натуральном выражении отмечено в сегментах холодильных сборных камер (минус 25,7%), холодильных прилавков и прилавков-витрин (минус 26,1%), а также холодильных витрин (минус 13,7%).

Эти данные не обязательно говорят о долгосрочном падении спроса. Рынок остается зависимым от инвестиционных циклов ритейла, строительства складов, обновления пищевых производств. А также — от доступности компонентов: компрессоров, теплообменников, вентиляторов, автоматики, хладагентов и систем управления.

ЕАЭС готовит поддержку кооперационных проектов

На фоне спада в отдельных сегментах Евразийская экономическая комиссия продолжает продвигать механизм промышленной кооперации в рамках ЕАЭС. По данным ЕЭК, к апрелю 2026 года по этому механизму поступило 19 заявок, а по итогам 2025 года было одобрено пять проектов.

Для холодильной отрасли это важно по двум причинам. Во-первых, кооперационные проекты могут снизить зависимость от импортных узлов и компонентов. Во-вторых, участие нескольких стран ЕАЭС позволяет распределять производство: например, часть компонентов может выпускаться в одной стране, сборка — в другой, а испытания и поставки — организовываться под единые технические требования.

Новые правила на границе

Еще один фактор для поставщиков холодильного оборудования и комплектующих — запуск в России Национальной системы подтверждения ожидания поставки товаров. Для участников рынка это означает, что поставки компрессоров, теплообменников, автоматики, вентиляторов, шкафов управления, холодильных агрегатов и готового оборудования потребуют более точного планирования.

Ошибки в документах или задержки в уведомлениях могут увеличить все сроки — особенно для проектных поставок, где график монтажа холодильных систем привязан к строительным или пусконаладочным работам.

Энергоэффективность становится коммерческим аргументом

Параллельно усиливается внимание к энергоэффективности холодильной техники. Ранее Совет ЕЭК перенёс срок вступления в силу технического регламента по энергоэффективности холодильной техники. Он должен установить классы энергоэффективности, методы их определения, требования к испытаниям и маркировке продукции. Его цель — снижение энергопотребления оборудования и нагрузки на энергосистемы стран ЕАЭС.

Для производителей это не просто регуляторная нагрузка. **Энергоэффективность становится аргументом в переговорах с сетевым ритейлом, логистическими операторами и пищевыми предприятиями.** Покупатели все чаще оценивают не только цену оборудования, но и совокупную стоимость владения: потребление электроэнергии, сервис, срок службы компрессорной группы, стабильность температурного режима и возможность удалённого мониторинга.

Что это значит для производителей и заказчиков

В ближайшие месяцы рынок холодильного оборудования в России и в других странах ЕАЭС, вероятно, будет развиваться вокруг нескольких практических задач, считает РОССТИП.

- 1. Локализация критических компонентов.** Производителям потребуется искать устойчивые источники компрессоров, теплообменников, автоматики и вентиляторов внутри России и ЕАЭС.
- 2. Подготовка к новым требованиям.** Сертификация, испытания и маркировка энергоэффективности будут влиять на сроки вывода новых моделей на рынок.
- 3. Перестройка логистики.** Поставки из стран ЕАЭС автомобильным транспортом теперь требуют более раннего документального подтверждения.
- 4. Рост спроса на энергоэффективные решения.**
- 5. Заказчики будут активнее сравнивать оборудование** по расходу электроэнергии, надёжности и сервисной поддержке.

Главная повестка 2026 года — смогут ли производители холодильного оборудования использовать в этот неравнозначный период меры поддержки, локализацию и требования по энергоэффективности как инструмент обновления продуктовой линейки, а не только как ответ на давление рынка.

Для поставщиков, проектировщиков и заказчиков холодильных систем ближайшие месяцы станут периодом проверки. Выигрывать будут те, кто сможет совместить цену, надёжность, энергоэффективность и стабильную логистику.



34-я международная
выставка
продуктов питания,
напитков и сырья
для их производства

ПРОД ЭКСПО

1–4 марта 2027
МВЦ «Крокус Экспо»



FOOD

ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ

WINE

ПРОДЭКСПОВАЙН

ORGANIC

ОРГАНИЧЕСКИЕ ПРОДУКТЫ

PACK & TECHNOLOGY

УПАКОВКА И ТЕХНОЛОГИЯ

WWW.PROD-EXPO.RU



18+

Реклама

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок.
Подробнее о рейтинге — www.exporating.ru

Организатор
ЭКСПОЦЕНТР



Минпромторг
России



Expo Rating



23-я международная специализированная выставка

КРИОГЕН-ЭКСПО

Промышленные Газы

16 - 18 сентября 2026

Россия, Москва, ВДНХ, павильон 57

Организатор



РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ:

- Криогенная техника и технологии
- Газоразделительное оборудование
- Криогенная арматура и комплектующие
- Вакуумное, компрессорное и теплообменное оборудование
- Промышленные и редкие газы, СУГ
- СПГ-технологии
- Оборудование для хранения, транспортировки, распределения и раздачи промышленных газов, СПГ и СУГ
- Криогенная изоляция
- Измерительное оборудование
- Сосуды Дьюара
- Технологии сверхпроводимости

Специальные разделы:

- Технологии производства и применения теплоизоляционных материалов
- Криогенное обеспечение сверхпроводящих материалов для энергетики и электротехники
- Технологии сбора и утилизации углекислого газа



Деловая программа:

**16 - 17
сентября
2026**

23-я международная конференция
«Криогенные технологии и оборудование.
Перспективы развития»

Международная конференция «Промышленные газы»

Международная конференция «Сжиженный природный газ»



rutube.ru/channel/51773669/



Русский: [cryogen-expo](https://www.cryogen-expo.ru)
English: [cryogen-expo.ru](https://www.cryogen-expo.ru)



Криогенные технологии
и промышленные газы:
[@cryotechtg](https://t.me/cryotechtg)



Дирекция выставки:

Тел/факс: 8 800 333-78-25, 8 (495) 137-78-25

E-mail: info@cryogen-expo.ru

Сайт: www.cryogen-expo.ru



www.cryogen-expo.ru



www.cryogen-expo.com



[cryogen_expo](https://twitter.com/cryogen_expo)



[cryogen_expo_ru](https://twitter.com/cryogen_expo_ru)

СИСТЕМА ХОЛОДОСНАБЖЕНИЯ ТЕРМОБАРОКАМЕРЫ ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ ВИДОВ ИСПЫТАНИЙ

Виктор Велюханов, генеральный директор ООО «Фриготрейд»

В статье показан пример оснащения новой термобарокамеры для проведения специальных видов испытаний каскадной системой холодоснабжения ФРИГОДИЗАЙН®. Кратко приведены примеры модернизированных нашей компанией термобарокамер, а также дан перечень изготовленных нами климатических камер для испытаний в соответствии с российскими ГОСТами.

Нашим климатическим камерам — 20 лет!

Специалисты ООО «Фриготрейд» уже два десятилетия проектируют и изготавливают климатические камеры различного назначения под ТМ ФРИГОДИЗАЙН® с температурно-влажностными параметрами, комплектацией и размерами, необходимыми заказчикам.

Температуру и влажность в рабочей зоне камеры мы можем поддерживать с высокой заданной точностью и стабильностью в диапазоне от -75°C до $+95^{\circ}\text{C}$, а относительную влажность — от 10% до 98% при температуре в камере от 10° до 95°C .

В зависимости от требования заказчика можно задать нужную скорость воздуха внутри камеры, а также обеспечить равномерное распределение температуры воздуха по высоте, ширине или по всему объёму камеры с заданной точностью.

В последние три года к этому производственному направлению добавились работы по модернизации и дооснащению системами холодоснабжения существующих или вновь изготавливаемых на предприятиях термобарокамер.

Подробно — о новом комплексе работ в Подмоскowie

В 2026 году наши специалисты на одном из предприятий Московской области выполнили комплекс работ по оснащению холодильным оборудованием новой термобарокамеры для проведения специальных видов испытаний.

Согласно техническому заданию заказчика требовалось охладить воздух внутри термобарокамеры с температуры $+60^{\circ}\text{C}$ до -70°C . Было поставлено условие, чтобы максимальное время процесса охлаждения воздуха от $+60^{\circ}\text{C}$ до -60°C составляло не более 2 часов. Холодопроизводительность установки при температуре в камере -60°C должна была составлять не менее 43 кВт, а охлаждение воздуха в термобарокамере проходить при нормальном атмосферном давлении.

Для обеспечения требуемого температурного режима в рабочем объёме термобарокамеры были изготовлены и поставлены пароконденсационный каскадный холодильный агрегат и блок испарителей, разработанный под заданную геометрию внутреннего объёма барокамеры.

Специалистами «Фриготрейд» спроектирована и изготовлена пароконденсационная холодильная двухкаскадная установка, включающая компрессорный агрегат на двух поршневых полугерметичных компрессорах с использованием хладагентов R507 и R23 с электрическим шкафом

управления и воздушным конденсатором, установленными сверху на раме агрегата.

На одном из российских предприятий по нашему заказу для этой холодильной установки был изготовлен специальный блок из двух трубчато-ребристых испарителей с габаритными размерами $2000 \times 1600 \times 700$ мм, размещенный внутри термобарокамеры. Расход воздуха через испарители, обеспечиваемый вентиляторами заказчика при напоре не менее 100 Па, составляет не менее $27\,000\text{ м}^3/\text{ч}$. Оттаивание испарителя осуществляется путем нагрева воздуха в рабочем объёме термобарокамеры.

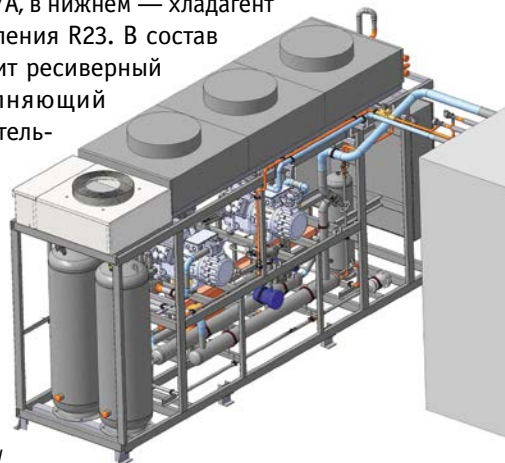
Холодильный каскадный компрессорный агрегат ФРИГОДИЗАЙН® FC-2P-43AE, спроектирован по техническому заданию заказчика для работы в закрытых отапливаемых помещениях при соблюдении следующих условий:

- температура окружающего воздуха от $+15$ до $+35^{\circ}\text{C}$;
- относительная влажность от 30,0 до 80,0 %;
- атмосферное давление от 84 до 106 кПа;
- электропитание должно соответствовать: $400\text{ В} \pm 10\%$ 3-фазное, $50 \pm 0,5$ Гц;
- срок эксплуатации агрегата FC-2P-43AE не менее 5 лет.

В состав компрессорного агрегата входит полный комплект приборов автоматики, что обеспечивает защиту компрессоров и испарителей от любых аварийных режимов. Регуляторы давления обеспечивают оптимальный режим работы компрессоров. Управление их производительностью осуществляется применением частотных приводов, обеспечивая максимальную защиту компрессоров от перегрузки.

В верхнем каскаде компрессорного агрегата используется хладагент R507A, в нижнем — хладагент высокого давления R23. В состав агрегата входит ресиверный блок, выполняющий роль расширительного сосуда.

Компоновочный
чертеж
двухкаскадной
холодильной
установки для
термобарокамеры





Испытательный комплекс с термобарокамерой и каскадной холодильной установкой

Габаритные размеры компрессорного агрегата с ресиверным блоком и шкафом управления составляют (ДхШхВ) 4250 x 1200 x 2500 мм. Сухая масса агрегата со шкафом управления 2200 кг.

Поскольку данная термобарокамера с установленным рядом с ней компрессорным агрегатом ФРИГОДИЗАЙН® находится в отапливаемом производственном помещении, конденсатор агрегата рассчитан на температуру окружающего воздуха 15...35°C.

В системе управления каскадной холодильной установкой предусмотрено два режима работы, которые осуществляются программой относительно полученных данных от контроллера заказчика.

При охлаждении климатической барокамеры в диапазоне положительных температур работает только верхний каскад холодильного агрегата, а в диапазоне отрицательных температур работают оба каскада. Управление скоростью охлаждения воздуха в рабочем объёме термобарокамеры обеспечивает контроллер заказчика путём изменения производительности каскадной холодильной машины.

Воздух в камере охлаждается, проходя между ламелями испарителя, который имеет два контура охлаждения — холодильный контур верхнего каскада (хладагент R507) для поддержания положительных температур в камере и контур нижнего каскада (хладагент R23) для поддержания отрицательных температур в камере. Регулирование производительности компрессора в контуре R507A осуществляется частотным преобразователем по сигналу от датчика давления кипения хладагента.

Регулирование производительности компрессора контура R23 осуществляется его частотным преобразователем по сигналу от контроллера управления термобарокамеры.

В пылевлагозащищенном (IP54) электрическом шкафу управления, размещенном на раме агрегата, установлены:

- входной силовой выключатель (рубильник);
- силовые автоматы защиты компрессоров, вентиляторов конденсатора и цепей управления;

- программируемый логический контроллер с предустановленной программой для автоматического контроля и управления компрессорами и вентиляторами конденсатора, а также выдачей всех параметров работы оборудования и аварийных сообщений на контроллер заказчика.

Включение, выключение и регулирование производительности каскадной холодильной машины производится по сигналам управления от контроллера заказчика. С ним также согласовывается протокол обмена сигналами.

Специалистами «Фриготрейд» установлено холодильное оборудование, проведен монтаж и пусконаладочные работы. Заказчику передан полный комплект эксплуатационно-технической документации.

Примеры модернизации эксплуатируемых термобарокамер, проектирование и изготовление испытательных стендов подробно описаны в ряде наших публикаций в отраслевых журналах. Все статьи можно прочитать на нашем сайте по ссылкам «О компании — Публикации в СМИ». В журнале «Империя холода» опубликованы две статьи на эту тему:

- «Модернизация термобарокамер и испытательных стендов», №3/2026;
- «Модернизация термобарокамер и изготовление климатических камер различного назначения», №6/2024.

Обзор климатических испытательных камер «Фриготрейд»

Наряду с изготовлением или модернизацией систем холодоснабжения для термобарокамер ООО «Фриготрейд» по техническому заданию заказчика проектирует и изготавливает под ТМ ФРИГОДИЗАЙН® климатические испытательные камеры следующего назначения:

- камеры с регулированием температуры, относительной влажности и скорости воздушного потока для испытаний торгового холодильного оборудования на соответствие ГОСТ 32560.2-2013 «Шкафы, прилавки и витрины холодильные торговые. Требования, методы и условия испытаний»;



Испытательный комплекс из четырех климатических камер для испытаний торгового оборудования для «Завода «Совиталпродмаш» (Polair™), г. Волжск, Республика Марий Эл

- климатические камеры для испытаний холодильного и нагревательного оборудования для предприятий общественного питания и торговли на соответствие ГОСТ 23833-95 «Оборудование холодильное торговое. Общие технические условия» и ГОСТ 32560.2-2013 «Шкафы, прилавки и витрины холодильные торговые. Требования, методы и условия испытаний»;
- камеры для испытаний керамических блоков и кирпичей на морозостойкость в соответствии с ГОСТ 7025-91 «Кирпич и камни керамические и силикатные. Методика определения водопоглощения, плотности и контроля морозостойкости»;
- камеры для испытаний устойчивости крупногабаритных строительных изделий (арок мостов, перекрытий) к силовым воздействиям в диапазоне температур от +50 до -60°C;
- крупногабаритные климатические испытательные камеры для специальных автотранспортных средств на соответствие ГОСТ РВ 0008-002-2013 «ГСИ. Аттестация испытательного оборудования, применяемого при оценке соответствия оборонной продукции. Организация и порядок проведения»;
- камеры для испытаний мёрзлых грунтов на соответствие ГОСТ 12248-2010 «Грунты. Методы лабораторного определения характеристик прочности и деформируемости»;
- камеры для теплотехнических испытаний строительных ограждающих конструкций:
 - стен на соответствие ГОСТ Р 56623-2015 «Контроль неразрушающий. Метод определения сопротивления теплопередаче ограждающих конструкций»,
 - оконных и дверных блоков на соответствие ГОСТ 26602.1-99 «Оконные блоки и дверные. Методы определения характеристик прочности и деформируемости»,
- камеры постоянных климатических условий для испытания естественной стабильности разрабатываемой фармацевтической продукции в соответствии с международными требованиями GMP;



Испытательный комплекс из двух климатических камер ФРИГОДИЗАЙН® на одном из предприятий АО «Чувашторгтехника»



Камера для испытаний керамических блоков и кирпичей на морозостойкость



Испытательный комплекс НИУ МГСУ с климатической сборно-разборной камерой ФРИГОДИЗАЙН®



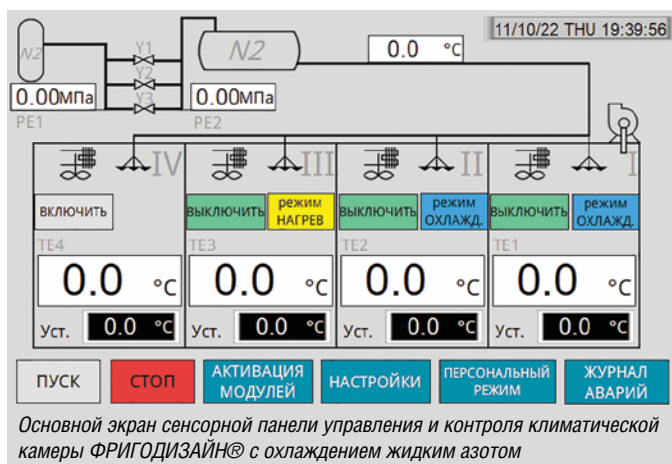
Камера ФРИГОДИЗАЙН® для испытаний мёрзлых грунтов на одном из московских предприятий



Камера ФРИГОДИЗАЙН® постоянных климатических условий для фармацевтического предприятия в Ставропольском крае



Система охлаждения жидким азотом климатической камеры ФРИГОДИЗАЙН®



- климатические испытательные камеры с охлаждением жидким азотом.

В зависимости от требований заказчика обеспечивается требуемая скорость воздуха внутри камеры, а также равномерность распределения его температуры и влажности по всему её объёму.

Где работают наши камеры и испытательные стенды

Камеры ТМ ФРИГОДИЗАЙН® могут комплектоваться любым количеством датчиков температуры, относительной влажности и других параметров, а также компьютерной системой контроля и мониторинга измеряемых параметров с архивацией данных.

Изготовленные или модернизированные специалистами «Фриготрейд» климатические камеры и испытательные стенды

с нашим холодильным оборудованием уже много лет работают на различных предприятиях.

Это ОАО «РЖД», «Российской самолётостроительной корпорации «МиГ», предприятия автомобильной промышленности в Самаре и Тольятти, в «Центре испытаний НАМИ» в Московской области.

Они успешно эксплуатируются на заводах торгового холодильного оборудования в Орле (Frigoglass™), «Брэндфорд» в Костроме, CRYSPI в г. Озёры Московской области, «Совиталпродмаш» (Polair™), АО «Чувашторгтехника», на фармацевтических предприятиях АО «Фармстандарт» в Курске, АО «Вертекс» в Санкт-Петербурге, на заводе австрийского концерна Wienerberger AG во Владимирской области, а также ряде предприятий оборонного комплекса.

С новостями нашего предприятия и подробной информацией об упомянутых выше климатических камерах и других реализованных проектах, отзывах заказчиков, патентах на изобретения можно познакомиться на нашем сайте frigodesign.ru.

000 «Фриготрейд»

8 800 505 05 42

+7 (495) 787 26 63

129345, г. Москва, ул. Осташковская, д.14

post@frigodesign.ru

www.frigodesign.ru

ФРИГОДИЗАЙН®

ООО «Фриготрейд» — российский разработчик и производитель систем холодоснабжения, климатических испытательных камер, гидромодулей, средств автоматизации и дистанционного мониторинга различных инженерных систем под ТМ ФРИГОДИЗАЙН®



СИСТЕМЫ ХОЛОДОСНАБЖЕНИЯ ФРИГОДИЗАЙН®

- Холодильное и скороморозильное оборудование
- Контейнерные системы холодоснабжения
- Генераторы ледяной воды +1°C с проточными испарителями
- Гидромодули и насосные станции
- Системы управления и дистанционного мониторинга
- Климатические испытательные камеры
- Оборудование для заморозки грунта плотин и дамб
- Поддержание климата в производственных помещениях
- Системы фрикулинга



ООО «Фриготрейд»

129345, г. Москва, ул. Осташковская, д.14

8 800 505 05 42; +7 (495) 787 26 63

post@frigodesign.ru

frigodesign.ru

ОБОРУДОВАНИЕ

ТЕХНОЛОГИИ

ИНГРЕДИЕНТЫ

УПАКОВКА

ПИЩЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ИНГРЕДИЕНТЫ
АВТОМАТИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ
ПИЩЕВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
УПАКОВОЧНЫЕ РЕШЕНИЯ
ХОЛОД

АГРО ПРОД МАШ



31-я международная выставка
«Оборудование, технологии, сырье
и ингредиенты для пищевой
и перерабатывающей промышленности»

28.09 – 01.10.2026

Россия, Москва, МВЦ «Крокус Экспо», пав. 3

12+

www.agroprod mash-expo.ru

Реклама



Минпромторг
России



Организатор
ЭКСПОЦЕНТР

*Согласно Общероссийскому рейтингу выставок. Подробнее – www.exporating.ru



ЭФФЕКТИВНЫЙ «ЗЕЛЁНЫЙ» ХОЛОД ОТ «ОК» — АЛЬТЕРНАТИВА ФРЕОНОВЫМ ЧИЛЛЕРАМ

Антон Песляк, руководитель коммерческого отдела ООО «ОК», Санкт-Петербург



Компания «ОК» предлагает серию **mCHILLER FUGU** — компактные аммиачные холодильные системы с низкой заправкой хладагента типа *plug-and-play* (включи и работай), которые значительно упрощают процесс монтажа и пусконаладки на объекте.

Системы разработаны как эффективная альтернатива стандартным фреоновым чиллерам универсального назначения. Они подходят для любых отраслей, где востребован промышленный холод больших мощностей: от систем кондиционирования зданий до обеспечения сложных технологических процессов на предприятиях пищевой и химической промышленности.

Достоинства новых компактных аммиачных систем

Чиллеры **mCHILLER FUGU** имеют высокую степень заводской готовности, испытаны и апробированы перед отгрузкой заказчику. Ключевыми преимуществами серии являются:

- стандартная линейка оборудования;
- высокая универсальность;
- безупречная надежность и долговечность;
- безопасность эксплуатации и низкие эксплуатационные расходы;
- быстрый монтаж на объекте;
- возможность централизации установок в едином уличном модуле.

Применение подобных систем особенно актуально при реконструкции или расширении действующих производств, уже имеющих в парке аммиачные холодильные установки.

Интеграция автономного аммиачного чиллера в систему холодоснабжения может быть осуществлена как в модульном исполнении на отдельной открытой площадке, так и внутри действующего машинного зала — в зависимости от технической возможности объекта. При этом такая схема технического перевооружения предприятия не противоречит требованиям действующих норм и правил.

Применение независимой установки на базе чиллеров **mCHILLER FUGU** позволяет компенсировать потребности предприятия в холоде с применением эффективного и экологичного технического решения.

Масштаб систем варьируется под любые запросы бизнеса: от стандартных рамочных версий до готовых уличных контейнерных модулей, работающих на базе нескольких чиллеров.

