

Бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Юли 2026/брой 07



СЪДЪРЖАНИЕ

ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ:

АНАЛИЗ НА СВЕТОВНИЯ ПАЗАР НА ЗЪРНЕНИ И МАСЛОДАЙНИ КУЛТУРИ:
ЮЛИ 2026 Г.;

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ:

КОЙ ЩЕ ПЕЧЕЛИ ОТ FASHION-ПАЗАРА ДО 2027 Г.?

ЗАБЕЛЕЖИТЕЛНОСТИ И УНИКАЛНИ ОБЕКТИ В РУСИЯ:

В МОСКОВСКОТО МЕТРО СА СКРИТИ ПОВЕЧЕ ОТ 700 ВКАМЕНЕЛОСТИ;

ПРОВЕДЕНИ МЕЖДУНАРОДНИ ИЗЛОЖЕНИЯ И ФОРУМИ В РФ ПРЕЗ М. ЮЛИ 2026 Г.

ДАТА	НАЗВАНИЕ, КРАТКО ОПИСАНИЕ
22.07. 26.07.2026	ИнтерЮвелир 2026 Международно изложение на бижутерската индустрия.
29.07. 31.07.2026	RFT EXPO 2026 Международно специализирано изложение в областта на модата и текстила.



ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ



АНАЛИЗ НА СВЕТОВНИЯ ПАЗАР НА ЗЪРНЕНИ И МАСЛОДАЙНИ КУЛТУРИ: ЮЛИ 2026 Г.

Аналитичният център RUSEED публикува ключовите констатации от юнския доклад за оценките на световното търсене и предлагане на селскостопански продукти (WASDE) на Министерството на земеделието на САЩ (USDA), който актуализира прогнозите си за селскостопанския сезон 2026/27.

За разлика от предходния месец, USDA повиши прогнозите за добивите за повечето маслодайни култури, като едновременно с това

увеличи прогнозите си за производството на соя, слънчоглед и рапица за сезон 2026/27. Междувременно производството на зърно продължава да намалява, както по отношение на обема на производство, така и по отношение на запасите. Русия продължава да засилва позициите си на световния пазар на маслодайни култури, оставайки водещ двигател на ръста в сектора на слънчогледа.

Ключови аспекти на представения анализ.

Прогнозата за световното производство на зърно за сезон 2026/27 е 2 809,9 милиона тона, което е с 61,8 милиона тона по-малко от предходния сезон и с 3,9 милиона тона под юнската оценка. Междувременно, световното потребление на зърно беше ревизирано нагоре с 3,8 милиона тона в сравнение с миналия месец, което допълнително намали крайните запаси.

Общото световно производство на маслодайни култури достигна рекордно високо ниво от 720,0 милиона тона, с 19,3 милиона тона повече от предходния сезон и с 1,8 милиона тона повече от юнската оценка. Въпреки това, почти цялата допълнителна реколта се предлага на пазара, което води до минимално увеличение на запасите – само 0,3 милиона тона на годишна база.

Производството на соя достигна 441,7 милиона тона, което е увеличение с 12,2 милиона тона на годишна база и с 0,4 милиона тона към юни. Бразилия и Съединените щати допринесоха най-много за този растеж.

Общото световно производство на слънчоглед достигна 62,7 милиона тона.

Това увеличение е със 7,4 милиона тона на годишна база и с 0,6 милиона тона над прогнозата от юни. Това е най-високият процент на увеличение сред всички ключови маслодайни култури.

Очаква се производството на рапица да достигне приблизително 97,6 милиона тона, с 2 милиона тона над данните от предходния сезон и с 0,7 милиона тона над прогнозата от юни.

Соя.

Световното производство на соя достигна 441,7 милиона тона, което е увеличение с 0,4 милиона тона спрямо прогнозата от юни. Бразилия продължава да е водещ световен производител и износител, докато Съединените щати отново увеличават реколтата си след спад през предходния сезон.

Увеличение на производството в периода от 2025/26 до 2026/27 г.

В сравнение с 2025/26 г., производството през 2026/27 г. се очаква да намалее, както следва: в Бразилия - с 6,0 милиона тона, или 3,3%; в Съединените щати - с 5,8 милиона тона, или 5,0%; в Уругвай - с 1,0 милиона тона, или 47,6%; в Индия - с 0,5 милиона тона, или 4,3%; и в Канада - също с 0,5 милиона тона, или 7,0%.

Русия намали производството с 1,0 милиона тона, което представлява спад от 11,1%.

Парагвай намали производството с 1,0 милиона тона, което представлява спад от 8,3%.

Въпреки продължаващото увеличение на производството, пазарът на соя остава балансиран: ръстът на предлагането съвпада с подобни темпове на растеж в преработката и глобалното търсене, особено в Китай.

Слънчоглед.

Очаква се световното производство на слънчоглед да достигне определено ниво.

Производството е 62,7 милиона тона, с 0,6 милиона тона по-високо от прогнозата от юни. Основната промяна се дължи на преразглеждането на руската прогноза: прогнозата за производство на слънчоглед беше увеличена с 1,2 милиона тона в сравнение с юни, което е най-голямото изменение в сравнение с която и да е държава.

Увеличение на производството в периода от 2025/26 до 2026/27 г.

Русия увеличи производството с 3,2 милиона тона (+18,3%), ЕС с 1,2