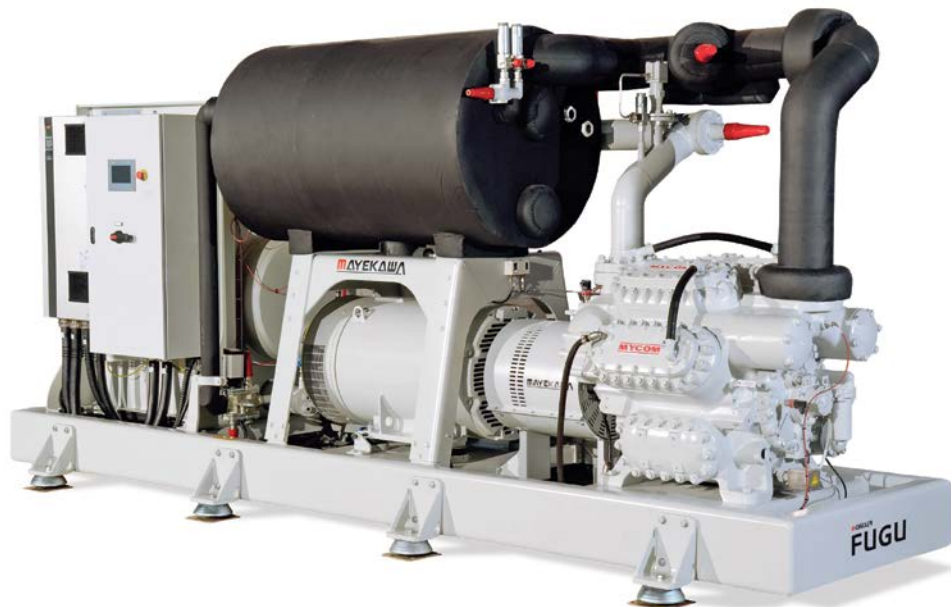
Комплексный подход ООО «ОК»

Наша компания осуществляет полный цикл: проектирование — поставка — монтаж — сервис.

Мы рекомендуем **mCHILLER FUGU** для пищевых производств, пивоварен, рыбо-мясопереработки, крупных распределительных центров, систем кондиционирования (HVAC), производственных зданий и других отраслей промышленности.

Наши специалисты разрабатывают проектную документацию строго по действующим федеральным нормам и правилам. А также — организуют проведение экспертизы промышленной безопасности, подготовку документации для обеспечения регистрации оборудования в реестре опасных производственных объектов.

Применение природного хладагента аммиака избавляет бизнес от



рисков, связанных с запретительными мерами по применению ГФУ-хладагентов в рамках действующей Кигалийской поправки. Напомним, что с 2024 года начался самый жёсткий этап вывода фреонов из оборота — наша страна обязана сократить их потребление на 35%, а к 2029 году — уже на 70%.

Современная технология на новом уровне

Старшее поколение инженеров прекрасно помнит эпоху 1970-80-х годов, когда в СССР по программе государственного бартера массово завозились комплектные холодильные системы из Финляндии. Блочные аммиачные установки финского производства были поставлены для сотен советских птицефабрик, складов, береговых рыбозаводов, зверосовхозов по всей стране. Финские модули ценили за революционную для тех лет автономность и надёжность: оборудование привозили на объект готовым, монтировали в кратчайшие сроки, и оно безотказно работало десятилетиями.

Сегодня инжиниринговая компания ООО «ОК» развивает эту проверенную



временем концепцию на базе современных технологий на принципиально новом уровне автоматизации, безопасности, аммиакоёмкости и энергоэффективности.

Мы уже реализовали несколько успешных проектов по внедрению собственных разработок — модульных холодильных установок на объектах мясоперерабатывающей промышленности.

Появление на российском рынке новой серии аммиачных чиллеров **mCHILLER FUGU** открывает новые возможности по холодоснабжению предприятий, обеспечивающих продовольственную безопасность страны. При этом оборудование надёжное, безопасное и экологичное.

Принципы универсальности и максимальной заводской готовности **mCHILLER FUGU**, подкреплённые более чем 30-летним опытом нашей компании, гарантируют минимальные сроки введения систем в работу и низкую стоимость владения.

*Чиллер **mCHILLER FUGU** будет представлен на стенде ООО «ОК» на международной выставке Global Fishery Forum & Seafood Expo Russia 16-18 сентября 2026 года в Санкт-Петербурге.*

Более подробную информацию вы можете получить, обратившись к нашим специалистам по тел. +7 (812) 740-22-65



ООО «ОК»

195277, г. Санкт-Петербург,
Большой Сампсониевский проспект,
дом 45
office@ok-ref.ru
www.ok-ref.ru



ПАРАМЕТР	FUGU	СТАНДАРТНЫЙ ЧИЛЛЕР
ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ		
Тип исполнения	Чиллер с водяным охлаждением	Чиллер с воздушным охлаждением
Расчетная температура окружающего воздуха	28°C	28°C
Температура конденсации хладагента	38°C	38°C
Количество компрессоров	1 поршневой	3 винтовых полугерметичных HSK8571
Хладагент / заправка	R717 (Аммиак)	Фреон R404a
Диапазон регулирования мощности	11,0 ÷ 100 %	16,5 ÷ 100 %
Холодопроизводительность	822 кВт	793 кВт
Мощность конденсатора	1025 кВт	1079 кВт
Потребляемая мощность	203 кВт	286 кВт
COP (Коэффициент производительности)	4,1 (-)	2,78 (-)
Хладоноситель	GLYCOL – 30%	GLYCOL – 30%
Температура хладоносителя на входе	0°C	0°C
Температура хладоносителя на выходе	-5°C	-5°C
Охлаждающая среда для конденсатора	ВОДА	ВОЗДУХ
Температура среды на входе	30°C	28°C
Температура среды на выходе	35°C	–



«АГРОПРОДМАШ»: РЕКОРДНЫЙ ИНТЕРЕС

ПРЕСС-РЕЛИЗ

Выставку «Агропродмаш» нередко сравнивают с барометром пищевой и перерабатывающей промышленности. Анализ аудитории последних лет показывает: качественный состав посетителей становится всё более целевым, а запросы — предметными. Свыше 26 тысяч посетителей выставки — кто они и почему приходят?

География и статус посетителей

География посетителей выставки охватывает почти все регионы России, а также страны ЕАЭС, Индию, Китай и Турцию.

Более 75% посетителей — **собственники бизнеса, генеральные директора и руководители направлений**. Они приходят не просто смотреть на технику и оборудование, подписывать контракты на переоснащение производств.

Технологические приоритеты

Интересы технологов сегодня сфокусированы на комплексных решениях, у них в приоритете:

- **Ингредиенты и добавки** — разработка и внедрение новых рецептов.
- **Автоматизация и софт** — запрос на исключение «человеческого фактора» и цифровой контроль качества (от систем прослеживаемости продуктов до использования ИИ в их сортировке).
- **Упаковка** — решения, позволяющие продлить срок годности без потери «чистой этикетки».
- **Холодильное оборудование** — энергоэффективные системы промышленного охлаждения, камеры шоковой заморозки, высокотехнологичные склады.

Ключевые цели

В числе ключевых целей **специалистов по закупкам и развитию**:

- заключить контракты / подписание соглашений / закупки (43%);
- установить новые деловые контакты (37%);
- найти поставщиков (32%);
- получить и сравнить предложения (23%).



Новый тренд: интерес кафе, ресторанов и кейтеринга

Одним из ярких трендов последних лет стал рост интереса к выставке «Агропродмаш» со стороны индустрии гостеприимства, рестораторов и сетей общественного питания: за четыре года в пять раз. В 2025 году зафиксирован очередной рекорд — экспозицию посетили более 1 320 представителей отрасли.

Устойчивый рост объясняется запросом ресторанного бизнеса на промышленную автоматизацию: от цехов заготовки (фабрик-кухонь) до систем порционной упаковки и решений для сегмента готовой еды.

Эффективность и результат

«Агропродмаш» позволяет подобрать оптимальные решения для крупного, среднего и малого бизнеса. Высокое качество экспозиции подтверждается цифрами: 96% посетителей полностью удовлетворены составом участников, а 87% — достигли поставленных целей визита. Это делает выставку уникальным инструментом, где на одной площадке за четыре дня бизнес может решить максимум своих вопросов.

Резюме

Посетители «Агропродмаша» — это профессионалы, которые приходят с чётким техническим заданием. Это аудитория, ориентированная на долгосрочное партнёрство, модернизацию производства и поиск эффективных ответов на требования продовольственной безопасности.

Для экспонента это означает: диалог на стенде должен быть экспертным, быстрым и подкреплённым конкретными цифрами эффективности.

Выставка «Агропродмаш-2026» состоится 28 сентября — 1 октября 2026 года в МВЦ «Крокус Экспо», павильон 3, залы 13, 14, 15 и 18. Организатор — АО «ЭКСПОЦЕНТР».

До встречи на выставке!



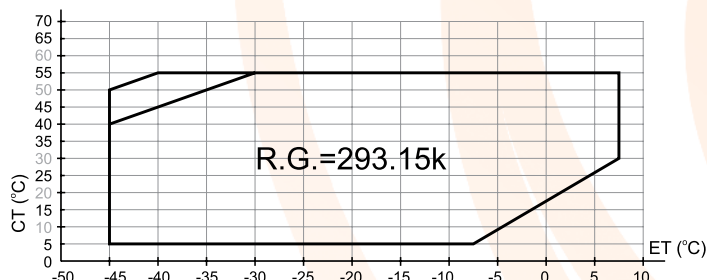
ООО «Русские Медные Трубы» представляет вашему вниманию новинки модельного ряда спиральных компрессоров Invotech, которые поступили в серийное производство в 2025-2026 годах.

Компания Invotech — ведущий китайский производитель спиральных компрессоров.

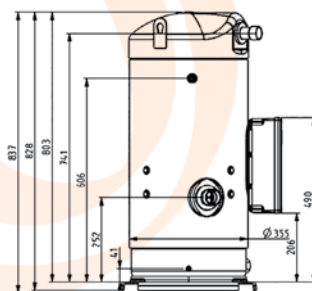


Спиральные компрессоры для холодильного применения.

В 2026 году началось серийное производство самого большого по объёмной производительности низкотемпературного спирального компрессора серии YF — YF400E1G-V100. Имея объёмную подачу 112 м³/ч в диапазоне $T_e = -45^\circ\text{C} \dots +6^\circ\text{C}$, R404a, он может применяться при оснащении крупных низкотемпературных складов, камер шоковой заморозки и в других областях коммерческого холода. Для большей энергетической эффективности необходимо использование экономайзера (опция).

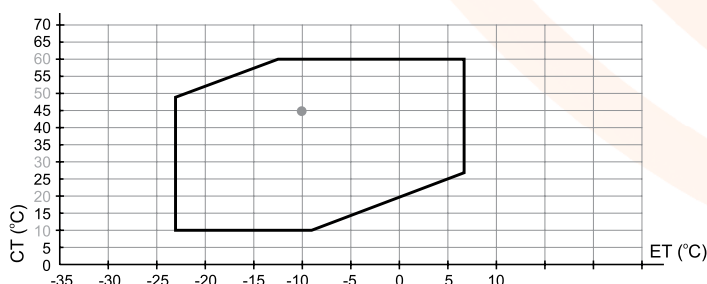


! Доступен EVI KIT
(Теплообменник,
• контроллер, ЭРВ)

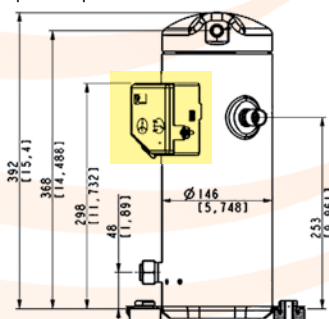


Компрессоры серии YS.

В 2026 году началось серийное производство новой серии среднетемпературных спиральных компрессоров серии YS с объёмной производительностью от 3 до 8 м³/ч в диапазоне $T_e = -23^\circ\text{C} \dots +7^\circ\text{C}$, R404a. Эти компрессоры предназначены как для использования в торговом холодильном оборудовании, так и для других среднетемпературных технологических применений (молокоохладители и пр.). Компрессоры серии YS могут работать не только с R404a, но и с хладагентами с низким ПГП (R448a, R449a, R454a, R454c, R455a). Имея оптимальную стоимость и высокую надёжность, компрессоры YS могут быть заменой поршневых герметичных компрессоров.

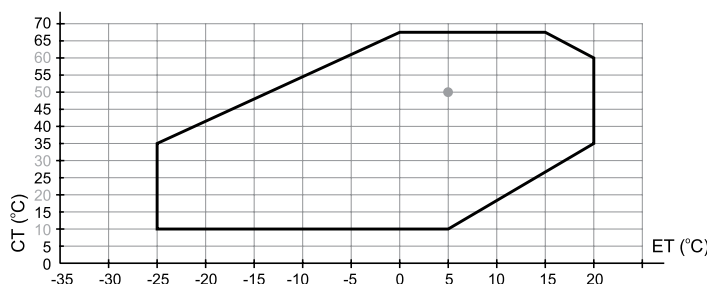


! Доступен литой разъём
Степень защиты — IP66



Спиральные компрессоры для высокотемпературного применения и чиллеров.

В 2025 году началось производство серии YA — нового модельного ряда компрессоров для высокотемпературного применения и чиллеров. На сегодняшний день представлены две модели компрессоров этой серии: YA485C1G-100 (объёмная производительность 77 м³/ч) и YA600C1G-100 (объёмная производительность 94 м³/ч). Эти компрессоры предназначены для работы с хладагентом R410a и имеют широкий рабочий диапазон, $T_e = -25^\circ\text{C} \dots +20^\circ\text{C}$, позволяющий использовать их не только для высокотемпературного применения, но и для среднетемпературных технологических процессов. Большая объёмная производительность позволяет применять эти спиральные компрессоры вместо винтовых, что может уменьшить капитальные затраты при производстве холодильной машины и увеличить её энергетическую эффективность и надёжность.

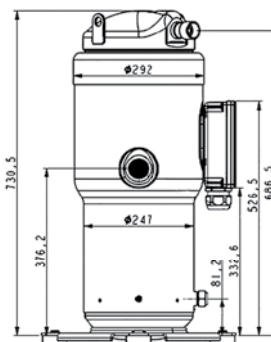
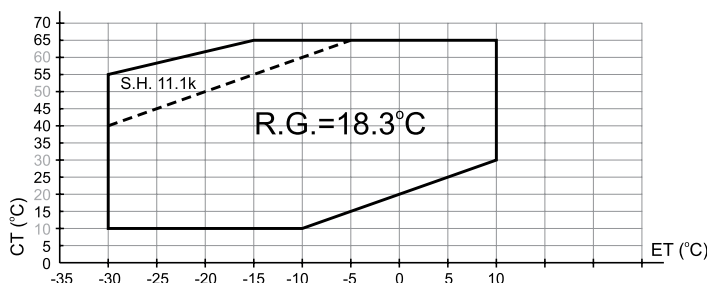


Справка по подбору:

Компрессор	Аналог
YS220E1G-100	ZB220KCE-TFD (Copeland)
YA485C1G-100	ZP485KCE-TFD (Copeland)
YA600C1G-100	DSH600A4ABA (Danfoss)

Компрессор YS220E1G-100

— самый крупный по производительности среднетемпературный спиральный компрессор в линейке Invotech. Имеет объёмную производительность 87 м³/ч в диапазоне $T_e = -30^\circ\text{C} \dots +10^\circ\text{C}$, R404a, что позволяет его использовать при строительстве больших холодильных камер и чиллеров для различных технологических применений.



Полная информация:



COPPERTUBES.RU

SALE@COPPERTUBES.RU



УМНЫЕ СПЛИТ-СИСТЕМЫ 2030: ОБЗОР ПРОРЫВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Каким будет индустрия климата в ближайшем будущем? В предстоящие пять лет сплит-системы ждёт серьёзная трансформация: они станут гораздо интеллектуальнее, экономичнее и глубже встроятся в домашнюю экосистему.

Авторы статьи рисуют светлое будущее новых взаимоотношений между человеком и его микроклиматом. По их мнению, оно практически уже реально. А в нашей российской индустрии свои даже самые простые сплит-системы для дома не производятся. Но всё же давайте заглянем туда, где обещают «золотой век» домашнего климата.

Некогда обычный охладитель сегодня эволюционирует в комплексный климатический узел, вплетенный в логику интеллектуального жилья и руководствующийся новой миссией — одновременной опекой над самочувствием жильца и состоянием окружающей среды. Мы наблюдаем приближение технологического скачка, который переопределит саму природу отношений между человеком и его микроклиматом.

Уже к концу пятилетнего горизонта сплит-система трансформируется в незримый, бесшумный и аналитический организм, предвосхищающий наши желания благодаря продвинутому алгоритмам и молекулярному материалу.

Драйвером этого переворота послужит замена устаревших компрессорных циклов твердотельными принципами. На повестке дня — промышленное освоение калорического

и эластокалорического феноменов, в которых температурный перепад достигается не синтетическими рабочими телами вроде фреона, а особыми металлическими композитами или полимерами. Это исключает утечки парниковых эмиссий, урезает потребление электричества на треть или даже вдвое и сводит износ оборудования к минимуму. Шум компрессора канет в небытие, сменившись абсолютной тишиной, которую нарушает лишь едва уловимое движение воздуха.

Вместе с этим канет в прошлое и привычный пластиковый контур. Уличная часть сплит-системы грядущего интегрируется в архитектурный ансамбль — например, в облицовку или кровельное покрытие. Наступит эпоха фотоэлектрических климатических экранов, где лицевая сторона теплообменного блока покрыта гибкими перовскитными фотоэлементами.

Агрегат станет органичной частью городской энергосети. В моменты пиковой инсоляции он не просто вырабатывает холод на даровой энергии небесного светила, но и резервирует излишки охлаждения в теплоаккумуляторах с фазовым переходом, а избыточное электричество отправляет в домашнюю сеть.

Гибридное устройство сможет действовать и как тепловой насос зимой с коэффициентом трансформации свыше 500 %, извлекая низкотемпературную энергию уличной среды даже в минусовые показатели без риска обледенения — благодаря супергидрофобным наноструктурированным ламелям.

Переворот ожидает и комнатный модуль, который навсегда лишится узнаваемого облика. Прогресс в сфере направленного акустического эффекта позволит создавать агрегаты без вентиляторов и отклоняющих

заслонок. Воздушная струя станет формироваться ультразвуковыми матрицами либо ионными полями, бесшумно струясь вдоль потолочной или стенной поверхности со строго выверенной скоростью, полностью устраняющей субъективное чувство сквозняка. С виду подобный аппарат предстанет малозаметной декоративной панелью или частью осветительной системы.

Главным анализатором климатического устройства окажется лазерный спектрометрический модуль. В противовес примитивным датчикам запыленности или углекислого газа, грядущие сенсоры на квантовых каскадных лазерах смогут в реальном масштабе времени идентифицировать молекулярный почерк атмосферы. Кондиционер перейдет от простой фильтрации к управлению воздушной химией. Зафиксировав всплеск концентрации патогенов, грибковых спор или испарений от мебелировки, он задействует фотокаталитическую дезинфекцию нового поколения.

Светодиоды ультрафиолетового диапазона, абсолютно безвредного для человека, но разрушительного для микроорганизмов, облучают поверхность катализатора, расщепляя вредные вещества до воды и углекислоты на молекулярном уровне. Более того, по команде со смартфона или с опорой на показатели фитнес-браслета, прибор сможет порционно вводить в приточный воздух безопасные дозы водородных анионов или мелатонина, помогая концентрации в дневное

время и мягкой подготовке организма к ночному отдыху.

И наконец, нейроинтерфейс и прогностическая аналитика фундаментально изменят концепцию управления. Нам более не придется искать пульт или произносить голосовые директивы. Искусственный интеллект сплит-системы, прошедший обучение на массивах данных конкретного домохозяйства, будет рассчитывать тепловые нагрузки, сверяясь с расписанием, геопозицией и биржевой ценой электричества.

Кондиционер заблаговременно охладит спальню к часу вашего прибытия с работы, приняв в расчет плотность трафика, и сделает это строго в период действия льготного тарифа. Грань между вентиляцией, обогревом и кондиционированием сотрется целиком.

Современные сплит-системы купить можно с базовым Wi-Fi, но истинный прорыв — в переходе от реактивных действий к предсказательным. Климатическое оборудование оснащается машинным обучением. Вам больше не нужно программировать таймеры.

Будущий интеллектуальный кондиционер обрабатывает сводки погоды, заблаговременно подготавливаясь к жаре или заморозкам и меняя интенсивность охлаждения или нагрева. С помощью камер и синхронизации с фитнес-браслетами техника определяет, кто именно находится в комнате: детям предложит деликатный микроклимат, пожилым — стабильное тепло, аллергикам — агрессивную очистку воздуха.

Важнейшей опцией станет предугадывание неисправностей. Нейросеть непрерывно отслеживает состояние компрессора (нагнетателя), радиатора и фильтрующих элементов, диагностируя дефекты задолго до поломки, самостоятельно рассылая уведомления и оформляя вызов мастера через интернет-магазин кондиционеров.

Через пять лет сплит-система обретет статус автономного агента здоровья и удобства, дышащего слоя здания, подстраивающего среду обитания под биоритмы человека без оглядки на ущерб планетарной экосистеме. Это будет нечто большее, чем просто прохлада летом и согреть зимой, — перед нами предстанет тихая, стерильная и мыслящая атмосфера, нацеленная на единственную сверхзадачу: продлевать и улучшать человеческую жизнь.

Какие выводы для конечного потребителя? Результатом эволюции окажутся климатические приборы, которые не ограничиваются фиксацией заданной температуры, а превращаются в персональных хранителей атмосферы.

Они начнут предвосхищать наши ожидания, функционировать практически бесшумно, сокращая расход ресурсов и формируя поистине здоровую и уютную среду обитания. Безусловно, внедрение этих инноваций потребует периода адаптации и финансовых вложений, однако курс на цифровизацию климатического оборудования не вызывает сомнений.

split80.ru





ТРЕНДЫ КОНДИЦИОНИРОВАНИЯ 2026: ЧТО БУДЕТ НА ПИКЕ ПОПУЛЯРНОСТИ

Какие технологии кондиционирования набирают популярность в 2026 году? Тепловые насосы, ЕС-двигатели, хладагент R32, интеграция с «умным домом» и прецизионное охлаждение — разбираем главные тренды.

Рынок климатической техники меняется быстрее, чем принято думать. Ещё несколько лет назад тепловой насос казался экзотикой, а R32 — новинкой для избранных. Сегодня это стандарт и спрос формируют новые решения. Почему именно они окажутся на пике в ближайшие годы?

Тепловые насосы воздух-вода: от нишевого к массовому

Тепловой насос воздух-вода из решения для энтузиастов превращается в реальную альтернативу газовому котлу. Драйвер — рост цен на энергоносители и ужесточение требований к энергоэффективности зданий. КПД теплового насоса в 3-5 раз превышает прямой электрический нагрев, что делает его экономически привлекательным даже с учётом более высокой стоимости оборудования.

В России тренд поддерживается активным строительством загородной недвижимости: частные дома без централизованного теплоснабжения — идеальная ниша для тепловых насосов. Особым спросом пользуются модели, совместимые с системами тёплого пола и фанкойлами.

Экологичные хладагенты: R32 как новый стандарт

Переход с R410A на R32 — уже свершившийся факт для большинства производителей. Следующий шаг — хладагенты 4-го поколения с ещё более низким потенциалом глобального потепления: R454B, R466A. Они постепенно появляются в новых моделях ведущих брендов и к 2027-2028 годам должны занять значительную долю рынка.

Для конечного пользователя это означает меньшую нагрузку на атмосферу при утечке хладагента без потери производительности системы.

ЕС-двигатели: инвертор для вентилятора

Если инверторный компрессор давно стал стандартом, то ЕС-двигатели для вентиляторов внутренних и наружных блоков — активно развивающийся тренд. ЕС-двигатель плавно регулирует скорость вращения вентилятора в зависимости от нагрузки, снижая энергопотребление на 30-50% по сравнению с обычными асинхронными двигателями.

Технология активно внедряется в каналные кондиционеры, приточно-вытяжные установки и промышленные VRF-системы — там, где вентиляторы работают непрерывно и вклад в общее энергопотребление наиболее значителен.

Прецизионное охлаждение: спрос от дата-центров

Взрывной рост вычислительных мощностей — дата-центры, серверные комнаты, инфраструктура ИИ — формирует устойчивый спрос на прецизионные кондиционеры. В отличие от комфортного кондиционирования, прецизионное оборудование поддерживает заданную температуру с точностью $\pm 0,5-1^{\circ}\text{C}$ и работает круглосуточно без остановок.

Характерная особенность тренда — рост спроса не только на крупные ЦОД, но и на небольшие серверные комнаты в коммерческих и промышленных зданиях, которые раньше обходились обычными кондиционерами.

Интеграция с «умным домом» и BMS

Управление климатической системой через единое приложение или систему автоматизации здания (BMS) перестало быть прерогативой крупных объектов. В 2026 году интеграция с «умным домом» — ожидаемая функция даже в бытовых сплит-системах среднего ценового сегмента. Управление по Wi-Fi, голосовые команды, сценарии по расписанию и геолокации — всё это уже норма, а не дополнительная опция.

Для коммерческих объектов ключевым становится интеграция оборудования в BMS с мониторингом энергопотребления в реальном времени и предиктивным обслуживанием на основе данных датчиков

МИР КЛИМАТА

10-13 ноября 2026
МОСКВА, КРОКУС ЭКСПО

22-я Международная выставка оборудования для систем
кондиционирования, вентиляции, отопления и холодоснабжения

ВЕНТИЛЯЦИЯ

КОНДИЦИОНИРОВАНИЕ

ХОЛОДОСНАБЖЕНИЕ

ОТОПЛЕНИЕ

**ЗАБРОНИРУЙТЕ
СТЕНД**

climatexpo.ru



Организатор



12+ РЕКЛАМА ГК «ЕВРОЭКСПО»



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА ВЫСТАВКИ «МИР КЛИМАТА»



С 10 по 13 ноября в МВЦ «Крокус Экспо» пройдёт 22-я Международная выставка оборудования для систем кондиционирования, вентиляции, отопления и холодоснабжения «Мир Климата». Деловая программа выставки объединит представителей государственной власти, производителей климатического оборудования, главных инженеров промышленных предприятий, проектировщиков, монтажных и сервисных специалистов.

Перед HVAC/R-рынком сегодня стоит целая цепочка задач: как подтвердить характеристики оборудования, пройти экспертизу, сохранить энергоэффективность проекта, выстроить поставки, совместить разнородную автоматику и не переложить цену ошибки на монтаж, сервис или эксплуатацию.

В условиях более осторожного спроса, давления на маржинальность и пересмотра логистических и складских стратегий инженерные решения всё чаще оцениваются не только по стоимости закупки, но и по тому, как они работают на объекте через год, три или пять лет.

Именно этот переход от экстренной адаптации к системной работе с качеством, надёжностью и экономикой решений является одной из главных линий деловой программы выставки «Мир Климата» в ноябре.

Важным событием программы станет пленарное заседание, посвящённое стратегии развития климатической отрасли. Представители Минпромторга России, руководители ведущих заводов и крупнейшие заказчики обсудят меры господдержки, логистику, стандартизацию и технологическое партнёрство.

Один из главных вопросов дискуссии — как развивать отечественное производство, не замыкая рынок внутри себя, и где проходит граница между импортозамещением, кооперацией с дружественными странами и технологической изоляцией.

Отдельная сессия традиционно будет посвящена охлаждению центров обработки данных. Для HVAC/R это один из самых требовательных к инженерии сегментов: растут вычислительные мощности, повышается тепловая нагрузка.

Представители ЦОД специалисты по прецизионному охлаждению разберут инженерные решения для высоконагруженных объектов: от энергоэффективного фрикулинга до жидкостного охлаждения.

Значительная часть программы адресована проектировщикам. В новых рыночных условиях привычную спецификацию уже не всегда можно перенести из проекта в проект. Приходится заменять оборудование аналогами, пересчитывать параметры, проверять совместимость и защищать энергоэффективность перед заказчиком. На сессии обсудят алгоритмы переполюсовки, дефицит BIM-библиотек для отечественного ПО, особенности работы с чистыми помещениями и производствами, а также путь от чертежа до госэкспертизы.

Тему инженерного проектирования продолжит сессия «Архитектура инженерных систем-2026». Промышленную вентиляцию рассмотрят не как обязательную строку в строительной смете, а как фактор, влияющий на экономику предприятия. На производстве климатическая система связана с качеством продукции, безопасностью процессов, ресурсом оборудования и финансовым результатом.



Практическая сессия для монтажных и сервисных компаний будет посвящена работе на объекте — там, где проектные решения сталкиваются с реальными поставками, сроками, настройкой автоматики и дальнейшим обслуживанием. В фокусе — стыковка разнородного оборудования, уязвимости решений, представленных на рынке, дефицит компонентов и регламенты, которые помогают сдавать системы без последующих рекламаций.

Партнёрская сессия «Русского дома» затронет стык дизайна, архитектуры, монтажа и ремонтпригодности. Дизайнеры, архитекторы, инженеры, монтажники и сервисные специалисты разберут как закладывать решения на этапе проекта, чтобы объект было легче монтировать, сдавать и обслуживать.

Климатическим системам загородных домов будет посвящена сессия Ассоциации МЖС. Участники рассмотрят полный жизненный цикл объекта: от стандартов и новых требований ГОСТ Р до экономики монтажа, сервиса, удалённого мониторинга и защиты домов от аварий. Россоюзхолодпром готовит сессию о развитии холодильной индустрии.

В заключительный день в рамках выставки впервые пройдёт чемпионат по проектированию и моделированию «Человек & ИИ», организованный совместно с союзом «Ассоциация Климата». Инженеры-проектировщики в реальном времени сравнят свои решения с возможностями искусственного интеллекта.

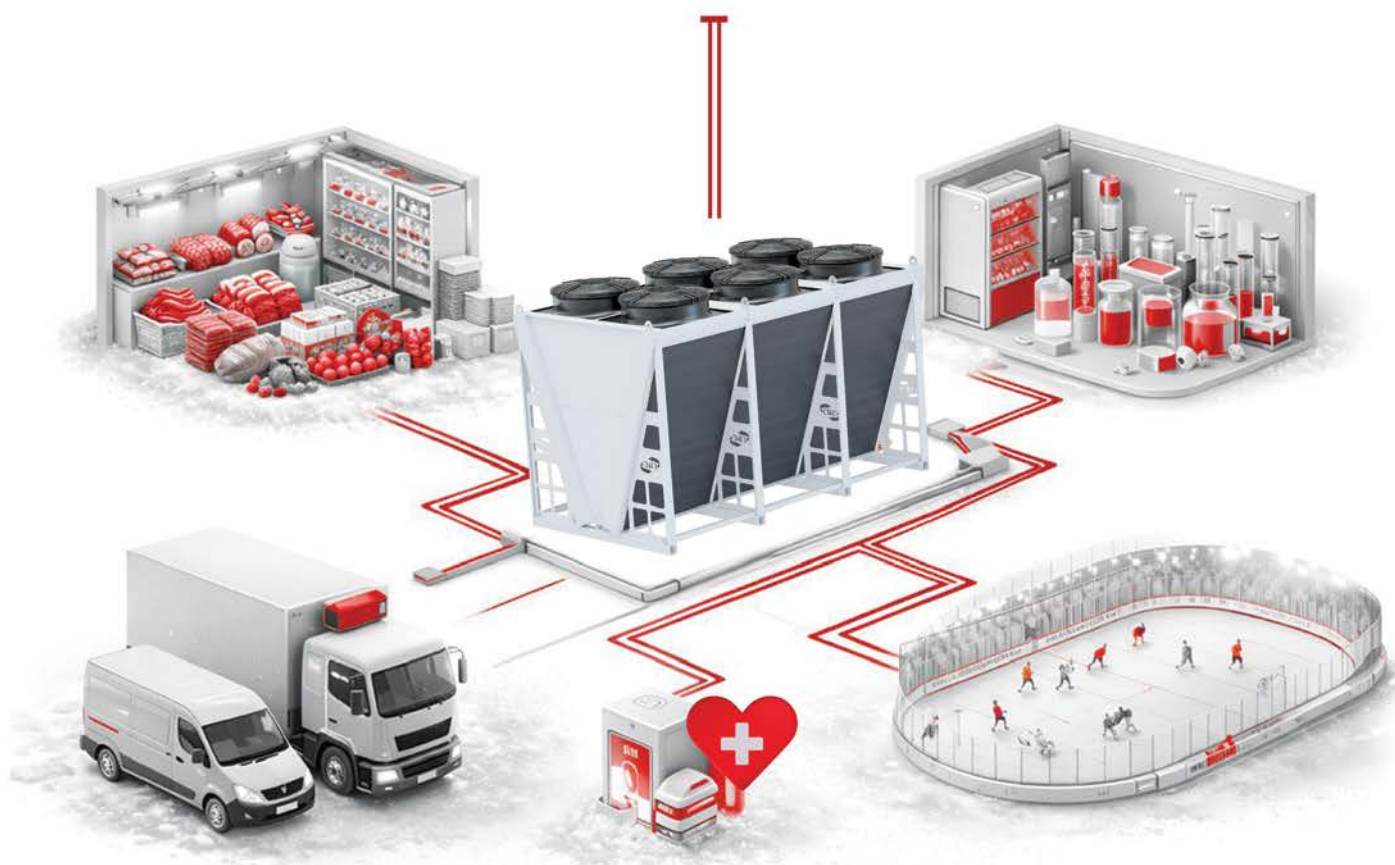
Деловая программа выставки «Мир Климата» охватит весь путь инженерного решения: от стратегии производства и выбора оборудования до проектирования, монтажа, сервиса и эксплуатации. Для рынка, где цена ошибки заметна, такой разговор становится особенно ценным.

**Подробности на официальном сайте мероприятия
climatexpo.ru**

Журнал «Империя холода» — медиапартнёр выставки



программа
расчета



cwc60.ru
sales@cwc60.ru
+7 (911) 366-05-41

ГЛУБОКИЙ СПАД НА РЫНКЕ РЕФРИЖЕРАТОРОВ: В 2026 ГОДУ СОХРАНЯЕТСЯ ТЕНДЕНЦИЯ 2025 ГОДА



Национальное Агентство Промышленной Информации (НАПИ) и компания «СИБ Трансхолод», дистрибьютор транспортного холодильного оборудования, рассказывают о ситуации на рынке рефрижераторов в 2026 году.

Отмечается, что последнее время на этом рынке в России наблюдается глубокий спад. В I кв. 2026 года продажи новых авто упали на 70,7% относительно аналогичного периода прошлого года. Рынок в целом сократился на 19% с учётом того, что сегмент поддержанных подрос на 8,6%. За первые три месяца текущего года было зарегистрировано 0,7 тыс. ед. новых и 5,1 тыс. ед. поддержанных рефрижераторов разных типов: на базе лёгкого коммерческого транспорта, грузовиков, прицепов и полуприцепов.

Транспортные компании минимизировали спрос

Особенность 2025 и 2026 годов — падение спроса со стороны транспортных компаний до минимума. Ранее они регулярно обновляли парк, приобретали десятками и сотнями новые рефрижераторы, а в 2025 году из-за ситуации в транспортной отрасли большинство из них остановило закупки, а некоторые вернули ранее приобретённую в лизинг технику в связи с невозможностью обслуживать платежи.

Больше всего сократились регистрации полуприцепов-рефрижераторов, их обычно используют для перевозки крупных партий температурных грузов на дальние расстояния — между регионами, федеральными округами или странами.

Крупнейшие покупатели рефрижераторов: федеральные розничные сети по продаже продуктов питания, логистические операторы со специализацией на перевозке температурных грузов, производители продуктов питания, аптечная сеть.

Во второй половине 2025 года произошло смещение спроса с новых рефрижераторов на поддержанные, так как после возвратов от эксплуатантов у лизинговых компаний сформировались значительные запасы техники. В 2026 году это смещение сохраняется и приводит к снижению покупок новых рефрижераторов.

На рынке поддержанных авто ситуация лучше. Положительная динамика в их регистрациях появилась во втором полугодии 2025 года: в это время

стали расти ставки на грузоперевозки. Бывшие в эксплуатации 2-3-летние рефрижераторы можно было приобрести по привлекательной цене.

Холодильные установки для рефрижераторов

«Сейчас в России нет проблем с приобретением холодильных установок», — отмечает Дмитрий Шелгунов, руководитель группы по работе с ключевыми клиентами «СИБ Трансхолод». Важно правильно выбрать фургон, подобрать холодильную установку в соответствии с его параметрами, видом перевозимой продукции и режимом эксплуатации. Важный критерий выбора — сервисная сеть и географическое расположение сервисных станций.

В рефрижераторах на базе лёгкого коммерческого транспорта и среднетоннажных грузовиках используются, в основном, холодильные установки с приводом от ДВС автомобиля. Конструктивно установка представляет собой сплит-систему: конденсатор монтируется на передней стенке фургона или на его крыше, а испаритель располагается внутри кузова. Иногда их называют холодильными установками прямого привода.

В России представлены как импортные агрегаты такого типа, так и российского производства. Зарубежные бренды: Carrier, SuperCool, SuperSnow, Thermo King. Крупнейшие отечественные производители: Завод «Террафриго», «Элинж». Продукция этих предприятий наиболее часто приобреталась и в 2025, и в первой половине 2026 года.

На тяжёлых грузовиках рекомендуется использование автономных холодильных установок с собственным двигателем и стояночной секцией. Собственный двигатель позволяет не зависеть от ДВС автомобиля, обеспечивает равномерную производительность, выдаёт большую мощность. Это необходимо при перевозке замороженной продукции и при частом открывании дверей фургона. С помощью стояночной секции установка подключается к электросети, а ДВС выключается.

Особенно это удобно при ночной доставке в городских кварталах, где магазины зачастую располагаются в жилых домах или в непосредственной близости к ним. Для таких рефрижераторов преимущественно используются установки Carrier, SuperSnow и Thermo King. В 2025 году более 80% закупленных рефрижераторов были оснащены холодильными агрегатами Carrier, как стандартными, располагающимися на фронтальной части фургона автомобиля, так и нижнего расположения, смонтированными под фургоном прицепа.

Все холодильные установки полуприцепов — импортные, в России нет производства. Carrier и Thermo King — два крупнейших мировых производителя оборудования такого класса. Компания Thermo King, как известно, ушла из России, установки Carrier продолжает продавать и обеспечивать гарантией российский дистрибьютор. Китайский производитель холодильных

установок под маркой SuperSnow вышел на российский рынок в 2022 году с намерением занять освободившуюся нишу, но единственная модель не была готова к эксплуатации в условиях России и в 2025 году распродавались остатки.

Грузовые рефрижераторы

В сегменте грузовых рефрижераторов спад особенно заметен. В I кв. 2026 года продажи составили 1,6 тыс. ед. По сравнению с прошлым годом показатель сократился на 36,7%. Сложнее всего ситуация обстоит с новой техникой — продажи упали на 71%, до 0,3 тыс. ед. Более стабильным оказался сегмент поддержанных грузовых рефрижераторов, сократившийся на 6,7%, до 1,3 тыс. ед.

Основной объём продаж новых грузовых рефрижераторов пришёлся на китайскую (70,1%) и российскую (27,9%) технику. По сравнению с прошлым годом доля китайской техники сократилась на 15,7 п.п., доля российской, напротив, выросла на 15,1 п.п. Среди поддержанных грузовых рефрижераторов преобладали японские (33,1%), корейские (17,4%), российские (14,4%) марки. Наибольший объём продаж, более 50% от общего числа, пришёлся на марки автомобилей на шасси HYUNDAI, ISUZU, KAMAZ, GAZ, HINO.

Почти 76% новых грузовых рефрижераторов купили в Центральном, Приволжском и Южном федеральных округах. Более 60% поддержанной техники продано в Центральном, Уральском и Приволжском ФО.

Доля новых грузовых рефрижераторов в продажах в I кв. 2026 года

составила 21,4%, что на 25,2 п.п. ниже, чем в 2025 году. Среди поддержанных рефрижераторов чаще приобреталась техника возрастом 11-15 лет и 6-10 лет.

Сложная ситуация наблюдается и в сегменте лизинга. Объём выдачи грузовых рефрижераторов в лизинг в I кв. 2026 года снизился на 28,5%, до 0,2 тыс. ед. В сегменте новой техники сокращение составило 26,3%, в сегменте поддержанной — 31,2%. Всего в лизинг было выдано 13,9% от всех грузовых рефрижераторов.

Прицепные рефрижераторы

Сегмент прицепных рефрижераторов также существенно просел. Общий объём продаж в I кв. 2026 года сократился на 29,0% и составил 1,5 тыс. ед. Спрос на новую технику рухнул на 88,9%, до 0,1 тыс. ед. Держался сегмент за счёт поддержанной техники, продажи которой выросли на 20,7%, до 1,4 тыс. ед. 62,3% новых прицепных рефрижераторов были российскими, за год они прибавили 51,2 п.п.

Обратная ситуация у новых китайских прицепных рефрижераторов, на которые в прошлом году приходилось 66,1% продаж, а в текущем — только 4,7%. Зато до 29,2% выросла доля немецкой техники. В реализации поддержанной техники доминируют немецкие бренды, на них приходилось около 84% продаж как в I кв. 2025 года, так и в I кв. 2026 года. Наиболее востребованными в рассматриваемый период были марки GRUNWALD и KAESSBOHRER в продажах новой техники, SCHMITZ и KRONE — в продажах поддержанной.





Основной объём (66,0%) новых прицепных рефрижераторов был реализован в Северо-Западном и Приволжском федеральных округах. Половина поддержанной техники была продана в Центральном и Приволжском ФО.

Значительно сократилась доля новых прицепных рефрижераторов. В I кв. 2026 года она составила лишь 7,1%, что на 38,2 п.п. меньше, чем за аналогичный период 2025 года. Доля поддержанных рефрижераторов достигла 92,9%. Из них активнее приобреталась техника возрастом до 5 лет (29%) и 6-10 лет (25,5%).

Говоря о выдаче прицепных рефрижераторов в лизинг, можно отметить положительную динамику (+4,0%, до 0,4 тыс. ед.). Рост произошёл за счёт поддержанной техники, лизинг которой за год увеличился на 34,3%. При этом лизинг новых прицепных рефрижераторов сократился на 77,6%.

Из общего объёма реализованных прицепных рефрижераторов на лизинг пришлось 27,5%.

Рефрижераторы на базе лёгкого коммерческого транспорта

Рынок лёгких коммерческих рефрижераторов остаётся наиболее стабильным. В I кв. 2026 года продажи выросли на 6,7%, до 2,7 тыс. ед. Новой техники было реализовано на 22,9% меньше, чем в 2025 году (0,3 тыс. ед.), а продажи поддержанной выросли на 11,7% (2,5 тыс. ед.).

В сегменте новых лёгких коммерческих рефрижераторов преобладает российская техника, на неё приходится 82,9%. За год её доля выросла на 4,5 п.п. Доля китайской техники за год сократилась на 5,3 п.п., до 12,2%. Поддержанные рефрижераторы были в основном представлены российской, японской, корейской и американской

техникой. Наиболее продаваемыми марками лёгких коммерческих рефрижераторов в I кв. 2026 года стали GAZ, FORD, VIS, HYUNDAI, ISUZU. На них приходится 73% от общего числа продаж. Более 66% новых и поддержанных лёгких коммерческих рефрижераторов были реализованы в Центральном, Южном и Приволжском ФО.

Доля новых лёгких коммерческих рефрижераторов в продажах в I кв. 2026 года составила 10,4%, что на 4 п.п. меньше прошлогоднего показателя. За год выросла доля техники возрастом до 5 лет и 6-10 лет.

Лизинг лёгких коммерческих рефрижераторов продемонстрировал рост на 6,2% до 0,3 тыс. ед. Выдача в лизинг новой техники осталась на уровне I кв. 2025 года, а поддержанной — выросла на 17,5%. Всего на лизинг в I кв. 2026 года пришлось 11,2% от всех продаж, за год этот показатель не изменился.



Объём российского рынка новых автомобильных рефрижераторов в 2026 году будет, скорее всего, меньше, чем в 2025 году — менее 8 тыс. единиц. Его динамика зависит от макроэкономических факторов, планов развития розничных сетей, стоимости грузоперевозок. Если во втором полугодии ситуация улучшится, то результаты мы увидим только в 2027 году, считает Дмитрий Шелгунов.

По материалам НАПИ

ПЕРВЫЕ МАГАЗИНЫ «ЛЕНТЫ» С СИСТЕМОЙ ОХЛАЖДЕНИЯ НА ПРОПАНЕ

Компания «УК Лэнд» и завод «Элементум» запустили инновационное техническое решение в двух магазинах «Группы Лента»: холодильное оборудование функционирует с помощью пропановых чиллеров.

Вся торговая мебель, теплообменное оборудование для холодильных камер, а также холодильные агрегаты спроектированы и произведены специально для безопасной работы. До поставки на объект оно прошло проверку по специально разработанным регламентам испытаний, а торговое оборудование протестировали в лаборатории завода, оно полностью соответствует требованиям ГОСТ 32560.2-2013.

Система автоматизации предполагает многоуровневый контроль концентрации пропана в каждом из чиллеров с обязательным выводом на пункт охраны и систему диспетчеризации. Специально спроектированная насосная станция включает в себя наличие основного и резервного насосов с автоматической ротацией, чтократно повышает уровень надёжности системы.

Решение не требует использования медной трубы: от холодильного агрегата до потребителей: вся трасса выполнена из пластика. В отличие от существующих систем на встроенных компрессорах, комплексный подход от компании «УК Лэнд» позволяет снизить энергопотребление объекта при использовании пропана в качестве хладагента. На объекте предусмотрены счётчики электроэнергии на всём оборудовании с выводом на систему диспетчеризации, что позволяет оценить его энергоэффективность. Системы установлены в гипермаркете в Анапе, который компания открыла 10 июня, а также в супермаркете в г. Одинцово Московской области.

Директор по техническому развитию «Группы Лента» Дмитрий Звонков отметил: «Оборудование компании «Лэнд» и завода «Элементум» на пропановых чиллерах полностью закрывает потребности как средне-, так и низкотемпературного контура в магазинах, обеспечивая минимальные капитальные и эксплуатационные затраты».

lentagroup.ru

ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2026 ГОДА: СНОВА ДЕФИЦИТ ХОЛОДИЛЬНЫХ СКЛАДОВ

В низкотемпературных логопарках Москвы и Подмосковья стало больше свободных площадей, но для продовольственных цепочек это не снимает главного ограничения — нехватки подходящей холодильной инфраструктуры в нужной географии.

IBC Real Estate фиксирует: вакантность в столичном сегменте в январе-июне 2026 года выросла до 4,1%, оставаясь заметно ниже уровня свободных площадей на складском рынке в целом. Холодные склады в России в основном строятся под конкретного заказчика и редко попадают в широкий арендный оборот.

Новые метры не всегда попадают на рынок

В Москве и области доля свободных площадей в низкотемпературных логопарках за год выросла с 2,8% до 4,1%. В других регионах России показатель почти не изменился: плюс 0,1 процентного пункта, до 1,9%.

Для компаний, которым нужны холодильные мощности, общий показатель вакантности дает неполную картину. В обычных складах рост свободных площадей быстрее превращается в выбор для арендатора. В низкотемпературном сегменте свободный объект должен совпасть сразу по нескольким параметрам: локации, температурному режиму, инженерной готовности и пригодности под конкретную товарную категорию.

Холодный складской сегмент в нашей стране во многом формировался не как открытый арендный рынок, а как набор объектов под конкретные операционные задачи. Директор департамента индустриально-складской недвижимости Bright Rich / CORFAC International Александр Шевелев говорит, что основной объем низкотемпературных складов обеспечивают объекты, построенные под нужды конкретного заказчика. Такой ввод увеличивает общий фонд, но не создает свободного предложения для остальных арендаторов.

Константин Фомиченко из NF Group отмечает, что спекулятивно низкотемпературные склады у нас практически не строятся из-за невысокой ликвидности. Даже появление новых площадей не обязательно облегчает поиск склада для ритейлера, производителя или логистического оператора, если объект изначально закреплен за одним заказчиком.

В 2026 году этот дисбаланс заметен и в планах ввода. Старший аналитик рынка складской недвижимости Remain Юлия Бояркина оценивает ввод низкотемпературных складов в Москве и Подмосковье в 160 тыс. м² — на 36% меньше год к году. Общий ввод складов, по её оценке, напротив, вырастет на 11%, до 2,3 млн. м².

IBC Real Estate оценивает общий объем низкотемпературных складов Московского региона в 2026 году в 9 млн. м², с ростом на 9%. Но рост фонда и доступность площадей — разные вещи. Если значительная часть строительства остаётся привязанной к конкретным заказчикам, рынок

получает больше холодильной инфраструктуры статистически, но не всегда получает больше вариантов для аренды.

На динамику влияет осторожность крупнейших FMCG-сетей. По данным Infoline, 200 ключевых игроков в 2026 году запустили 282,5 тыс. м² торговых площадей — на 36,4% меньше год к году и минимум за 15 лет. Александр Шевелев связывает эту динамику с оптимизацией сетями логистических площадей, включая низкотемпературные. И только часть таких площадей выходит на рынок субаренды.

Субаренда может расширить выбор в отдельных локациях, но не меняет устройство рынка. Низкотемпературный сегмент по-прежнему зависит от инвестиционных решений крупных заказчиков и точечных проектов.

Региональный перекос

Основное внимание на рынке традиционно сосредоточено на Московском регионе, но для продовольственной логистики дефицит холодных мощностей острее проявляется за пределами крупнейших агломераций. По данным IBC Real Estate, на Москву и Подмосковье приходится 42% всего низкотемпературного предложения России, на Санкт-Петербург и область — 9%, на остальные регионы — 49%.

Для цепей поставок продовольствия площадь в столичном регионе не решает задачу хранения и распределения по стране. Холодильные мощности нужны на маршрутах между добычей, производством, переработкой, портами, распределительными центрами и розницей. Если подходящего объекта нет рядом с критической точкой маршрута, издержки растут не из-за отсутствия склада «вообще», а из-за отсутствия склада там, где он нужен.

Президент Всероссийской ассоциации рыбопромышленников Герман Зверев называет дефицит и неравномерное распределение качественных оптовых складов одним из факторов, сдерживающих потребление рыбы. По его словам, основной объем рыбы вылавливается за 8-9 тыс. км от ключевых регионов сбыта, а нехватка мощностей для хранения увеличивает издержки и ограничивает ассортимент.

Рыбная отрасль показывает, как складская инфраструктура становится частью экономики товарной цепочки. Для продукции, которая продается преимущественно в замороженном



виде, холодный склад — не вспомогательная недвижимость, а элемент модели поставки. От него зависит, где можно накопить товар, как долго его можно хранить и насколько широкий ассортимент попадёт в дальнейшее распределение.

Эффект различается по категориям. Руководитель Национальной мясной ассоциации Сергей Юшин отмечает, что для производителей мяса проблема низкотемпературных складов не стоит столь остро: значительная часть продукции производится недалеко от мест реализации и поставляется в охлаждённом виде. Разница между рыбой и мясом показывает, что потребность в холодной инфраструктуре определяется не только типом товара, но и расстоянием до потребителя, форматом хранения и логикой сбыта.

Что меняет рост вакантности

Для арендаторов увеличение свободных площадей в низкотемпературных логотарках может дать больше вариантов в отдельных точках рынка, но не переломить ситуацию с доступностью холодильной инфраструктуры.

В сегменте, где значительная часть объектов строится под заказчика, а спекулятивное строительство почти отсутствует, вакантность растёт медленнее и работает иначе, чем в обычных складах.

Ритейлеры и производители продуктов питания остаются зависимыми от заранее выстроенной логистической конфигурации. Нужный объект должен быть не просто свободным, а технологически и географически подходящим. Для рыбной отрасли, где расстояние между добычей и основными регионами сбыта измеряется тысячами километров, такая зависимость особенно чувствительна.

Рост вакантности в холодном сегменте не отменяет дефицита, а делает его менее очевидным. Свободные площади появляются, но рынок остаётся ограниченным по структуре, географии и доступности. Для продовольственной логистики давление сохраняется там, где холодильная мощность должна находиться не в статистике предложения, а в конкретной точке цепи поставки.

logistics.ru

X5 ЗАВЕРШИЛА ПРОЕКТ РОБОТИЗАЦИИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

X5, ведущая российская продуктовая розничная компания, завершила проект роботизации мультитемпературного распределительного центра «Новая Рига» в Московской области.

Проект реализован в рамках стратегии компании по цифровизации и автоматизации логистических процессов, направленной на повышение производительности, снижение операционных затрат и улучшение качества обработки грузов. В РЦ внедрены 67 FMR-роботов (автономных вилочных погрузчиков), 15 автоматизированных паллетообмотчиков и робот-инвентаризатор. Все решения интегрированы в единую систему управления складом собственной разработки X5 — Nexus WMS.

- Роботы обеспечивают беспилотное перемещение паллет весом до двух тонн, точное позиционирование и безопасную транспортировку грузов внутри склада.
- Паллетообмотчики автоматизируют упаковку паллет по всей высоте, обеспечивая сохранность товаров при отгрузке и транспортировке.
- Робот-инвентаризатор — подвижный комплекс для поддержания актуальности данных о складских запасах в зонах стеллажного хранения — автоматически сканирует наличие товаров и синхронизирует информацию с системой управления складом.

Использование одного робота позволяет экономить 180 человекочасов за одну процедуру инвентаризации. Внедрение роботизированного комплекса, основанного на российских ИТ-решениях и программном обеспечении, позволило компании сократить количество низкоэффективных операций, увеличить производительность складских операторов, минимизировать влияние человеческого фактора и риск ошибок, а также повысить точность и скорость выполнения операций.

Производительность складской обработки выросла на треть, улучшились показатели пропускной способности и точности операций, снизились затраты на ручной труд и риски повреждения грузов.



«Роботизация распределительных центров — одно из ключевых направлений развития цепи поставок X5. Мы стремимся создавать устойчивую, гибкую и технологичную логистическую инфраструктуру, способную эффективно поддерживать рост бизнеса и улучшать клиентский сервис. Роботизация и внедрение ИИ позволят значительно повысить эффективность операций в магазинах, дарксторах, распределительных центрах и сервисах доставки к 2028 году, что позволит компании продолжать масштабное развитие и расширение своих бизнесов», — говорит Александр Костин, управляющий директор X5 Tech.

В дальнейшем X5 планирует масштабировать аналогичные решения на другие распределительные центры своих торговых сетей по всей географии присутствия.

Распределительный центр «Новая Рига» был введен в эксплуатацию летом 2022 года. Общая площадь комплекса составляет почти 92 тыс. м², на объекте работают около 1100 сотрудников. РЦ является крупнейшим мультитемпературным складским комплексом класса А в России и обслуживает 1170 магазинов сети «Пятёрочка».

X5.ru

РЕГИОНЫ ФОРМИРУЮТ НОВЫЙ СПРОС НА МУЛЬТИТЕМПЕРАТУРНЫЕ СКЛАДЫ

По данным CORE.XP, в 2026 году в России планируется ввести более 700 тыс. м² мультитемпературных складов. Основным драйвером сегмента остаются региональные рынки, где формируется большая часть спроса на логистическую недвижимость, считает исследователь. Эти данные проанализировал cre.ru.

Мультитемпературные склады вновь привлекают внимание девелоперов на фоне изменений в структуре спроса и развития региональной логистической инфраструктуры. Заявленный в нынешнем году объём ввода таких объектов сопоставим с совокупным результатом предыдущих двух лет и выше показателя рекордного для сегмента 2020 года, когда было введено 611 тыс. м².

По оценкам участников рынка, интерес к мультитемпературным складам выходит далеко за пределы Центрального федерального округа. При этом спрос формируется не только на крупные распределительные центры, но и на более компактные объекты площадью около 15 тыс. м². В целом именно регионы остаются главным двигателем складского рынка. По данным CORE.XP, на них приходится около 60% общего спроса на логистическую недвижимость. Основу сегмента составляют распределительные центры федеральных продуктовых сетей площадью от 15 до 80 тыс. м². Такие комплексы объединяют различные температурные режимы хранения — от сухих складских зон до холодильных и низкотемпературных блоков.

Развитие рынка во многом связано с распространением формата «под заказ»: для крупных пользователей складов строительство объекта под конкретные требования зачастую оказывается более эффективным решением, чем

адаптация готовых площадей. Такой подход позволяет учитывать специфику температурных зон, инженерной инфраструктуры и технологических процессов.

Ключевыми потребителями мультитемпературных объектов остаются продуктовые ритейлеры, на них приходится 72% всего прогнозируемого объёма ввода за 2026 год.

«Этот сегмент демонстрирует высокую стабильность на складском рынке в силу своей значимости для жизнеобеспечения, поэтому мы ожидаем, что спрос на подобные помещения останется устойчивым в долгосрочной перспективе», — считает руководитель отдела складской и индустриальной недвижимости CORE.XP Антон Алябьев.

Одновременно рынок переживает коррекцию арендных ставок. Здесь влияние оказывает рост объёма вакантных площадей. Так, в Московском регионе средневзвешенная ставка аренды сухих складов в первом полугодии 2026 года составляет около 10-10,8 тыс. руб./м² в год, тогда как годом ранее показатель был около 11 тыс. руб. В сегменте мультитемпературных объектов ставки традиционно выше.

Сегмент сохраняет интерес и для инвесторов. За 2023-2025 годы на мультитемпературные склады пришлось 15% всех инвестиций в складскую недвижимость. Общий объём вложений составил 74 млрд руб.

В номерах журнала «Империя холода» за март и май 2026 года мы подробно освещали ситуацию с вводом температурных складов. В последние годы он существенно отстаёт от запланированных сроков.

Если динамика реально перейдёт в регионы (а во многих федеральных округах действительно заявлено немало таких объектов); если структура спроса на склады столь же бурно будет развиваться в электронной и стационарной продуктовой торговле, а также фармацевтике, возможно, мы увидим более реальную картину ввода холодильной складской недвижимости. Но, судя по всему, ключевые владельцы торговых объектов стали

осторожнее — оптимизируют логистические площади, занимаются автоматизацией и роботизацией.

Самое большое «если»: когда наметившееся снижение арендной ставки и некоторое удешевление материалов из-за уменьшения на них спроса не будет съедаться высокой ключевой ставкой — тогда отрасль станет выходить не только на высокие объёмы планирования, но и на большие и своевременные объёмы ввода низкотемпературных мощностей. И тогда инвесторы и строители с полным на то основанием (и требованиями) будут повышать качество объектов.

15-18
| СЕНТЯБРЯ 2026
МОСКВА - КРОКУС ЭКСПО

**35 WORLD
FOOD**
MOSCOW

35-Я МЕЖДУНАРОДНАЯ
ОСЕННЯЯ ВЫСТАВКА
ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ
ДЛЯ РИТЕЙЛА И HORECA



**ОТ ПОЛЯ
ДО ПРИЛАВКА МАГАЗИНА
И СТОЛИКА РЕСТОРАНА**

РЕКЛАМА «ООО АЙТИИ ЭКСПО ИНТЕРНЭШЛ»



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

**ПРОМОКОД
НА БЕСПЛАТНЫЙ
БИЛЕТ: PRINT**

WORLD-FOOD.RU



ЭВОЛЮЦИЯ КОММЕРЧЕСКОГО ХОЛОДА: ТРЕНДЫ ДЛЯ ДИЛЕРОВ И ДИСТРИБЬЮТОРОВ



Каковы же перспективы и вектор развития рынка торгового холодильного оборудования? Рынок ТХО штормит, а классические b2b-схемы, построенные на личных связях и толстых печатных каталогах, теряют эффективность. Как дилерам, интеграторам и региональным дистрибьюторам перестроить свои бизнес-модели, чтобы не остаться на обочине?

Илья Пиликов, ведущий маркетолог завода «Ариада»

Рынок ТХО перенасыщен

Рынок ТХО совершил фундаментальный переход от дефицита к жёсткому профициту. Внутренний рынок перенасыщен: локальные заводы работают на полную мощность, азиатские производители стремительно подтягивают качество под европейские стандарты, а каналы параллельного импорта закрывают специфические ниши.

В условиях, когда аналогичный по характеристикам холодильный шкаф или сплит-систему можно купить у десятка разных поставщиков, фокус силы безвозвратно сместился. Сила больше не у того, кто производит. Она у того, кто контролирует канал сбыта и владеет клиентом.

Классический дилерский бизнес в сфере коммерческого холода безвозвратно уходит в прошлое. Модель «купил на заводе со скидкой — перепродал с наценкой» больше не гарантирует выживания. Очевидно, что качественное «железо» на рынке перестало быть дефицитом, и сам по себе доступ к заводскому конвейеру больше не является вашей уникальной ценностью.

Главный вызов сегодняшнего дня — фундаментальная смена поколений среди лиц, принимающих решения. На рынок массово выходит новое, цифровое поколение клиентов. Это молодые предприниматели, открывающие региональные

сети пекарен, пивоварни, крафтовые цеха, а также новое поколение категорийных менеджеров ритейла. Они привыкли, что любая бытовая потребность закрывается в три клика на экране смартфона на маркетплейсах. И когда этот человек заходит в b2b-сегмент, он подсознательно ждёт от дилера точно такого же уровня сервиса.

Если ваш путь клиента до сих пор заставляет его звонить менеджеру для «уточнения прайса» и неделями ждать ответа по почте — вы для него не существуете. Мы уверенно вошли в эпоху метамаркетинга и иммерсивности. Для дилера это означает одно: традиционные продажи «железа» мертвы. На смену им приходит интеллектуальный фиджитал-маркетинг, где ваша экспертиза обязана быть подкреплена скоростью и безупречной цифровой экосистемой.

Диктатура сбыта. Почему производство стало вторичным, а сила перешла к дилеру

Перейдём к первому тектоническому сдвигу, который кардинально меняет баланс сил между производителем и торговым партнёром. На российском рынке ТХО эпоха культа производства подошла к концу. Долгое время заводы диктовали рынку свои условия, кичась объёмами цехов и количеством прессов. Безусловно, мощный производственный





фундамент необходим. Но сегодня само по себе наличие станков больше не является гарантией сбыта.

Для дилерского сообщества это означает колоссальную смену парадигмы. Производство, по сути, превратилось в обслуживающую функцию для коммерческих департаментов дилерских сетей. Тот, кто умеет выстраивать сквозную, цифровую и бесшовную линию продаж, теперь диктует условия девелоперам и заводам. Если у вас есть гарантированный, управляемый поток заказов и лояльная база «конечников» — можете выбирать лучших поставщиков и выжимать из них максимальные предпочтения.

В обозримом будущем выживет только тот дилер, который трансформируется из банального перепродавца в системного интегратора комплексных инженерных решений. Вы должны инвестировать не в расширение списка брендов на своем сайте, а в создание инфраструктуры, которая помогает вашему клиенту покупать легче, быстрее и прозрачнее, чем у конкурентов. Конкуренция продуктов сменилась конкуренцией систем сбыта. И побеждает тот партнер, который обеспечивает самый короткий путь от возникшей потребности до монтажа работающего оборудования на объекте.



Следующий фундаментальный макротренд напрямую меняет ваши операционные процессы. Культура быстрой b2c-доставки приучила бизнес к тому, что ожидания больше не существует. Скорость стала главным синонимом уважения к клиенту. Когда у владельца ресторанной сети или категорийного менеджера ритейла открывается новая точка, каждый день простоя — это чистые убытки.

Если на действующем объекте ломается холод — это операционная катастрофа, грозящая списанием тонн скоропортящегося. В такой реальности клиент ментально больше не готов слушать ваши истории про «индивидуальный заказ», «сложный технологический цикл на заводе» и «подождите 4-6 недель, пока конвейер отгрузит партию». Клиент хочет решить свою проблему здесь и сейчас. И главным аргументом в ваших переговорах становится даже не бренд и даже не цена. Главным аргументом становится то, насколько оперативно вы способны организовать поставку.

Сегодня скорость предоставления готовой продукции и глубина ваших логистических возможностей — это не просто сервисный показатель. Это мощнейший маркетинговый и коммерческий инструмент. По сути, оперативность дистрибуции — это новый маркетинг дилера.

Тот партнер, который способен выстроить молниеносную цепочку поставок и закрыть потребность заказчика в кратчайшие сроки, автоматически забирает себе клиента у тех, кто предлагает долгое ожидание. Самые платежеспособные покупатели готовы переплачивать 5-10% стоимости за единицу оборудования просто за то, чтобы техника выехала к ним на объект без задержек и бюрократии.

Тренды распределения рынка внутри категорий оборудования

Чтобы правильно распределять свои оборотные средства и формировать долгосрочные коммерческие планы, вам необходимо учитывать четкое разделение рынка ТХО на две полярные категории, каждая из которых требует своей бизнес-стратегии:

- Стандартное торговое оборудование (холодильные шкафы, серийные моноблоки и сплит-системы). Эта категория занимает большую часть физического объема рынка и демонстрирует стабильный рост. Конечный клиент воспринимает эти позиции как базовые «кубики» для своего бизнеса. Здесь классический b2b-подход с долгим позакказным циклом полностью мертв. Ваша единственная выигрышная стратегия в данном сегменте — выстраивание процессов под прогнозируемый спрос и партнерство с заводами, которые обеспечивают стабильную производственную поддержку. Критерием выбора для «конечника» тут любая заминка приведет к уходу клиента.
- Сложное инженерное оборудование (пристенные горки под выносной холод, многокомпрессорные центральные, кастомизированные линии витрин) — этот сегмент удерживает меньшую, но крайне маржинальную долю рынка. Здесь по-прежнему важна глубина проектирования, инженерия и кастомизация под конфигурацию конкретного магазина. Но даже в этой категории сроки согласования чертежей, производства и финальной поставки неуклонно ужимаются до исторических минимумов.

Бизнес ТХО привык к быстрому результату. Если вы хотите доминировать в своем регионе, ваше позиционирование должно транслировать абсолютную готовность: «Документы готовы, логистика просчитана, отгрузка стартует незамедлительно». Тот дилер, который сможет гарантировать такую скорость процессов, забирает себе самый крупный поток заказов.

Как дилеру преодолеть страх высокой цены у клиента

Давайте поговорим о том, как на самом деле принимаются решения о покупке оборудования в рознице и общепите. Если вы послушаете бизнес-консультантов, вам будут долго рассказывать про совокупную стоимость владения. Этот подход давно стал международной догмой: закупщик при выборе холодильной линии в первую очередь смотрит не на базовый прайс, а на то сколько денег этот агрегат «съест» за 5-7 лет эксплуатации (стоимость киловатта, частота сервиса, ремонты).

На практике этот подход у конечных клиентов пока развит неравномерно, и рынок часто находится в плену жесткого когнитивного диссонанса. Когда проводятся исследования и опросы клиентов (владельцев магазинов, рестораторов, закупщиков): «Что для вас важнее — цена или качество?», около 70% респондентов уверенно выбирают качество.

Они искренне заявляют, что им нужна надежность, они не хотят рисковать продуктом и ценят стабильную инженерию. Но как только дело доходит до реальной сделки и на стол ложатся конкретные коммерческие предложения, вся эта статистика часто разбивается о суровую реальность. В большинстве случаев клиент выбирает то, что дешевле на старте.

Неужели эти 70% врут? Нет, бизнес действительно осознает, что качество важно. Но люди банально не готовы переплачивать за абстрактное слово «качество» из ваших рекламных буклетов, пока они не понимают, из чего конкретно эта переплата складывается. Для большинства покупателей все холодильники одинаковы: белая металлическая коробка с компрессором, которая делает внутри холодно. И если одна коробка стоит дороже другой, в сознании клиента это выглядит не как «плата за надёжность», а как завышенные аппетиты или наценка за бренд.

Отсюда главный вывод для отдела продаж: просто предлагать качественный продукт и надеяться на сознательность клиента — коммерческий тупик. Вы, как дилер, обязаны научить своих менеджеров это самое качество оцифровывать, визуализировать и переводить на язык твердой финансовой выгоды покупателя. Раз уж клиент подсознательно тянется к качеству, ваша задача — помочь ему преодолеть страх высокой цены. Если вы предлагаете клиенту профессиональное оборудование честного промышленного стандарта, ваш менеджер должен разложить ценность до рубля.

Продемонстрируйте клиенту разницу. Если производитель держит жёсткий стандарт толщины облицовок, объясните это клиенту. Это гарантия того, что через 3-5 лет активной эксплуатации двери ваших шкафов не перекосятся, корпуса витрин не пойдут «волной» от постоянных ударов покупательских тележек, оборудование сохранит герметичность.

У большинства бюджетных шкафов на рынке толщина изоляции существенно урезана. Профессиональный стандарт — цельнозаливной корпус толщиной 55 мм. Это мощный термобарьер, работающий как термос. Внутри объёма проникает значительно меньше тепла из зала. Компрессор включается реже, пусковые токи падают, износ поршневой группы снижается. Оборудование работает в вашем магазине круглые сутки, 365 дней в году.

Когда вы покажете клиенту, что более дорогой на старте шкаф или моноблок за счёт энергоэффективности полностью окупает разницу в цене за первые месяцы работы, а дальше генерирует для него чистую прибыль — барьер высокой цены будет сломан. Покупатель готов платить за качество только тогда, когда ценность продукта становится для него кристально прозрачной. И задача дилера — стать тем проводником, который научит рынок этой математике.

Ритейл и HoReCa. Разделение дилерских стратегий под форматы сетевизации. Глобальные сдвиги на рынке ТХО требуют от дилера чёткой дифференциации подходов в зависимости от того, с каким сегментом бизнеса вы работаете. Ритейл и HoReCa сегодня выдвигают совершенно разные, часто противоположные требования к оборудованию.

Сетевой ритейл: Выживание в условиях тендерного давления. Классическая, независимая одиночная розница («магазины у дома») стремительно вытесняется. Происходит тотальная сетевизация рынка. На смену хаотичной торговле приходят жесткие федеральные и региональные сети

и дискаунтеры, открывающие сотни точек в год. И здесь дилер попадает в условия абсолютной диктатуры клиента.

Сети заходят на закупки через жёсткие электронные тендеры с фиксированным ценовым коридором и ультимативными техническими требованиями. Закупщики сетей буквально выкручивают дилерам руки: *«Нам нужен вот такой объём горок или шкафов по вот такой цене. Не можете дать эти цифры — за дверью стоит ещё пять поставщиков».*

В этой реальности вы больше не диктуете условия. Вы обязаны проявлять максимальную гибкость и подстраиваться. Ваша клиентоориентированность здесь — это способность вашего инженерного отдела оперативно взять рамки сети и совместно с заводом-производителем «пересобрать» под них продукт, найдя компромисс между себестоимостью и надёжностью.



Сети требуют жёсткой оптимизации габаритов при максимальной выкладке (каждый метр пола дискаунтера должен приносить прибыль). Пример эффективного решения — применение рамных блоков стеклянных фронтов, превращающих стандартные линии горок в энергоэффективные «холодильные стены» со сварной жёсткой рамой, исключающей перекосы дверей при пиковом трафике покупателей.

Также сети требуют модульности и ювелирной точности логистики. Оборудование должно поставляться минута в минуту под график открытия объектов. Просрочка на один день — это гигантские штрафы для дилера. Выигрывает тот дилер, у которого за спиной стоит гибкий отечественный завод, готовый оперативно кастомизировать конвейер под требования крупных сетевых контрактов.

Сегмент HoReCa. Открытая кухня, эстетика и иммерсивность. В сегменте HoReCa (рестораны, кафе, отели) правила игры совершенно иные. Здесь диктатура клиента выражается не в ультиматумах по цене, а в повышенных требованиях к эстетике, дизайну и визуальному комфорту. Современный общепит массово отказывается от концепции закрытых кухонь. Главный тренд — «открытая кухня» прямо в зале. Гость хочет видеть процесс приготовления, он ищет зрелищности, прозрачности. Холодильное оборудование здесь перестаёт быть утилитарным агрегатом, спрятанным в подсобке. Оно становится полноценной частью интерьера.

**Рестораторы требуют от дилера:**

- Безупречный внешний вид и премиальное исполнение оборудования. Шкафы с технологичным остеклением фасадов, кондитерские витрины и столы стоят на виду у посетителей. Например, исполнение обрамления дверей и решеток в строгом индустриальном цвете (сланцево-серый) позволяет оборудованию идеально вписываться в современные минималистичные интерьеры лофтов и ресторанов, фокусируя взгляд гостя на свежести выкладки.
- Низкий уровень шума. В пространстве зала агрегаты обязаны работать практически бесшумно, чтобы не нарушать комфорт гостей. Вы обязаны подбирать для сегмента HoReCa оборудование с повышенными требованиями к шумоизоляции компрессорного блока.

Технологии как база. Локализация, ремонтпригодность и коммерческие ZIP-комплекты. Разговаривая о цифровизации и AR-технологиях, легко уйти в виртуальный мир и забыть о том, что холод — это прежде всего «железо», работающее в жёстких условиях. Красивая 3D-модель потеряет всякий смысл, если сам шкаф встанет посреди сезона из-за отсутствия копеечной детали, которую нужно три месяца везти через закрытые границы. Поэтому важнейшим технологическим трендом будущего становится смена приоритетов: от избыточных технологических «наворотов» к гарантированной ремонтпригодности, доступности компонентов и локализации.

Если раньше клиенты гнались за сложной европейской автоматикой, считая это признаком качества, то сегодня эта «элитарность» превратилась в огромную проблему для сервисных служб. Если импортный узел выходит из строя — объект замерзает, а параллельный импорт штормит по срокам и ценам. Бизнес наелся «сложных импортных решений» и требует понятной, стабильной базы.

При выборе завода-поставщика вы, как дилер, обязаны оценивать его конструкторскую автономию — то, насколько производитель независим от внешних шоков и насколько оперативно его каналы могут закрыть вашу потребность в запчастях. Выбирайте заводы с максимальной локализацией процессов, контролирующей полный цикл от раскроя металла до сборки агрегатов на одной площадке.

Чек-лист для выживания и доминирования на рынке холода

Холодильный рынок окончательно перестал быть местом, где можно выезжать на былых заслугах или старых связях. Мы вошли в полосу жёсткой, интеллектуальной конкуренции систем сбыта, цифровых инструментов и скоростей. Чтобы не остаться на обочине истории в ближайшие годы, каждому дилеру, дистрибьютору и интегратору нужно сделать четыре конкретных шага:

1. Убивайте «позаказное» мышление в стандартном холоде. Наличие выстроенных, оперативных цепочек поставок и прогнозирование спроса в категории стандартного холода (шкафы, моноблоки) — это ваша главная валюта.

Выбирайте надёжные отечественные заводы-поставщики, способные обеспечить стабильную производственную программу и застраховать от логистических сбоев.

2. Оцифровывайте качество в диалоге с клиентом. Перестаньте продавать абстрактные параметры. Переводите толщину металла кузова и толщину изоляции 55 мм на язык конкретной финансовой выгоды вашего покупателя, сэкономленных киловатт-часов и безопасности его скоропортящегося товара.

3. Примите диктатуру клиента и разделяйте стратегии. В ритейле учитесь быть гибкими, работать в жёстких ценовых рамках сетевых тендеров и предлагать модульные решения. В сегменте HoReCa продавайте эстетику, тишину и кастомизированный фиджитал-дизайн, работающий на атмосферу заведения.

4. Внедряйте иммерсивные инструменты. Дайте своим отделам продаж AR-технологии для мгновенной примерки оборудования на объектах клиентов, развивайте экспертные цифровые каналы и формируйте вокруг своего бизнеса образ технологического лидера региона.



HORECA EXPO KAZAKHSTAN

Международная выставка оборудования,
продукции и услуг для индустрии
гостеприимства в Казахстане

28-30 октября 2026

Астана, Казахстан, МВЦ «EXPO»



**ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПРИНЯТЬ
УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ!**

LLC «United Expo»

Тел.:  + 90 536 810 68 98

E-mail: unitedexpou@gmail.com

Web: horecaexpokazakhstan.com

Чтобы принять участие,
отсканируйте QR-код



МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА И САММИТ



МЯСНАЯ & КУРИНЫЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТЬ & КОРОЛЬ
ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА для АПК
МАР Russia 2027

25-27
МАЯ

Москва
Россия



реклама

Организатор:

Выставочная компания «Асти Групп»

Тел. / МАКС:

+7 (985) 770 04 43

Эл. почта: info@meatindustry.ru

www.meatindustry.ru



ПТИЦЕВОДЫ ПРИОСТАНАВЛИВАЮТ ИНВЕСТИЦИИ В ПРОИЗВОДСТВО

Российские производители мяса птицы столкнулись с серьёзным ухудшением экономики бизнеса. Это вынуждает их пересматривать инвестпрограммы, сокращать расходы на персонал и оптимизировать производство, сообщают «Известия».

Давление на финансовые результаты оказывают одновременно рост себестоимости и дорогие кредиты, а также усилившаяся конкуренция с дешёвым импортом из Китая, из-за которого с осени 2025 года резко упали внутренние оптовые цены на бройлера. На этом фоне отдельные предприятия уже работают с минимальной прибылью.

По итогам первого полугодия нынешнего года средняя рентабельность производителей мяса птицы опустилась до 6-7% против 8-9% в 2025 году и 10-12% в 2024-ом, рассказал «Известиям» президент Agrifood Strategies Альберт Давлеев. Это стало критическим показателем за последние несколько лет.

Часть предприятий к началу года работала с минимальной прибылью или убытком, добавил руководитель направления по оказанию услуг в области трансформации бизнеса для компаний АПК «Б1» Андрей Буханцов. Это, по его словам, привело к ухудшению ликвидности и росту кассовых разрывов по всей цепочке. В первой половине 2026 года производители столкнулись с ростом затрат на корма, логистику, топливо, ветеринарные мероприятия, регуляторные требования и обслуживание долга, отметил руководитель проектов практики «Потребительский сектор и АПК» Strategy Partners Артём Суворов.

Один из крупнейших производителей — группа агропредприятий «Ресурс» (второе место в рейтинге Национального союза птицеводов (НСП) по итогам 2025 года) — в мае нынешнего года сократила часть административно-управленческого персонала и фактически приостановила запуск новых инвестиционных проектов,

«Черкизово» (первое место в рейтинге НСП) в 2025 году объявила о программе оптимизации коммерческих и административных расходов, в том числе оптимизации персонала, и также сократила инвестиции. Но уже по итогам I кв. 2026 года компания сообщила о повышении рентабельности бизнеса.

«Агрокомплекс им. Н.И. Ткачева» (третье место в рейтинге НСП), по итогам прошлого года впервые как минимум с 2019-го получил чистый убыток — 13,1 млрд руб. Холдинг объяснил это



ростом процентных расходов и снижением урожайности. Одновременно холдинг сократил численность персонала на 5% и более чем вдвое уменьшил капитальные вложения, сказано в его отчётности.

Одной из причин ухудшения экономики отрасли эксперты называют рост поставок куриного филе из Китая. Эта продукция поступает в Россию даже сверх импортной квоты, уточнил Альберт Давлеев. Этот вид глубокой разделки мяса преимущественно используется в мясопереработке, прежде всего в производстве полуфабрикатов для сетей быстрого питания, добавил он.

Усиление конкуренции с поставщиками КНР привело к падению внутренних оптовых цен. По данным портала «Мясоинфо», в сентябре 2025 года стоимость тушки бройлера опустилась до 194 руб. за 1 кг., к началу апреля этого года — до 150 руб. Таким образом, бройлер за этот период подешевел почти на четверть.

В середине апреля Россельхознадзор временно ограничил поставки куриной грудки двух китайских предприятий из-за выявленных нарушений. Сами китайцы не едят грудку, они покупают по всему миру лапки и субпродукты бройлера, а избыток мяса отправляют в соседние страны по существенно более низким ценам, отметил Андрей Буханцов.

По данным Государственного таможенного управления КНР, в I кв. страна поставила в РФ мяса птицы на 39,5 млн долл. Это более чем вдвое превышает показатель того же периода годом ранее. При этом стоимость куриной грудки из Китая в среднем ниже российской на 30%.

Также в последнее время КНР стал активно экспортировать на близлежащие рынки куриные окорочка, сообщил Альберт Давлеев. Невостребованное в связи с этим российское филе лишает птицеводов наиболее маржинальных позиций в переработке. По его словам, на фоне снижения рентабельности и роста издержек отрасль замедлила темпы увеличения производства, сосредоточившись на повышении эффективности предприятий.

Возврат к более высоким объёмам выпуска мяса птицы может занять ещё около полугода, считает эксперт. Во второй половине года на рынок продолжают влиять два основных фактора риска: возможные вспышки птичьего гриппа и рост стоимости кормов в случае слабого урожая. Вместе с тем в последние годы отрасли удавалось эффективно сдерживать эти риски благодаря усилению мер биобезопасности и стабильному обеспечению производителей зерном по доступным ценам.

Источник: iz.ru

ВЫСТАВКА и ОТРАСЛЕВОЙ ФОРУМ ИНДУСТРИЯ ХОЛОДА

для агропромышленного комплекса



25-27 МАЯ | 2027

Москва, Россия



ОТОПЛЕНИЕ, ВЕНТИЛЯЦИЯ, КОНДИЦИОНИРОВАНИЕ, ФИЛЬТРАЦИЯ, ОЧИСТКА ВОЗДУХА,
ХОЛОДИЛЬНЫЕ И МОРОЗИЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПИЩЕВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
И СОХРАНЕНИЯ КАЧЕСТВА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВСЕЙ ЦЕПИ “ОТ ПОЛЯ ДО СТОЛА”



Асти Групп
Выставочная компания

Организатор:
ООО «Выставочная компания Асти Групп»

Тел. / МАКС: +7 (985) 770 04 43
Эл. почта: info@holodexpo.ru
www.holodexpo.ru

реклама



РОССИЙСКИЕ ЯГОДЫ — КРУГЛЫЙ ГОД: ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ И ПЕРСПЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС



В зависимости от культуры (клубника, малина, голубика, вишня, ежевика и т. д.) в магазинах и на рынках российские ягоды продаются с конца весны до начала осени. Товар скоропортящийся, если не дошёл до потребителя в течение нескольких дней — он пропадает. По-настоящему всесезонным предложение ягод делают технологии заморозки — шоковой, а также криогенной. Во многом благодаря им за последние пять лет производство этой продукции в нашей стране выросло почти в полтора раза.

Погоду на российском рынке ягод делают ЛПХ

Эксперты Центра международно-агробизнеса и продовольственной безопасности РАНХиГС считают, что погоду на российском рынке ягод по-прежнему делают не крупные агрохолдинги, а небольшие личные подсобные хозяйства. Вывод подтверждает статистика Россельхозбанка: сегодня на личных участках населения расположены 82,5% площадей ягодников.

В 2025 году ЛПХ отвели под ягоды в общей сложности 76,7 тыс. га, валовой сбор достиг 724,5 тыс. тонн. Объёмы внушительные, но в товарный оборот попадает лишь малая часть,

в среднем около 10%. По оценкам «АБ-Центра», частники реализуют лишь около 70 тыс. тонн ягод, впрочем, это в 2,9 раза больше результата промышленного сектора.

Большим потенциалом обладает рынок дикоросов. В 2025 году собрали 21 тыс. тонн лесных ягод (клюквы, брусники, черники и т. д.), что почти сопоставимо с урожаем промышленного сектора — 26,5 тыс. тонн. Важный нюанс: закупочные цены на дикоросы в большинстве случаев существенно ниже себестоимости ягод, выращиваемых на плантациях. Таким образом, дары природы для удовлетворения внутреннего спроса и экспорта — весьма значимый ресурс.

Успехи мировых экспортёров и российские возможности

Глобальный рынок замороженных фруктов и ягод аналитики Market Insights Research оценивали в 5 млрд. долл. По их прогнозам, до 2028 года следует ожидать устойчивого роста в среднем на 6,1% в год. Есть основания считать этот прогноз консервативным — в реальности темпы развития оказываются существенно выше.

По данным компании RaboResearch (Нидерланды), в 2025 году в первой тройке экспортёров этой продукции — Китай, Бельгия, Испания. В топ-10 также входят Мексика, Нидерланды, Польша, Франция, Египет, США и Эквадор.





Россия хотя и отстаёт от лидеров, причём с серьёзным отрывом, но стремительно навёрстывает упущенное. Так, в 2025 году выручка отечественных экспортеров замороженной черники увеличилась в шесть раз (до 12,5 млн долл.), малины — почти на 70% (до 1,5 млн долл.).

Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) отмечает, что по некоторым направлениям у России есть конкурентные преимущества, позволяющие в дальнейшем совершить рывок. Например, сбор малины составил 213,8 тыс. тонн, это 23,2% от 920,4 тыс. тонн мирового урожая.

Разные способы заморозки и хранения

Индивидуальную шоковую заморозку (IQF) считают едва ли не самой прогрессивной технологией. Ягоды подвергают воздействию потока воздуха при температуре от -30 до -40°C. Процесс быстрый, он занимает от полутора до трёх часов, на выходе продукт

сохраняет не только внешний вид, но и все полезные свойства. Преимущество IQF с точки зрения сельхозпроизводителей — минимизация потерь: при быстрой заморозке они обычно не превышают 1%.

Медленная заморозка продолжается около суток. Она более «травматична» для ягод, поскольку внутри могут образовываться кристаллы льда, разрушающие клеточную структуру. Иногда портится не только форма, но и содержание: не все витамины переживают испытание холодом, также может пропасть и аромат.

Криогенная заморозка — сугубо промышленная технология. Жидкий азот действует мгновенно, благодаря чему удается сохранять текстуру таких нежных ягод, как малина и ежевика. После разморозки они сохраняют внешний вид, сочность и практически не отличаются от недавно собранных.

В замороженном виде ягоды можно хранить до одного года при температуре -18°C и ниже. При температуре выше -12°C срок сокращается до четырёх месяцев. Сохранность зависит не только от температуры, но и от упаковки. Производители «заморозки» используют трёхшовные пакеты-подушки, пакеты с плоским дном, пачки из ламинированного картона, вакуумную упаковку (flow-pack).

Инвестиционная привлекательность даст свои плоды

Инвестиционная привлекательность ягодоводства подтверждается не только цифрами, но и растущим интересом бизнеса. По оценкам «Контур.Фокус», за 2025 год число новых компаний в российской отрасли выросло на 10%, составив более 3,7 тыс. Инвесторы выбирают ягоды из-за сочетания быстрой отдачи и высокой маржинальности.

Рентабельность проектов варьируется от 25 до 40% в премиум-сегменте, а в наиболее эффективных нишах,

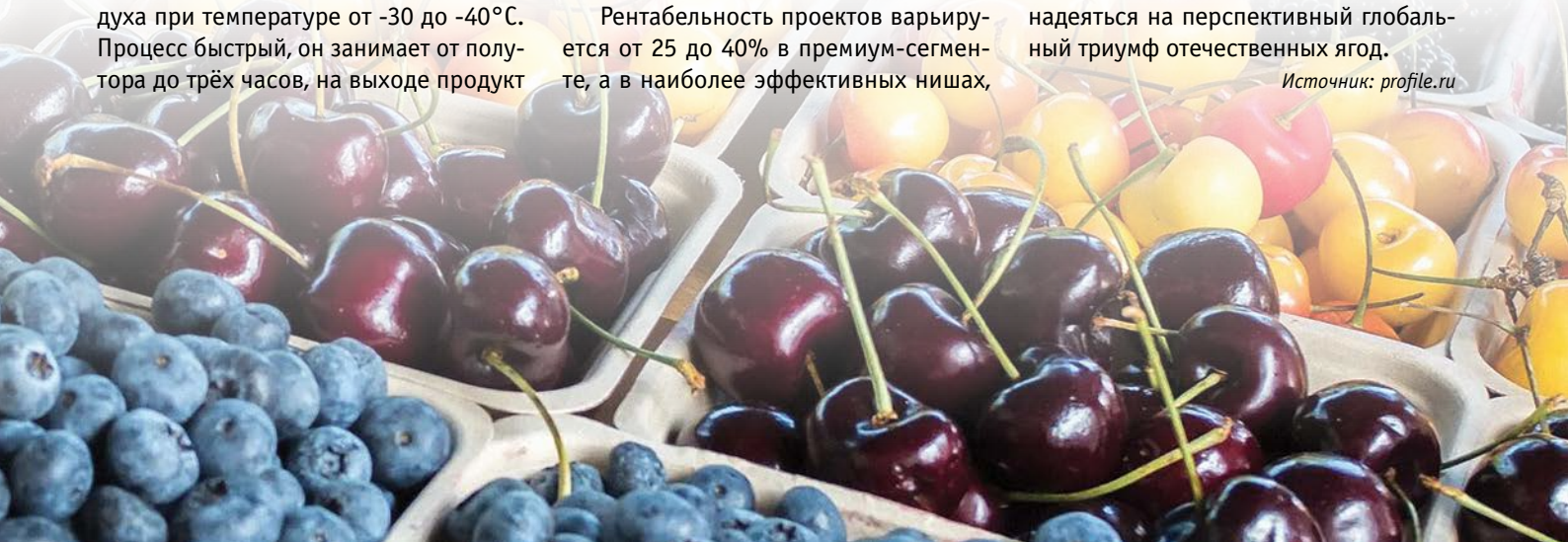
таких как выращивание ремонтантных (два урожая за сезон) сортов малины, достигает 65% со сроком окупаемости около трех лет. Клубничный бизнес позволяет выйти в прибыль уже в первом цикле: первоначальные инвестиции в размере 860 тыс. руб. могут принести чистый доход до 400 тыс. руб. Неудивительно, что федеральные торговые сети готовы выстраивать с предприятиями АПК вертикально интегрированные компании.

Дефицит рабочей силы — пожалуй, самая сложная проблема, от решения которой зависит настоящее и будущее ягодной отрасли. Ещё один вызов — критическая зависимость от импортного оборудования для заморозки ягод. В частности, в сегменте высокотехнологичных морозильных линий раньше полагались на европейских поставщиков, сейчас доминируют китайские. Ситуация сейчас усложняется, что подтверждают данные Росспецмаша: доля отечественных производителей пищевого оборудования в 2025 году составила 33,2% против 36% годом ранее.

Между тем, российские предприятия способны выполнять работы «на поле» импортозамещения. Так, крымское предприятие «Фрустор» разрабатывает системы хранения фруктов и ягод в регулируемой газовой среде, а компания Abat не так давно представила новую линейку камер шоковой заморозки. Впрочем, этим видом оборудования занимается не только она.

Учитывая рентабельность бизнеса, регионы создают свои программы развития. Например, на Ставрополье садоводам в 2026 году решено направить свыше 528 млн руб., в том числе 14 млн руб. непосредственно на ягодоводство. Власти Чувашии, Воронежской области и других субъектов также реализуют свои программы. Это позволяет надеяться на перспективный глобальный триумф отечественных ягод.

Источник: profile.ru



Выставка продуктов
питания и напитков

interfood

KRASNODAR

Краснодар, ВКК «Экспоград Юг»

**21 – 23
апреля
2027**

Организатор:



Международная
Выставочная
Компания



6 400+
ПОСЕТИТЕЛЕЙ*

из **59**
РЕГИОНОВ РФ

*включая посетителей выставок
FoodTech Krasnodar,
«Винорус.Винотех», «Кубаньпродэкспо»



Забронируйте стенд
www.inter-food.su



БОРЬБА ЗА АРКТИЧЕСКУЮ КРЕВЕТКУ: ЕВРОПА ПРОИГРЫВАЕТ, РОССИЯ НАРАЩИВАЕТ ЭКСПОРТ

Резкая перемена в потребительских привычках жителей стран Азии переписывает правила мировой торговли морепродуктами, взвинчивая цены на дикую холодноводную креветку до беспрецедентного максимума. Этот ценовой скачок происходит в крайне непростой для отрасли момент: снижение уловов в северных промысловых районах оставляет европейских переработчиков без сырья. Более того, баланс между экспортными рынками почти полностью нарушен. Китай расширил свои запросы и стал крупнейшим мировым импортёром.

Ситуация на мировом рынке в корне изменилась

Промысел холодноводной креветки обеспечивает ежегодный мировой улов в объёме около 250 000 тонн. Исторически сложилось так, что в этом секторе доминировали Гренландия и Канада, выступая в качестве ведущих производителей и обеспечивая примерно 61% от общего объёма мирового производства. Оставшуюся часть предложения формирует Россия, ежегодно вылавливающая от 30 до 40 тыс тонн креветки, а также Норвегия, Исландия, Эстония, Латвия и Дания (12% от мирового улова).

Однако традиционный баланс между этими странами и их экспортными рынками оказался полностью нарушен.

Прежде на рынке замороженного сырья доминировала Япония, где крупная креветка высоко ценится для приготовления традиционных блюд. Тем временем более мелкая направлялась почти исключительно на европейские перерабатывающие предприятия, где её отваривали, очищали и распределяли среди традиционных потребителей в Дании, Испании и Великобритании, либо отправляли в США.

Теперь же Китай значительно расширил свои запросы. В настоящее время он является крупнейшим в мире импортёром холодноводной креветки, закупая колоссальные объёмы у России, Канады и Гренландии. Примечательно, что китайские покупатели не просто

перебивают ставки Японии в борьбе за премиальную крупную креветку, замороженную непосредственно на борту судна. Они активно скупают креветку более мелкого размера, а она составляла основу европейских розничных сетей.

Кризис в европейской цепочке поставок

Эта переориентация поставок спровоцировала кризисную ситуацию во всей европейской цепочке поставок, где самой острой проблемой теперь является уже не потребительский спрос, а дефицит сырья — неочищенной креветки. Многие партии товара выкупаются и оплачиваются ещё в тот момент, когда суда находятся в море, в результате чего местным перерабатывающим предприятиям практически ничего не остается. Ситуация усугубляется тем, что объём поставок из Баренцева моря продолжает стремительно сокращаться — на 14 тыс тонн ежегодно, что приводит к падению рыночных запасов до критически низкого уровня.

Рыночные цены отреагировали на это крайне бурно. В мае 2026 года средняя цена на холодноводную креветку поднялась до 3,75 долл./кг. Это стало самым высоким показателем, зафиксированным с начала 2026 года, и ознаменовало стремительный рост стоимости сырья на 35% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.





Как следствие, цены на переработанную и замороженную продукцию внутри Европы выходят из-под контроля.

Оптовые расценки на основные товарные позиции повсеместно превысили отметку в 11 евро за килограмм. Этот рост цен привёл к возникновению острой кризисной ситуации и производственного коллапса на уровне перерабатывающих предприятий.

Многие европейские переработчики сейчас крайне неохотно заключают предварительные заказы, поскольку темпы роста цен на сырьё значительно опережают их способность корректировать цены на конечную розничную продукцию. Столкнувшись с этими неприемлемыми цифрами, некоторые европейские розничные и кейтеринговые каналы сдались. Они решили полностью

сократить закупки диких креветок из холодных вод в пользу более дешёвых, выращенных на фермах альтернатив, таких как белые креветки из Южной Америки.

Расстановка сил глобально продолжает меняться

Ситуация на мировом рынке продолжает поляризоваться. В течение первых четырех месяцев 2026 года внутренние импортные цены в Китае демонстрировали устойчивый рост: к апрелю ценовая планка превысила уровень начала года более чем на 50%.

Аналитики отмечают, что профили поставок из разных регионов становятся всё более специализированными: если импорт из Канады, Гренландии и Норвегии по-прежнему ориентирован преимущественно на массовый сегмент — мелкие варёномороженные продукты, то Россия успешно заняла нишу премиум-класса.

Российский флот делает ставку главным образом на крупноразмерную

замороженную продукцию. И хотя общий объём этих поставок сравнительно невелик, доля России в совокупной стоимости импорта стремительно возросла, поскольку средние цены на эту продукцию в разы превышают расценки на стандартные варёномороженные морепродукты.

В то время как одни рынки адаптируются к новым условиям или переходят на товары-заменители, реальная ситуация в промысловых районах остается неизменной: самым дефицитным и наиболее ожесточённо оспариваемым товаром на мировом рынке морепродуктов на сегодняшний день являются сыромороженные холодноводные креветки. Европа проигрывает борьбу за то, чтобы удерживать эти поставки на своем континенте. Россия наращивает экспорт, в том числе за счёт выхода в нишу премиум-класса.

Источник: fishretail.ru

ТЕНДЕНЦИИ ГЛОБАЛЬНОГО РЫНКА УПАКОВКИ МОРЕПРОДУКТОВ

Мировая индустрия морепродуктов переживает значительную трансформацию, вызванную ростом потребления, более строгими нормами безопасности пищевых продуктов и быстрыми инновациями в логистике холодовой цепи. По данным *Future Market Insights*, в основе этой эволюции в том числе находится рынок упаковки, который обеспечивает свежесть, безопасность и удобную дистрибьюцию продукции от океана до стола.

Упаковка морепродуктов важна как никогда

Морепродукты являются одной из самых скоропортящихся категорий продуктов питания, очень уязвимой к загрязнению и перепадам температуры. По мере роста их мирового потребления, потребность в высокоэффективной упаковке, которая сохраняет вкус, текстуру и безопасность, растёт. От вакуумных пакетов до упаковки в модифицированной атмосфере (МАР) инновации играют ключевую роль в продлении срока годности морепродуктов и поддержании целостности холодовой цепи.

Учитывая специфические требования к продукции и стандарты безопасности, упаковка морепродуктов превратилась в специализированный, технологически развитый сегмент более широкой индустрии упаковки пищевых продуктов.

Материалы, технологии и форматы

Рынок упаковки морепродуктов охватывает широкий спектр материалов, технологий и форматов, разработанных специально для рыбы, ракообразных, моллюсков в том числе переработанных. Он включает в себя:

- **Типы материалов:** пластик, бумага, металл и альтернативные материалы;
- **Форматы упаковки:** МАР, вакуумная упаковка, лотки, банки, пакеты, мешочки;
- **Применение:** свежие, замороженные и переработанные морепродукты;
- **Категории морепродуктов:** рыба, моллюски, ракообразные и пр.

Этот сегмент составляет 4,5-5% мирового рынка упаковки пищевых продуктов, демонстрируя его стратегическую важность в логистике холодовой цепи, экспорте и розничной торговле.

Обзор рынка с 2025 по 2035 год: десятилетие устойчивого роста

Рынок упаковки морепродуктов находится на устойчивой восходящей траектории. Стабильный рост поддерживается несколькими макрофакторами:

- Растущий мировой спрос;
- Быстрое расширение электронной коммерции в сфере продуктов питания и доставки еды;
- Строгие правила безопасности пищевых продуктов распространяющиеся по всему миру;
- Увеличение международной торговли морепродуктами;
- Модернизация холодовой цепи в Азиатско-Тихоокеанском регионе, Европе и Северной Америке.

Низкий индекс волатильности роста указывает на предсказуемый и надёжный рынок — привлекательное



предложение для поставщиков, экспортеров и инвесторов.

Обзор сегментации рынка

Тип материала: доминирует пластик с долей 64%. Он остаётся предпочтительным материалом из-за:

- высоких барьерных свойств;
- гибкости, важной для замороженных и свежих морепродуктов;
- совместимости с высокоскоростными упаковочными линиями.

Многослойные пленки, вакуумные пакеты и MAP-совместимый пластик набирают значительную популярность. Одновременно растут достижения в области перерабатываемых и биоразлагаемых полимеров.

Тип упаковки: лидирует MAP с долей 47%, упаковка в модифицированной атмосфере предпочтительна, поскольку она:

- увеличивает срок годности;
- сохраняет цвет, текстуру и вкус морепродуктов;
- минимизирует окисление и рост бактерий;
- поддерживает дистрибьюцию на большие расстояния и международный экспорт.

Ритейлеры особенно предпочитают MAP за его привлекательный внешний вид и преимущества в сокращении отходов.

Тип продукции: пакеты и мешочки занимают долю 35%, их популярность обусловлена:

- лёгким дизайном;
- экономической эффективностью;
- простотой использования;
- совместимостью с вакуумной упаковкой и процессами MAP.

Предварительно порционированные и повторно закрывающиеся пакеты становятся все более популярными в розничной торговле и сегментах приготовления еды.

Драйверы роста рынка упаковки морепродуктов

Требования к свежести и сроку годности. Морепродукты быстро портятся из-за микробной активности, окисления и воздействия влаги. Инновации в упаковке обеспечивают свежесть на протяжении всего хранения и транспортировки. Ритейлеры все больше предпочитают упаковку, подтвержденную лабораторными испытаниями срока годности.

Строгие стандарты безопасности пищевых продуктов и нормативы. Органы здравоохранения настоятельно требуют соблюдения требований к упаковочным материалам, маркировке и прослеживаемости. Необходимы пломбы с защитой от несанкционированного вскрытия, отслеживание с помощью QR-кодов и материалы, соответствующие требованиям FDA/EU. Рынки с большим объемом экспорта также должны соблюдать международные протоколы инспекции.

Развивающиеся потребности розничной торговли, общественного питания и электронной коммерции. Для разных каналов продаж важны различные возможности упаковки:

- Продуктовые магазины: повторно закрывающиеся, прозрачные, удобные для потребителя упаковки;
- Общественное питание: упаковка для больших объемов, готовая к замораживанию, с высокой прочностью;
- Электронная коммерция: холодостойкие, компактные, защищенные от несанкционированного вскрытия форматы.

По мере роста популярности наборов для приготовления пищи и доставки на дом потребительская упаковка морепродуктов становится все более сложной.

Ограничения рынка: проблемы масштабируемости

Более широкому распространению современной упаковки морепродуктов не способствуют:

- Высокая зависимость от специализированных материалов;
- Сбои в цепочке поставок пластиковых смол и барьерных пленок;
- Неоднородная инфраструктура холодовой цепи в развивающихся регионах;
- Растущее регуляторное давление в отношении пластиковых отходов.

Поставщики упаковки должны решать эти проблемы путем инноваций, диверсификации материалов и партнерства в области инфраструктуры.

Анализ роста упаковочной индустрии по странам

Китай: самый высокий уровень роста — 7,8%. Здесь сильная индустрия аквакультуры; активное внедрение упаковки MAP и вакуумной упаковки; развитая интеллектуальная маркировка для прослеживаемости; расширение холодовой цепи, особенно в провинциях Фуцзянь и Чжэцзян.

Индия: быстрый рост на уровне 7,3%. Этому способствуют спрос, обусловленный экспортом: герметичная упаковка экспортного класса; рост розничной торговли замороженными морепродуктами; использование биоразлагаемых пленок.

Германия: рост на уровне 6,7%. Особенности роста являются нулевые цели по пластику, иницированные ЕС; использование лотков на основе целлюлозы и перерабатываемые пленки; интеллектуальные индикаторы свежести; широкое применение вакуумной упаковки.

Великобритания: рост на уровне 5,5%. Для упаковочной индустрии характерны спрос на замороженные морепродукты; упаковка, соответствующая стандартам Великобритании после Brexit; растущая популярность материалов, безопасных для океана.

США: зрелый рынок на уровне 4,9%. На рынке используются пленки с высокими барьерными свойствами и изолированные контейнеры; упаковка для наборов приготовленной пищи и электронной коммерции; антимикробные решения и решения для контроля запаха.



ПОЧЕМУ ДОРОЖАЕТ РЫБА МАССОВОГО СПРОСА?



Рынок рыбы и морепродуктов в 2026 году преподнес несколько неожиданных сюрпризов. Анализ потребительских цен показывает, что наиболее быстрыми темпами дорожает продукция массового спроса, тогда как отдельные категории премиального сегмента демонстрируют признаки снижения цен.

Массовая рыба становится главным драйвером роста цен

Наиболее существенное подорожание наблюдается в категориях, которые традиционно входят в повседневную потребительскую корзину (массовый рынок). Лидерами по темпам роста стали кальмары, мороженная, охлажденная, а также неразделанная рыба.

Особого внимания заслуживает тот факт, что красная икра, лососевые и креветки оказались в числе немногих категорий, где рост цен практически остановился и даже по некоторым позициям пошёл вниз. Это резко контрастирует с ситуацией прошлых лет, когда именно такие продукты были

символом ценового роста на рыбном рынке. В то же время стоимость мороженной рыбы увеличилась на 12-14%, а охлажденной — более чем на 10%.

Такая ситуация на рынке свидетельствует о том, что он постепенно достигает предела платежеспособного спроса на дорогую рыбную продукцию. В то же время массовые категории продолжают идти вслед за общими инфляционными процессами.

Где рыба стоит дороже

Как и в предыдущие годы, наиболее высокие потребительские цены сохраняются в Дальневосточном, Центральном и Северо-Западном федеральных

округах. Наиболее доступной рыбная продукция остается в Приволжском и Южном округах.

Парадоксально, но самый высокий уровень цен сохраняется на Дальнем Востоке, который является основным рыбодобывающим регионом страны. Это подтверждает тот факт, что близость к сырьевой базе не всегда означает более низкие розничные цены для населения.

Можно также отметить, что ценовой разрыв между федеральными округами продолжает увеличиваться, особенно по охлажденной и переработанной продукции.

Источник: «Савкина Эксперт Групп»

ЗАКАНЧИВАЕТСЯ ДОБРОВОЛЬНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ ПО МАРКИРОВКЕ ЗАМОРОЖЕННОЙ РЫБОПРОДУКЦИИ

До 31 августа 2026 года в соответствии с постановлением Правительства РФ от 17 ноября 2025 года № 1823 проводится добровольный эксперимент по маркировке полуфабрикатов, замороженной рыбы и морепродуктов. Как только он закончится, далее должно последовать решение о введении обязательной маркировки. В том числе — для продукции, которая производится и упаковывается в море. Пять промысловых судов, где есть линии по выпуску продукции, не работали с маркировкой. Всего судов, где есть производство, 29.

Опыт маркировки рыбных консервов в условиях низких температур подтверждает, что нанесение цифровых кодов на продукцию, произведенную

и упакованную на судах, технологически выполнимо и может быть встроено в действующие производственные процессы, считают во Всероссийской ассоциации рыбохозяйственных предприятий, предпринимателей и экспортеров (ВАРПЭ). Его результаты как раз будут важны для дальнейшего распространения маркировки на рыбные полуфабрикаты, замороженную рыбу и морепродукты.

Когда технологические вопросы нанесения кодов и передачи данных уже отработаны в ходе эксперимента, маркировка уже может быть широко встроена в судовую производственный процесс. Участники рынка также считают, что отсутствие постоянного доступа

к интернету в море уже не является для неё препятствием.

Задача по внедрению маркировки на рыбопромысловых судах очень сложная, непохожая на практику работы на сухопутных производственных объектах. Анализ покажет — чем больше проблемных вопросов выявлено на этапе добровольного эксперимента, тем выше вероятность того, что программный технический продукт будет отвечать требованиям рыбаков, отметил президент ВАРПЭ Герман Зверев.

Маркировка рыбопродукции важна не только как инструмент контроля, но и как способ подтвердить честное происхождение продукции.

Соб. инф.



КОМПАНИЯ «КОЛД ТРЕЙД» ЗАВЕРШИЛА ОСНОВНЫЕ ПОЗИЦИИ ЗАКАЗА РОСРЕЗЕРВА И ВОЗВРАЩАЕТСЯ К ОТРАСЛЕВЫМ ПРОЕКТАМ



Павел Клименко, генеральный директор «Колд Трейд»

ООО «Колд Трейд», специализирующаяся на проектировании, производстве и поставке промышленного холодильного оборудования, продолжает выполнять крупные проекты в сфере холодоснабжения складов Росрезерва.

Ранее мы уже рассказывали о трех масштабных проектах по оснащению аммиачными холодильными комплексами объектов этого заказчика, расположенных на Сахалине, в Ленинградской области (Луга) и Петропавловске-Камчатском. Сегодня все три проекта достигли одного важного этапа — завершена поставка основного холодильного оборудования, а дальнейшие работы будут выполняться по мере строительной готовности у заказчика.

«Сейчас в нашу компанию всё чаще поступают запросы на проектирование, перевооружение и оснащение холодильных комплексов для разных отраслей промышленности. Поскольку завершена важная стадия работы со складами Росрезерва, «Колд Трейд» готов вернуться к традиционной деятельности — реализации проектов для промышленных предприятий. Объективные сложности последних лет дали нам и новый опыт, и добавили уверенности в собственных силах. И мы по-прежнему готовы выполнить заказ любой сложности в сфере промышленного холода».

Холодильное оборудование поставлено на все три склада

— Холодильный комплекс на Сахалине был полностью обеспечен оборудованием ещё в 2024 году. В настоящее время мы ожидаем официального подтверждения его строительной готовности, после чего специалисты «Колд Трейд» смогут приступить к выполнению монтажных и пусконаладочных работ.

В 2025 году была завершена поставка оборудования для объекта Росрезерва в Луге. По нему уже заключён договор на выполнение шеф-монтажных и пусконаладочных работ. Монтаж оборудования будет произведён силами заказчика под инженерным сопровождением специалистов «Колд Трейд».

Наша команда обеспечит технический надзор, контроль соблюдения

технологии монтажа, консультационную поддержку, предоставление необходимой рабочей документации и сопровождение всех сложных технических решений. После завершения монтажных работ специалисты компании выполнят пусконаладку поставленного холодильного оборудования.

17 июля 2026 года был отправлен последний, двенадцатый контейнер с оборудованием для третьего объекта Росрезерва в Петропавловске-Камчатском. После доставки и передачи оборудования заказчику с полным комплектом документации компания также будет ожидать официального уведомления о строительной готовности этого холодильного комплекса, чтобы начать монтажные работы.

Такие контракты — у компании не впервые

Таким образом, проекты, стартовавшие в разные годы, к середине 2026 года фактически синхронизировались и находятся на одинаковой стадии — ожидания завершения строительной части и перехода к монтажу и вводу оборудования в эксплуатацию.

Все проекты по разделу холодоснабжения и автоматизации были разработаны нашими специалистами. Компания не только поставляет оборудование, но и обеспечивает комплексное инженерное сопровождение, что позволяет гарантировать соответствие проектных решений, качество монтажа





и надёжность при последующей эксплуатации холодильных комплексов.

Напомню, что контракты такого рода «Колд Трейд» заключает не впервые — мы работаем с Росрезервом с середины 2010-х годов. В разных российских регионах наша компания оснащала по его заказу холодильные склады долгосрочного хранения разной мощности. Изначально мы изготавливали своё компрессорное и ёмкостное оборудование на базе европейских комплектующих, а после введения антироссийских санкций нашли других поставщиков.

Таким образом, наша компания имеет многолетний успешный опыт работы на рынке складского холода. Обладая собственной производственной базой, мы проектируем склады, занимаемся производством, поставкой, монтажными работами и последующим сервисным обслуживанием современного высокотехнологичного холодильного оборудования различной мощности для холодильных и морозильных объектов.

Справка. С марта нынешнего года стоимость строительства ключевых форматов складской недвижимости впервые с 2020 года немного пошла вниз, в том числе холодильных и мультитемпературных складов. Для рынка это важный сигнал: после нескольких лет роста затрат инвесторы и застройщики получили окно для пересмотра экономики проектов. Надолго ли это — время покажет, тем более, что при снижении цен на материалы, стоимость собственно работ продолжает расти. Выиграет тот, кто успеет использовать отпущенный период для уточнения своих решений, поскольку возможность нового цикла повышения себестоимости строительства сохраняется.

Есть время для работы с промышленными предприятиями

Реализация трёх новых крупных государственных проектов стала для нашей компании важным этапом развития. В условиях снижения инвестиционной активности коммерческого рынка последних лет участие в проектах федерального значения позволило нам сохранить производственные мощности, инженерные компетенции и стабильную загрузку предприятия.

Сегодня мы отмечаем положительные изменения на рынке промышленного холодоснабжения. После продолжительного периода осторожности заказчики вновь начинают запускать новые инвестиционные проекты. Всё чаще поступают запросы на проектирование и строительство современных холодильных комплексов для предприятий различных отраслей промышленности.

Мы связываем эту тенденцию с тем, что бизнес постепенно адаптировался к новым экономическим условиям. Несмотря на сохраняющиеся высокие ставки кредитов и непростую экономическую ситуацию, многие предприятия приняли решение не откладывать развитие, а продолжать инвестировать в расширение и строительство производственных мощностей.

Для «Колд Трейд» это означает постепенное возвращение к традиционному направлению деятельности — реализации проектов для промышленных предприятий, оставаясь при этом открытыми для участия в новых государственных программах, включая перспективные объекты Росрезерва.

Рыба и крабы — тоже наш конёк

«Колд Трейд» занимает крепкие, устойчивые позиции в области промышленного холодоснабжения рыбоперерабатывающих предприятий, предлагая весь комплекс услуг от проектирования и производства до монтажа и пусконаладки оборудования, исходя из требований заказчика. Холодильные установки нашей компании обеспечивают переработку и хранение широкого ассортимента скоропортящихся продуктов.

Также в портфеле нашей компании реализованные заказы рыбопромышленных предприятий Камчатки, Сахалина и Курил. Кроме того, мы модернизировали морозильное оборудование на типовых СРТМ (стеркодерах) Южно-Курильского рыбокомбината. И, конечно, очень важными для нас были крабовые проекты, здесь разработано большое, новое для отрасли направление.

Мы уверены, что накопленный опыт реализации крупнейших холодильных комплексов федерального уровня и проектов разных отраслей позволит компании и дальше успешно выполнять сложные инженерные решения, сочетая современные технологии, высокий уровень ответственности и комплексный подход к каждому объекту.



Cold Trade Ltd

ООО «Колд Трейд»

190000, Санкт-Петербург

+7 (812) 449-90-40

+7 (812) 449-90-41

coldtrade.spb.ru

info@coldtrade.spb.ru



ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА IX GLOBAL FISHERY FORUM & SEAFOOD EXPO RUSSIA 2026

ПРЕСС-РЕЛИЗ

IX Международный рыбопромышленный форум и Выставка рыбной индустрии, морепродуктов и технологий состоятся 16-18 сентября в КВЦ «Экспофорум», Санкт-Петербург.

Деловая программа мероприятия традиционно сформирована в соответствии со стратегическими целями развития отрасли и актуальными текущими задачами для их достижения. Темой пленарной сессии станет «Переход к биоэкономике в рыбной отрасли — ключ технологического развития и экономической трансформации». Обсуждение сфокусируется на модели хозяйственной деятельности, основанной на использовании биотехнологий и научных знаний о живых системах.

Фокус на новой географии сотрудничества

Развивая тему экономической трансформации отрасли, деловая программа сосредоточится на практических вопросах:

- где сегодня формируется основная добавленная стоимость рыбной продукции;
- какие экспортные модели сохраняют устойчивость в условиях перестройки мировой торговли;
- как меняется глобальный спрос и какие технологические решения способны обеспечить российским предприятиям долгосрочную конкурентоспособность на мировых рынках и удовлетворить внутренний спрос.

Новым направлением программы станет блок мероприятий, посвященный сотрудничеству в рамках БРИКС+ и государствами Глобального Юга. Участники обсудят совершенствование многополярной модели мировой торговли, новые экспортные и логистические маршруты, кооперацию между странами в сфере переработки рыбопродукции,

аквакультуры, судостроения и других отраслевых технологий. Особое внимание будет уделено формированию устойчивых механизмов международного партнёрства в условиях трансформации мировой экономики.

Аквакультура — сектор роста

Значимым событием в деловой повестке станет проведение Международного форелевого форума, который соберет ключевые производственные предприятия, руководителей субъектов Российской Федерации и представителей дружественных стран, занимающихся развитием лососеводства и форелеводства.

Проведение форума откроет новые перспективы для всей индустрии, которая получит площадку для диалога бизнеса и государства, консолидации работы с зарубежными партнёрами, ускорения внедрения лучших отраслевых практик. Эти вопросы приобретают особую значимость в условиях перехода к более интенсивным моделям производства аквакультуры.

Технологии производства

Вопросы технологического оснащения рыбохозяйственного комплекса и развития производственной инфраструктуры вновь будут рассмотрены в рамках программы специализированной экспозиции Ship Tech Global. Она объединит темы строительства, оснащения и ремонта судов, оборудования для рыбной промышленности и логистической инфраструктуры поставок.

В деловой повестке — вопросы отечественного производства техники,

ингредиентов, упаковки и других решений для глубокой переработки рыбной продукции. Сегодня эти направления становятся одним из важнейших факторов устойчивости отрасли. Они напрямую влияют на себестоимость продукции, уровень добавленной стоимости и способность предприятий сохранять стабильность производственных процессов и поставок в условиях меняющегося рынка.

От этих же направлений зависит достижение целевых показателей потребления рыбной продукции. Эксперты обсудят задачу перевода рыбы из периферической покупки в базовый продукт повседневного спроса. Дополнительно будет запланирована дискуссия о возможностях увеличения доли рыбной продукции в сегменте детского питания. Вопросы обеспечения таких поставок будут ключевыми на круглом столе по непрерывной холодильной цепи. И, конечно, сквозной темой станет цифровизация отрасли и внедрение инструментов искусственного интеллекта.

Кадры и вклад в развитие отрасли

В рамках деловой программы будет уделено внимание кадровому потенциалу отрасли. Молодежный форум Fishery Skills объединит студентов, молодых специалистов, представителей образовательных учреждений и бизнеса для обсуждения новых компетенций, профессиональных траекторий и подготовки кадров для рыбной отрасли будущего.

Также в рамках форума традиционно состоятся церемонии награждения специалистов рыбохозяйственного комплекса, отраслевых предприятий, образовательных и научных организаций, СМИ, которые внесли вклад в развитие рыбной промышленности и популяризацию потребления рыбопродукции.

Подробнее на seafoodexporussia.com



Журнал «Империя холода» —
медиапартнёр выставки
рыбной индустрии и форума



**16-18
СЕНТЯБРЯ '26**

— САНКТ-ПЕТЕРБУРГ —



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ПО РЫБОЛОВСТВУ

GLOBAL **and** SEAFOOD FISHERY FORUM EXPO RUSSIA

FISHERY • AQUACULTURE • PROCESSING

МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫБОПРОМЫШЛЕННЫЙ ФОРУМ
И ВЫСТАВКА РЫБНОЙ ИНДУСТРИИ, МОРЕПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ

ПЕРИОДИЧНОСТЬ:

ЕЖЕГОДНО

ПЛОЩАДЬ:

26 000 м²

ПОСЕТИТЕЛИ:

20 080 СПЕЦИАЛИСТОВ
ИЗ **84** РЕГИОНОВ РОССИИ
И **81** СТРАНЫ МИРА

УЧАСТНИКИ:

347 КОМПАНИЙ
ИЗ **37** РЕГИОНОВ РОССИИ
И **11** СТРАН МИРА



ОТРАСЛЕВОЙ
ВЫСТАВОЧНЫЙ
ОПЕРАТОР

18+

EXPO SOLUTIONS GROUP

+7 (495) 215-06-75

INFO@RUSFISHEXPO.COM



T.ME/SEAFOODEXPORUSSIA

WWW.SEAFOODEXPORUSSIA.COM



НА ПРАВАХ РЕКЛАМЫ



GOTOVO

GO TO VOLUME
READY FOOD

Выставка оборудования,
ингредиентов и полуфабрикатов
для производства готовой еды

23–26

МАРТА 2027

Москва, ВЦ «Тимирязев»



gotovo-expo.ru

 GEFERA MEDIA



На правах рекламы



ГОТОВАЯ ЕДА ВЫЙДЕТ ИЗ ТЕНИ?

Готовой еде по-прежнему предрекают двузначные темпы роста: от 15 до 20% за 2026 год. Спрос на неё высок не только из-за нового ритма жизни, интенсификации труда и нежелания или неумения готовить дома. Здесь нельзя забывать и о низкой базе, с которой пошёл взрывной рост новой категории пищевого рынка.

Но сегодня куда важнее не количественные показатели, а качество готовой еды. Очень много рассуждений о том, что оно растёт, но мало тому доказательств. Санитарные условия её производства по-прежнему вызывают озабоченность, как, впрочем, и большая нехватка квалифицированных кадров в этой сфере.

Рыночный бум продолжается

В прошлом году объём рынка готовой еды пошёл на второй триллион рублей, рост — 18,5%. На конец нынешнего года эксперты говорят о росте до 20%, но это в деньгах. Так, Freedom Global даёт прогноз 15-18%, аналитики Infoline 18%. Президент Ассоциации производителей и поставщиков готовой еды (АППГЕ) Сергей Беляков полагает, что рост может быть 20%, и что инвестиции в этот сегмент будут тоже расти.

Если обратиться к совместному исследованию продаж готовой еды NTech и X5 с января по апрель этого года, результаты которого они сравнивали с тем же периодом 2023 года, мы увидим рост категории в натуральном выражении на 55,6%.

Первое место по спросу конечно же занял кофе. За ним идёт пицца — спрос на неё вырос в пять раз. Продажи сэндвичей выросли на 117%, молочных коктейлей — на 97%, растительных напитков — на 83%, готовых котлет — на 76%, выпечки — на 29%.

Из других продуктов, которые пусть не очень долго, но всё же надо готовить, можно отметить фарш из мяса и птицы — рост на 23% и 43% соответственно, филе птицы — на 24%, рыбное филе — на 59%.

В то же время перечень самых популярных продуктов корзины покупателя за последние годы изменился лишь незначительно (молоко, картофель, сахар и др.). Упомянутое исследование показало, что продажи готовой еды растут в пять раз быстрее, чем традиционной. Во всяком случае — в магазинах группы X5. Так, в «Пятёрочке» и «Перекрёстке» она входит в каждый 20-й чек, включая онлайн-торговлю сети.

Что интересно, «ленивую еду» предпочитает не только молодёжь. Данные исследователей указывают на то, что больше половины продаж приходится на покупателей в возрасте 30-55 лет, и делают такой выбор, в основном, хранительницы очага — женщины (60%).

Рост постепенно снизится?

Поскольку развитие рынка началось с низкой базы, к продолжению бума эксперты относятся без лишнего оптимизма, но всё же он довольно высок.

- Русспродсоюз. По мере насыщения рынка рост будет замедляться (в среднесрочной перспективе).
- АППГЕ. Готовую еду продают преимущественно для людей с невысокими и средними доходами. Рост её производства может снизить стоимость этой продукции.
- NTech. Темпы будут зависеть от способностей компаний адаптироваться к технологическим вызовам. В частности — к возможностям автоматизации производства...

Конечно, цены на эту еду не такие уж и приемлемые, хотя статистика считает иначе. По поводу кадров и автоматизации производства — большой вопрос. По поводу актуального, широкого и технологически правильного использования холода — тоже. Очень сложный вопрос — логистика. И в этом контексте понятно насколько трудно решить проблему с качеством большого пузыря новой категории продуктов питания, чтобы известных «кухонь на районе» с присущими им отравлениями больше не было.

Напомним, что в январе Роспотребнадзор сообщал, что из 900 исследованных в 2025 году образцов готовой еды 64% не соответствовали санитарно-эпидемиологическим требованиям. А это подтверждает, что она — в зоне повышенного риска.

Да, основной канал её продаж — торговые сети, хотя очень активна доставка. В сетевых магазинах работа с качеством поставляемой им продукции идёт, они открывают и собственные пекарни, и фабрики-кухни, где контроль на высоком уровне.

Одни вопросы решаются, другие возникают

И всё же с точки зрения законодательства этот рынок пока остаётся в тени, то есть вне регулирования, и растёт сам по себе. Будем надеяться, что Минпромторг, Роскачество и профильные ассоциации доработают ГОСТ на готовую еду до конца года. Во всяком случае глава Роскачества Максим Протасов заявляет, что работа над ним практически завершена, большинство замечаний снято и стандарт «поможет рынку развиваться безопасно».

Как бы то ни было, культура еды изменилась радикально. Пирожки, которые пекли дома, — не те, что продают в многочисленных пекарнях и кафе. Готовая каша за стеклом «холодильной стенки» магазина — не та, что варили дома...

Урбанизация, инфляция, высокая степень занятости, рост «семейного одиночества» — всё это реальная картина нынешнего бытия. Некоторые эксперты просят не беспокоиться — готовая еда улучшится, частично будет даже на уровне ресторанной. NTech считает, что она может стать «полноценной частью потребительской корзины».

Но даже если в ближайшее время примут ГОСТ, на карту рынка лягут возможности аудита производства, хранения, доставки и продаж готовой еды со стороны надзорных органов. А также возникнет другой вопрос — как будет работать большой теневой рынок в прозрачной системе.

Соб. инф.



Главный конструктор ООО «КБ «Технология» Александр Захаров



ПЕЛЬМЕННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ДЛЯ ЕВРОПЫ: КБ «ТЕХНОЛОГИЯ» СТРОИТ ЭКСПОРТ БЕЗ ГРАНИЦ

В условиях, когда логистические цепочки перекраиваются, а санкционные режимы диктуют новые правила, есть российские компании, для которых преодоление экспортных барьеров не проблема, а повседневная профессиональная задача. Один из таких примеров — омский производитель промышленного оборудования КБ «Технология», который не только удерживает позиции на постсоветском пространстве, но и уверенно работает с Европой. В июне нынешнего года партия пельменных аппаратов СД-1000 ушла в Германию.

Важно отметить, что на региональном этапе конкурса «Экспортёр года», предприятие этой компании заняло первое место по результатам экспортной деятельности в 2025 году. Конкурсная комиссия оценивала объём поставок, количество контрактов, географию продаж, освоение новых регионов. Победа в конкурсе ещё раз подтвердила, что промышленное пищевое оборудование КБ «Технология» успешно конкурирует на международных рынках (поставка в 33 страны), укрепляя экспортный потенциал России.

Немецкий заказ на русскую основательность

Казалось бы, производить оборудование для пельменей (исконно русского блюда) и продавать его в Европу — задача непростая, но КБ «Технология» её решает. Аппараты СД-1000, о которых идёт речь, это не просто «машины для лепки». Это высокоточное оборудование, работающее с тестом и фаршем лучше итальянских аналогов, с адаптацией под отечественные стандарты надёжности.

СД-1000 работает с тестом уверенно, но деликатно, благодаря многоступенчатой раскатке оно становится пластичным и тонким, обеспечивая высочайшие вкусовые качества пельменей, вареников и чебуреков.

Один оператор может обслуживать одновременно два аппарата, которые производят до 1,5 тонн продукции в час каждый. Это одна из причин, по которой европейские производители делают выбор в пользу оборудования КБ «Технология», сокращая при этом штат персонала и расходы на его содержание.

Получатель в Германии — не частный гастро-энтузиаст, а крупное пищевое производство (по понятным причинам имя клиента не разглашается). Для немецкого бизнеса, известного своей педантичностью, решающими факторами стали стабильность формовки, производительность и, что самое важное, простая эксплуатация и ремонтпригодность нашего оборудования.

Собственный склад запчастей гарантирует клиентам защиту от простоев, что особенно важно производителям полуфабрикатов. КБ «Технология» создало замкнутый цикл «производство-эксплуатация-сервис» для используемых в сфере пищевой промышленности аппаратов и линий. Так сибирская надёжность и основательность покорили немецкий перфекционизм.

Логистика, проверенная временем

Сегодня многие компании опасаются слова «экспорт», особенно в Европу. Беспокоит валютный контроль, задержки на границах, сдерживают сложности с растаможкой и платежами. Мы же доказали на практике — это стереотипы,



и они часто необоснованны. Доставка откатана до состояния автопилота. Есть налаженные цепочки, которые помогают как с проведением оплат через банки-агенты, так и выстраиванием оптимальной логистики.

Маршрут «Россия-Германия» для КБ «Технология» сегодня выглядит как стандартная процедура. Благодаря отлаженному взаимодействию с транспортно-логистическими партнёрами и грамотному юридическому и финансовому сопровождению, проблем с оплатами, таможенным оформлением и доставкой нет. Наша экспортная поставка подтвердила это со всей очевидностью: документы оформлены, таможня пройдена, аппараты СД-1000 уже работают на немецком производстве.

Европа как зеркало качества

Первое место в конкурсе в номинации «Экспортёр года в сфере высоких технологий» — это знак дополнительного признания рынком нашей продукции. География экспорта КБ «Технология»

насчитывает более 33 стран ближнего и дальнего зарубежья. Когда завод отправляет сложное технологическое оборудование в Германию, это значит, что сертификация пройдена, технический регламент соблюден, а уровень сервиса соответствует мировым стандартам.

Для читателей журнала «Империя холода» это, возможно, один из самых важных сигналов: отечественное пищевое машиностроение не просто конкурирует, но может уверенно побеждать европейских производителей. Благодаря изобретательскому опыту и системной работе, КБ «Технология» не просто производит аппараты для пельменей, вареников, хинкали и блинов. Наша компания создаёт инфраструктуру экспорта, где ключевым звеном производственной цепи является не только само оборудование, но и его своевременная и точная передача клиенту в Уфе, Алматы или Берлине...

Другое оборудование

В продуктовой логике оборудования КБ «Технология» можно выделить 5 кластеров:

- Изделия из теста с начинкой: серия СД и экструзионное оборудование (ЭВО-400, РЕОН-ЭВО);
- Блинные линии с системами дозирования начинки и заворота блина (БЛК 1200, БЛК 2000, БЛК 3000 и новинка БЛК 600);
- Оборудование для изготовления котлет и сырников (котлетная линия, состоящая из котлетного аппарата КМ 3000, аппарата для нанесения льезона и панировочной машины);

- Многофункциональное жарочное оборудование (универсальный жарочный комплекс ЖК 1000, контактная жарка и др.);
- Дополнительное оборудование (формующие барабаны, промышленный миксер-гомогенизатор для блинных линий и др.).

Объединяет все эти кластеры инжиниринг и качественный сервис, которые позволяют скомпоновать производственные линии, провести пуско-наладочные работы и обучение операторов работе на оборудовании.

В планах наших специалистов — новые задачи. КБ «Технология» готова принимать заказы из любых стран ЕС, где ценят надёжность и не боятся сотрудничать с российским производителем.

Если вашему предприятию нужно оборудование для производства замороженных полуфабрикатов, которое конкурентоспособно, эффективно и имеет долгий жизненный срок, доставка которого не сорвётся из-за «непреодолимых обстоятельств», вы знаете куда обращаться. Теперь это фактически доказано и на европейском уровне.



ООО «КБ «Технология»

644121, г. Омск,
ул. Калинина 14, корп. 1
Отдел продаж:
+7 (3812) 986-884
kbteh22@yandex.ru
kb-technology.ru





ИНВЕСТИЦИИ СКИСЛИ

Интерес к открытию молочных предприятий упал на 45%

Инвестиционная привлекательность российского молочного рынка резко снизилась. В январе-мае 2026 года на нем зарегистрировали на 45% меньше новых предприятий, чем годом ранее, количество действующих структур начало снижаться. Это связано с кризисом перепроизводства. Закупочные цены на сырое молоко за год упали на 23%, переработчикам не удастся реализовать излишки, а экспортный потенциал российского молока ограничен.

В январе-мае 2026 года в России зарегистрировано 109 компаний и индивидуальных предпринимателей, основной вид деятельности которых выпуск молочной продукции, подсчитали в Rusprofile. Год к году показатель упал на 45%. В «Контур.Фокусе» добавляют, что количество регистраций в молочном животноводстве снизилось год к году на 23,5%, до 1 тыс. в январе-мае этого года. Число всех действующих в России структур, занятых в переработке и производстве молока, 1 июня 2026 года составило 33,5 тыс. компаний, потеряв год к году 26,4%.

Инвестиционная активность на молочном рынке падает быстрее, чем в пищевом производстве в целом. Согласно «Контур.Фокусу», на 1 июня 2026 года в России действовали 2875 тыс. компаний и индивидуальных предпринимателей, специализирующихся на растениеводстве, животноводстве и пищевых продуктах. Год к году значение увеличилось на 0,5%. Количество новых регистраций за январь-май 2026 года снизилось на 14,2%, до 11,9 тыс. В Rusprofile говорят о падении числа регистраций на 10% год к году.

Гендиректор «Союзмолока» Артём Белов связывает снижение инвестиционной активности в молочной отрасли, в частности, с ослаблением мер господдержки и ростом стоимости заимствований. Несколько лет назад производители получали льготные кредиты по ставке 2-3% в год, сейчас — по 6,3-9,1%, говорит эксперт.

Директор центра компетенций в АПК «Рексофт Консалтинг» Андрей Кучеров считает, что развиваются в основном крупные вертикально интегрированные компании. Хотя и в «Экониве», одной из таких компаний, признают, что были вынуждены поставить некоторые проекты на паузу из-за текущей конъюнктуры. Там отмечают, что для развития новых инвестиционных проектов в молочном животноводстве потребуются эффективные ставки по кредитам на уровне 5-6%.

При этом производство молока пока растёт. Согласно Росстату, в январе-мае 2026 года в РФ было произведено 9,14 млн тонн сырого молока, что на 2,3% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

Партнёр по развитию бизнеса Neo Альбина Корягина связывает это увеличение с инвестиционным лагом: новые проекты на молочном рынке активно закладывались в 2020–2024 годах и сейчас вышли на проектную мощность. Это привело к росту предложения, которое наложилось на сдерживание розничных цен.

Профицит наблюдается и на рынке молочной продукции. Андрей Кучеров говорит, что на начало мая на складах было на 17% больше нераспроданных сыров, чем годом ранее. Остатки масла выросли на 23%, несмотря на сокращение объёмов его выпуска. Согласно NTech, в январе-марте 2026 года продажи молочной продукции в натуральном выражении увеличились на 5% год к году, в денежном — только на 9%.

Артём Белов замечает, что рост предложения с осени прошлого года привел к существенному снижению закупочных цен на сырое молоко, предложение опережает спрос. По данным Андрея Кучерова, в апреле 2026 года средняя цена сырого молока была на 23% ниже, чем годом ранее. Производители же зафиксировали увеличение издержек на 6-16% за год.

Именно падение закупочных цен — ключевая причина снижения инвестиционной привлекательности отрасли, считает Альбина Корягина. Рентабельность молочного бизнеса, по ее словам, за год сократилась с 37% до 19%. Если цены продолжат снижение, а издержки будут расти, то к концу 2026 года этот показатель может опуститься ниже 15%, предполагает она.

Артём Белов считает, что проблему с избытком в России молочной продукции экспорт может решить лишь частично. «Союзмолоко» ждёт, что в 2026 году поставки продукции за рубеж вырастут на 8% год к году, до 1,1 млн тонн в эквиваленте молока-сырья. Но экспорт вряд ли сможет поглотить весь избыток молочной продукции, полагают эксперты: для развития направления сохраняются административные барьеры.

ВЫСОКИЙ БЕЛОК В МОРОЖЕНОМ: ДЛЯ ЧЕГО ОН? ДЕСЕРТ ДЛЯ МЫШЦ? РОСКАЧЕСТВО ПРОВЕЛО ИССЛЕДОВАНИЕ

Рынок высокобелковых молочных продуктов стремительно растёт, маркетологи настойчиво раскручивают эту новую тенденцию. Мода, польза для здоровья или ещё что-то? Напомним, что в прошлом году компания Nielsen зафиксировала следующий факт: молочные продукты с дополнительно добавленным протеином в денежном выражении растут намного быстрее, чем классические. Производители активно продвигают их в торговлю.

В нынешнем году Роскачество исследовало высокобелковое мороженое, о чём мы и расскажем в этой статье.

Какие марки были проверены

Эксперты Роскачества выясняли, действительно ли продукты обогащены белком и соответствуют ли они обязательным требованиям к безопасности, качеству и маркировке товаров.

Для исследования они закупили мороженое пяти торговых марок, из них четыре ТМ — молочное: «Ашан», «ВкусВилл», Bombbar, O!Life; одна ТМ — пломбир «Чистая линия».

Микробиология: обнаружены нарушения. По результатам лабораторных испытаний всё исследованное мороженое не содержит токсичных элементов. Не выявлены афлатоксины (могут попадать в состав из кормов для животных) и меламина (используется недобросовестными производителями для повышения концентрации белка в молочных продуктах).

Однако в продукции двух марок обнаружено превышение норм по общему содержанию микроорганизмов: допускается не более $1,0 \times 10^5$ — в мороженом O!Life оказалось $1,1 \times 10^5$, а в продукции Bombbar — $5,3 \times 10^5$. В последнем обнаружены и бактерии группы кишечной палочки.

Вкус, цвет, запах, консистенция мороженого

Одной из важных оценок качества товара являются органолептические показатели. Дефекты во вкусе, запахе, текстуре продукта почти всегда имеют реальную технологическую или сырьевую причину. Результаты исследований показали, что мороженое трёх ТМ не соответствует требованиям ТР ТС 033.

Внешний вид и консистенция. У мороженого «Чистая линия» и Bombbar стаканчики оказались с выраженной деформацией. Это наверняка последствия несоблюдения требований к транспортировке и хранению в магазине, делают выводы эксперты.

У мороженого «Чистая линия» на поверхности — мелкие кристаллы льда. Это также могло произойти из-за нарушения температурного режима либо во время транспортировки, либо в магазине. В мороженом Bombbar была отмечена выраженная мучнистость.

«Причиной выраженной мучнистости могло быть использование на предприятии недопустимо высокой температуры пастеризации и нарушение структуры белка (денатурация). Или — превышение содержания молочного сахара и дополнительное, но не учтенное, его поступление

с концентратами белков», — объясняет Антонина Творогова, д.т.н., зам. директора по научной работе ВНИИ.

Вкус и запах. В мороженом «Ашан» эксперты определили лёгкий посторонний (картонный) привкус. В Bombbar — слабовыраженный молочный вкус и запах, это мороженое также с лёгким сыровоточным привкусом.

«Посторонние вкусы и запахи чаще всего появляются в продукте при наличии более 6,5% белка», — отметила Антонина Творогова. **А согласно ГОСТ 31457-2012, в молочном мороженом содержание белка должно быть 2,5-3,5 гр., в пломбире 3,5-4,0 гр.**

ГОСТ — это ориентир, если ты его выбрал, обязан соблюдать. Если работаешь по ТУ, об этом расскажет этикетка. В исследовании речь идёт только о фактическом содержании белка по сравнению с заявленным на упаковке, т.е. о нарушении правил маркировки.

Сколько белка заявлено и сколько по факту?

В мороженом «Ашан», «ВкусВилл» и O!Life — 15 гр. белка. В продукции «Чистая линия» — 6,9 гр. Производитель Bombbar (молочное) указал 8,3 гр., но по факту белка оказалось меньше: $6,98 \pm 0,14$ гр., следовательно, это нарушение требований ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части её маркировки».

Таким образом, можно говорить, что в мороженом белка значительно больше, чем в обычных продуктах. Эксперты Роскачества также зафиксировали большой разброс массовой доли белка: от 6,9 до 15 гр.

Какой белок добавляют в высокобелковое мороженое?

То, что в мороженом много белка, ещё не гарантирует, что продукт подойдёт для вашей конкретной цели (например, для долгого насыщения или быстрого восстановления после тренировки). Для обогащения мороженого производители «Чистая линия», O!Life и Bombbar использовали концентрат сыровоточных белков, а производители «Ашан» и «ВкусВилл» — изолят сыровоточного белка.

Эксперты исследовали применяемый белковый профиль (изолят или концентрат) и аминокислотный состав мороженого. **Важное уточнение: в настоящее время не существует документов, которые регламентировали бы эти показатели.**



Изучение аминокислотного состава мороженого подтвердило: оно не только высокобелковое, но белок, содержащийся в продуктах, полноценный.

Незаявленные ингредиенты

Исследование показало, что продукция некоторых торговых марок не соответствует требованиям ТР ТС 022/2011 к маркировке.

Синтетические подсластители в мороженом. Незаявленный ацесульфам калия выявлен в продукции ТМ «Ашан», «ВкусВилл», Bombbar, O!Life. Незаявленный сахарин обнаружили в продукции ТМ «Ашан» и Bombbar. Незаявленный цикламат натрия — в мороженом Bombbar.

«Вероятно, предприятия использовали от поставщиков композиции подсластителей, которые разрабатывают с целью получения привычного профиля сладости, либо поставщик подсластителя или изготовитель мороженого недостоверно декларировали состав», — считает Антонина Творогова.

Важно. Количество незаявленных подсластителей в мороженом не превышает допустимые нормы для продуктов, где разрешены сахарин, цикламат натрия и ацесульфам калия, поэтому токсической опасности для здорового человека нет. Главная проблема — нечестность производителя и скрытый состав, отмечают исследователи.

Каррагинан. В составе мороженого «Чистая линия» и O!Life заявлен каррагинан, но по факту его содержание оказалось менее 0,20% (это предел обнаружения методики, то есть производители либо меньше добавляют каррагинана, либо его вообще нет).

Заменяют ли молочные жиры растительными?

Результаты исследования состава стеринов показали, что в мороженом O!Life содержится β -ситостерин в количестве 4,1%. При этом также выявлены незначительные отклонения в триглицеридном составе жировой фазы. Данные факты обусловлены присутствием в составе мороженого какао-масла и некоторых других компонентов жировой природы.

В мороженом «ВкусВилл» также выявлены отклонения в триглицеридном составе жировой фазы. В этом случае они связаны с сезонными колебаниями состава молока, из которого изготовлено мороженое, а также многокомпонентным составом продукта.

Результаты исследования состава стеринов, а также триглицеридного состава, показали что в продукте Bombbar содержатся незаявленные растительные жиры. Кроме них в мороженом выявлена ДНК растений. То есть этот продукт можно назвать фальсификатом, делают заключение эксперты Роскачества.

Основной их вывод: высокий белок — не только маркетинговый ход, он присутствует в большинстве исследованных продуктов. Но его наличие — не связано с качеством мороженого по другим показателям и с его маркировкой. Проблема, выявленная в результате исследования, — недостоверность информации, то есть введение потребителей в заблуждение.

Эффект Роскачества

По итогам проводимых испытаний Роскачество направляет информацию производителям и продавцам для оперативного принятия мер по устранению нарушений. Ответы получены.

- Производитель мороженого торговых марок O!Life, «ВкусВилл», «Ашан» (ООО «Иль Мио Мороженко») сообщил о проведении расследования в отношении технологического процесса на всех этапах. Проведены внеплановая санитарная обработка оборудования и помещений, а также внеплановый инструктаж сотрудников.

В отношении незаявленных в маркировке подсластителей была проведена работа с поставщиками. Усилен контроль за сырьём нового поставщика. Принято решение ужесточить контроль на всех этапах технологического процесса изготовления продукции.

- Производитель торговой марки «Чистая линия» (ООО «Чистая линия») провёл внутреннее расследование по факту выявленного несоответствия органолептического показателя. Торговая сеть «Ашан», где был осуществлен отбор данной торговой марки, при получении информации от Роскачества дополнительно запросила у поставщика подтверждение контроля условий хранения продукции на производстве, контроля соблюдения температурных режимов при погрузке продукции и её транспортировке в торговую сеть.

- Производитель мороженого торговой марки Bombbar (ООО «ПК Фитнес Фуд») провёл работу над качеством выпускаемой продукции.

- Управление Роспотребнадзора по Самарской области объявило ООО «ПК Фитнес Фуд» предостережение о недопустимости нарушения обязательных требований. На основании приказа Федеральной службы по аккредитации приостановлено действие декларации о соответствии на мороженое этой компании.

Роскачество провело исследование не только мороженого, но и высокобелковых молочных коктейлей, и кисломолочных продуктов. С подробными результатами работы экспертов и их выводами можно ознакомиться по ссылке rskrf.ru/tips/spetsproekty/deserty-dlya-myshts-pravda-ili-marketing



ДРУГОЕ МОРОЖЕНОЕ — ВАМ НЕ КОНКУРЕНТ. НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ВКУСНОГО ЛАКОМСТВА



Наталья Уткина, заместитель генерального директора
Союза мороженщиков России

Отрасль мороженого за последние годы совершила огромный технологический рывок. Современные отечественные предприятия работают на оборудовании мирового уровня, используют высококачественное сырье, внедряют цифровые системы управления производством. Они выпускают продукцию, которая по качеству успешно конкурирует с лучшими зарубежными образцами.

За годы работы в отрасли мне не раз приходилось видеть периоды её бурного роста и непростых испытаний. А сегодня она на пороге новых особых перемен. Российская индустрия мороженого подошла к рубежу, когда дальнейшее развитие определяется уже не возможностями производства, а глубоким пониманием покупателя, его потребностей, возможностей, интересов и образа жизни.

О чём говорит статистика

Каждый год в преддверии высокого сезона отрасль внимательно следит за статистикой производства. По первым пяти месяцам обычно становится понятно, каким будет сезон, насколько активно предприятия загружают мощности, а также чего ожидать во втором полугодии и в конечном итоге — в конце года.

Производство мороженого по федеральным округам, январь-май (тонн)

Округ	2026	2025	Индекс, %
Россия в целом	231 293	247 557	93,4
Центральный ФО	80 531	81 370	99,0
Северо-Западный ФО	19 468	21 823	89,2
Южный ФО	39 638	36 020	110,0
Северо-Кавказский ФО	4 353	4 521	96,3
Приволжский ФО	32 790	43 805	74,9
Уральский ФО	12 599	12 642	99,7
Сибирский ФО	38 728	44 180	87,7
Дальневосточный ФО	3 186	3 196	99,7

Статистика января-мая 2026 года заставила многих задуматься. Российские предприятия произвели 231,3 тыс. тонн мороженого — на 6,6% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. На первый взгляд цифры выглядят тревожно. Однако было бы большой ошибкой объяснять происходящее исключительно прохладной погодой. В 2026 году отрасль серьёзно столкнулась не с производственным, а с рыночным вызовом.

Еще десять лет назад главным ограничением развития были производственные мощности. Предприятия инвестировали в современные линии, строили новые фабрики, увеличивали ассортимент. Сегодня эта задача во многом решена. Российская индустрия мороженого располагает

современными технологиями, выпускает продукцию высокого качества и способна полностью обеспечить внутренний рынок и не только. Но рынок изменился.

Теперь недостаточно производить продукции много и качественно. Необходимо создавать устойчивый спрос на мороженое. Именно этот вывод напрашивается по итогам первых пяти месяцев 2026 года. Кстати, и по итогам прошлого года тоже.

Предприятия страны развиваются неравномерно

Несмотря на общее снижение производства, статистика по федеральным округам показывает совершенно разные модели развития.

Центральный федеральный округ вновь подтвердил свое лидерство. Здесь сосредоточены крупнейшие предприятия страны, современные производственные мощности, наиболее ёмкий потребительский рынок и основные распределительные центры федеральных торговых сетей. Именно поэтому снижение производства оказалось минимальным. Это показатель высокой устойчивости бизнеса, который способен быстрее реагировать на изменение покупательского спроса.

Особого внимания заслуживает Южный федеральный округ. На фоне общего снижения производства предприятия округа сумели увеличить выпуск продукции. Это один из самых интересных результатов. Южные производители в последние годы активно модернизируют предприятия, расширяют ассортимент, усиливают присутствие в федеральной рознице и постепенно выходят за пределы своих традиционных рынков. Сегодня Южный ФО становится одним из наиболее динамичных центров развития отрасли мороженого.

Иная ситуация складывается в Приволжском, Сибирском и ряде других округов. Здесь снижение производства оказалось более заметным. Основная причина — изменение структуры спроса.

Покупатель становится более чувствительным к цене, а конкуренция со стороны крупных федеральных производителей продолжает усиливаться. Региональным предприятиям



становится все сложнее противостоять исключительно за счёт традиционного ассортимента. Эта тенденция говорит о том, что сегодня конкурентная борьба постепенно перемещается из производственного цеха в сферу маркетинга и продаж.

Другая фабрика — уже не главный конкурент

Долгое время производители считали своими основными конкурентами другие предприятия отрасли. Конечно, этот фактор нельзя сбрасывать со счетов. Но сегодня ситуация изменилась принципиально. Конкурентом мороженого становится уже не другое мороженое.

За внимание покупателя сегодня одновременно борются холодный кофе, множество прохладительных напитков, молочные коктейли и милкшейки, протеиновые батончики, десерты на вынос, фруктовые снеки и десятки других категорий, включая изобилие ягод и фруктов.

Покупатель выбирает не между двумя вафельными стаканчиками. Он выбирает между мороженым, чашкой кофе, прохладительным напитком или вовсе отказывается от импульсной покупки, если кошелек тощий. Именно поэтому главным объектом конкуренции становится уже не объём производства, а частота покупки.

Если каждый россиянин купит всего одну дополнительную порцию мороженого в месяц, отрасль получит значительно больший экономический эффект, чем от строительства ещё одного производственного цеха.



Наука создавать спрос

Следующий этап развития будет определяться уже не производительностью оборудования. Он будет определяться глубоким знанием покупателя. Мировая практика показывает, что наиболее успешными становятся компании, которые продают не только продукт, но и образ жизни.

Италия превратила джелато в часть национальной культуры. Япония постоянно удивляет потребителя сезонными коллекциями вкусов. Южная Корея делает мороженое элементом молодежной культуры благодаря сотрудничеству с индустрией развлечений. Американские компании активно работают с персональными предложениями, программами лояльности и цифровой аналитикой поведения покупателей.

Примеров можно привести много. И во всех случаях речь идёт не столько о продаже мороженого, сколько о формировании устойчивой привычки его регулярного потребления.

Да, российский пломбир и вафельный стаканчик известны и интересны во многих странах — это замечательное

явление нашей культуры, и нашего качественного производства. Но на внутреннем рынке мощности фабрик могут предложить больше продукции, чем способен «проглотить» спрос. Как быть, где выход?

Развивать не только своё мороженое, но и весь рынок

Сегодня российские производители активно продвигают собственные бренды. Однако следующий этап развития отрасли требует продвижения всей категории мороженого. Когда-то аналогичный путь прошёл рынок кофе. Производители конкурировали между собой, но в то же время совместно формировали культуру потребления. В результате вырос весь рынок. Недаром по росту спроса кофе в нашей стране намного превышает другие категории пищевого рынка.

Мороженому также необходим переход от сезонного продукта к повседневному десерту. Да, это непростая задача. Для этого нужны новые форматы потребления, развитие семейных традиций, сотрудничество с кафе, ресторанами, кинотеатрами, туристической отраслью, сервисами доставки и цифровыми платформами. Отдельным направлением должна стать популяризация мороженого как современного молочного продукта.

Конечно, такие варианты работы уже есть на рынке, их надо изучать. Но это именно варианты, а не явление.

Мороженое заслуживает лучшей репутации

За последние годы вокруг сладких продуктов сформировалось немало устойчивых негативных стереотипов. Но среди молочных десертов мороженое занимает особое место благодаря сочетанию высокой пищевой ценности молочных белков и жира с относительно умеренной калорийностью по сравнению со многими традиционными кондитерскими изделиями.

Его основу составляют молоко и молочные ингредиенты. Вместе с ними человек получает полноценные молочные белки, обладающие высокой биологической ценностью и содержащие весь набор незаменимых аминокислот, необходимых организму. Молочный жир является источником незаменимых жирных кислот и жирорастворимых витаминов А, D, E и K, а также имеет высокую усвояемость. Классическое молочное мороженое — один из наиболее сбалансированных десертов при разумном потреблении.

Именно поэтому, отрасли необходимо активнее говорить не только о вкусе и аромате мороженого, но и о его пищевой ценности. Речь идёт о просвещении потребителей, основанном на современных научных данных о составе молочных продуктов и принципах рационального питания. А это достаточно сильный аргумент в пользу мороженого на фоне многих других конкурирующих с ним лакомств.

2026 год, вероятно, войдёт в историю нашей отрасли не как год снижения производства. Он может стать годом переосмысления. Сегодня российское мороженое обладает всем необходимым для дальнейшего развития: современными технологиями, высоким качеством, широким ассортиментом и сильными производителями.

Следующий этап роста будет определяться уже не количеством введенных производственных линий, а умением формировать спрос, понимать потребителя и создавать новые поводы для покупки. Именно здесь находится главный резерв развития российского рынка мороженого в ближайшие годы.



СОРЕВНОВАНИЯ
ПО ШАХМАТАМ СРЕДИ
МОРОЖЕНЩИКОВ

III ВСЕРОССИЙСКИЕ ОНЛАЙН-СОРЕВНОВАНИЯ ПО ШАХМАТАМ СРЕДИ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОРОЖЕНОГО

ИТОГИ III ОНЛАЙН-СОРЕВНОВАНИЙ ПО ШАХМАТАМ СРЕДИ МОРОЖЕНЩИКОВ



III ВСЕРОССИЙСКИЕ ОНЛАЙН-СОРЕВНОВАНИЯ ПО ШАХМАТАМ СРЕДИ СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ МОРОЖЕНОГО УСПЕШНО ЗАВЕРШЕНЫ!

Организатор соревнований — компания «Кимаб Восток» — уже третий год подряд проводит этот увлекательный шахматный турнир, объединяющий сотрудников разных специальностей фабрик мороженого. Игры проходили на собственной онлайн-платформе playchess.one, обеспечивающей живое общение и видеосвязь между участниками.

Шахматы — уникальное сочетание спорта и искусства, развивающее интеллект и стратегическое мышление. Навыки, полученные за шахматной доской, остаются с человеком на всю жизнь и помогают в профессиональной деятельности.

Наша цель — популяризировать шахматы в России, укреплять корпоративные связи между сотрудниками и повышать культуру взаимодействия внутри компаний.

В этом году в турнире приняли участие представители предприятий из разных городов России, а также из Казахстана и Беларуси. Соревнования прошли в напряжённой борьбе, честность и прозрачность турнира обеспечивал судья международной категории Владимирова Михаил Яковлевич.

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ИМЕНА ПОБЕДИТЕЛЕЙ:

1 место. Тозик Павел, «Ингман мороженое», Беларусь

2 место. Мосолович Александр, «Юмо», Россия

3 место. Понамаренко Станислав, «Чистая Линия», Россия

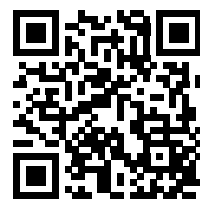
1 место среди женщин. Шеметова Мария, «ИП Пашин А. Ю.», Россия



Все победители получили призы и награды
согласно Положению о соревнованиях.

«Кимаб Восток» поздравляет победителей,
а также предприятия, где они работают!

**Турнир — не только проверка мастерства, но и отличная
возможность для профессионального общения и обмена опытом!**



ИГРЫ И РЕГИСТРАЦИЯ



Приглашаем на бесплатное обучение по шахматам!

*Уважаемые руководители и сотрудники
производственных предприятий!*

**Представляем вашему вниманию социальный проект,
который запускает компания «КИМАБ ВОСТОК».**

*Мы организуем бесплатные занятия по шахматам
для сотрудников ваших компаний и их детей.*

Уроки будут проходить 4 раза в месяц.

Наша цель — внести небольшой вклад в развитие общества, помочь направить энергию детей в очень интересное интеллектуальное русло и, если угодно, просто сделать доброе дело.

Нам нужна ваша помощь в распространении этой информации. Пожалуйста, расскажите об этой инициативе в ваших рабочих чатах и, по возможности, разместите анонс на досках объявлений.

Это частная инициатива, которую мы полностью профинансировали со своей стороны — для вас, ваших сотрудников и детей занятия бесплатны.

Однако, если у кого-то из участников возникнет желание финансово поучаствовать и помочь открытию дополнительных групп, мы будем рады, но это ни в коем случае не является обязательным условием.

Будем благодарны за содействие!



Запись на занятия
осуществляется
по QR-коду



КИМАБ ВОСТОК

Нашу социальную программу
поддерживает журнал
«Империя холода»

Империя  Empire
ХОЛОДА of Cold



«КИМАБ ВОСТОК» — 13 ЛЕТ РАЗВИТИЯ И ДОСТИЖЕНИЙ



Андрей Ведищев, главный технолог
направления «Мороженое» ПК «КИМАБ ВОСТОК»

14 июня 2026 года «Кимаб Восток» отметил 13-летие со дня основания, сегодня это яркий пример успешного импортозамещения. Компания не только сменила статус торговой структуры на торгово-производственную: теперь это предприятие с замкнутым циклом от разработки до выпуска и реализации готовой продукции, которое предлагает широкий спектр пищевых ингредиентов для многих сегментов пищевой промышленности России и других стран СНГ.

— На сегодняшний день 97% продаваемых пищевых добавок «Кимаб Восток» производится собственными силами. Ключевое направление нашей деятельности — выпуск стабилизаторов и функциональных добавок для мороженого, смесей для мягкого мороженого, а также комплексных решений для мясоперерабатывающей отрасли.

Доверие наших партнёров — двигатель, который мобилизует нас к постоянному росту и поиску лучших решений. **В 2025 году мы открыли двери новой лаборатории** и всегда готовы встретить здесь как давних, так и будущих соратников по цеху. Оснащение от ведущих мировых производителей даёт возможность воссоздать реальный технологический процесс выпуска мороженого любого типа. И всё это — на минимальных объёмах, с учётом особенностей оборудования, уже установленного на фабриках индустрии.

Главная задача лаборатории — создавать новые вкусы и форматы, оригинальные виды мороженого, разрабатывать инновационные смеси и шлифовать существующие рецептуры до совершенства.

Почему ведущие фабрики рынка выбирают именно нашу продукцию? Высокотехнологичные стабилизаторы под брендами Кремигель®TM и Фруттогель®TM — это не просто добавки, это настоящие инструменты мастерства, позволяющие добиваться безупречной текстуры, чистоты вкуса и стабильности готового продукта. В нашем ассортименте — системы, которые идеально подстраиваются под особенности именно вашего производства и помогают раскрыть его потенциал на полную мощность.

Кремигель®TM 709 — лидер и легенда. Пользуется репутацией любимца фабрик: идеальный стабилизатор для любого вида мороженого. Обеспечивает сливочный вкус, гладкую однородную структуру и феноменальную устойчивость к тепловым ударам. Особенно незаменим при длительном хранении. Основной компонент — камедь рожкового дерева.

Кремигель®TM 609 — мастер баланса. Этот комбинированный эмульгатор-стабилизатор настоящий универсал для поточного производства. Придаёт мороженому бархатистую кремообразную текстуру, отличную стойкость к таянию и формирует «тело», что особенно важно при больших объёмах производства. В основе — камедь тары.

Кремигель®TM 716 — без каррагинана, без компромиссов. По просьбе клиентов мы создали этот продукт для производства мороженого именно без использования каррагинана. Он придаёт мороженому гладкую, шелковистую текстуру и устойчивость к перепадам температуры, сохраняя сливочный вкус. В его основе — рожковое дерево.

Кремигель®TM 322 — лучшее соотношение цены и качества. Инструмент, который годами доказывал свою эффективность, — прекрасный выбор в сезон повышенного спроса. Усиливает сливочные оттенки, сохраняет объём при взбивании, препятствует таянию и росту кристаллов льда. В основе — карбоксиметилцеллюлоза.

Кремигель®TM 450 — идеален для закалённого мороженого. Повышает сливочность, сохраняет объём, предотвращает усадку и замедляет рост кристаллов при длительном хранении. В основе — гуаровая камедь и камедь тары.

Кремигель®TM ФРГ — создан для фруктовых шедевров. Специальный стабилизатор для наливного фруктового льда, классического итальянского мороженого и замороженных десертов. Сохраняет вкус и яркость цвета, стабилен при низком уровне pH. В составе — карбоксиметилцеллюлоза и гуаровая камедь.

Кремигель®TM Суфле — новинка для создания идеальных десертов. Уникальный комплекс эмульгаторов и стабилизаторов обеспечивает равномерное распределение воздуха, создавая превосходную пену со стабильной структурой. В результате возникает эффект «кремовой плотности» и гладкости — продукт выглядит аппетитно и тает во рту. Новинка специально разработана для производства воздушных, лёгких, вкусных замороженных и охлаждённых десертов, муссов и суфле.

Фруттогель®TM 24М — щербет и фруктовый лёд. Отлично подходит для приготовления этих летних лакомств методом экструзии. Помогает сохранить яркий вкус и аромат, улучшает структуру и замедляет таяние. В его составе моно- и диглицериды жирных кислот, камедь рожкового дерева, гуаровая камедь.

Фруттогель®TM ГМ — сорбет с эластичной текстурой. Создает мягкий желеобразный сорбет с приятной эластичностью и стабильностью. В составе — камедь рожкового дерева и ксантановая камедь.

Фруттогель®TM 500 — многофункциональный помощник. Идеально подходит для фруктового льда и сорбетов. Замедляет кристаллизацию воды, придает жевательную консистенцию и устойчивость к таянию. В основе — камедь рожкового дерева и гуаровая камедь.

Рады быть Вам полезными!

«Кимаб Восток»
г. Новосибирск, Векторное шоссе, 19/1
+7 (383) 373-18-15, +7 (383) 213-99-87
kremigel.ru; mail@chimabvostok.ru



КИМАБ ВОСТОК
ПОСТАВЩИК ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ДОБАВОК



Как создаётся архитектура идеального мороженого

Невидимая архитектура идеального мороженого формируется на молекулярном уровне — там, где вода, жир, воздух и гидроколлоиды взаимодействуют между собой, определяя текстуру, пластичность, устойчивость к таянию и срок хранения. Современная грамотность ...

РЕКЛАМА: [HTTPS://ASILAB.RU/?&ERID=2W5ZFGZD4ND](https://asilab.ru/?&ERID=2W5ZFGZD4ND)

ИНГРЕДИЕНТЫ

КАК СОЗДАЁТСЯ
АРХИТЕКТУРА
ИДЕАЛЬНОГО
МОРОЖЕНОГО

ВЫСОКИЙ БЕЛОК В
МОРОЖЕНОМ

РЫНОК ГОТОВОЙ ЕДЫ:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

МАРКИРОВКА
ЗАМОРОЖЕННОЙ
РЫБОПРОДУКЦИИ

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА
МОРОЖЕНОГО В 2026
ГОДУ

№ 4 (139) Август 2026



СКАЧАТЬ

АРХИВ НОМЕРОВ >

27 июля 2026

ИНТЕКПРОМ анонсирует осенние форумы для специалистов пищевой промышленности

14 июля 2026

Победители III Всероссийских онлайн-соревнований по шахматам среди мороженщиков

10 июня 2026

«НЕОС ИНГРЕДИЕНТС» открыла новый центр исследований и разработок



Компания «Колд Трейд»
завершила основные
позиции заказа
Росрезерва



Эффективный «зеленый»
холод от «ОК» —
альтернатива фреоновым
чиллерам

www.holodinfo.ru — ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ ВСЕГДА С ВАМИ
«Империя холода» в соцсетях  



ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ «ИМПЕРИЯ ХОЛОДА»

Основная адресная аудитория — производители и потребители промышленного, коммерческого холодильного, климатического оборудования, а также компонентов:

- АПК, перерабатывающая и пищевая отрасли промышленности (молочные продукты, мороженое, мясо, птица, рыба, напитки, дары леса, хлебобулочные изделия, полуфабрикаты и др.);
- технологическое оборудование, сырьё, ингредиенты, упаковка для переработки;
- оптовая и розничная торговля продуктами питания, интернет-торговля, HoReCa;
- холодильные и мультитемпературные склады, овощехранилища, распределительные центры, рефтранспорти;
- строительство, медицина, информатика, спортивные сооружения и многие другие отрасли, требующие применения искусственного холода;
- анализ профильных отраслей: региональные и глобальные рынки.

Выходит с 2002 года, периодичность **6 раз в год** — январь, март, май, август, октябрь, декабрь.

Распространяется по подписке, веерной рассылке, на специализированных выставках, семинарах, конференциях. Регионы распространения — Россия, ближнее и дальнее зарубежье.

Подписка на журнал:

- через редакцию с любого номера текущего года.

С 2011 года издание выходит и в электронном формате. Подписка бесплатная.

Рассылается по адресной редакционной базе, что позволяет представлять материалы более широкой аудитории. База постоянно проверяется и пополняется.

107113, г. Москва, ул. Шумкина, д. 20, стр. 1, офис 122
holod@holodinfo.ru;
+7 (925) 398-09-36 (Макс, WhatsApp);
+7 (936) 303-11-10 (Макс)

5 ЛЕТ **AIRVent**



**5-я Международная выставка оборудования,
технологий и услуг для вентиляции, кондиционирования
и холодоснабжения**

1—4.02.2027 | **Москва
Крокус Экспо**



9 666
посетителей

* по итогам выставки AIRVent 2026



213
участников



74%
участников нашли
НОВЫХ КЛИЕНТОВ



Забронируйте стенд

airventmoscow.ru

Одновременно и на одной площадке
с крупнейшей в России выставкой комплексных
инженерных решений для отопления,
водоснабжения, канализации и бассейнов



ОРГАНИЗАТОР
ORGANISER

ВИНТОВЫЕ ХОЛОДИЛЬНЫЕ КОМПРЕССОРНЫЕ АГРЕГАТЫ



г. Пенза ул. Аустрина, 63
тел. (8412) 500-485
penza@pzkm.ru
www.pkm.ru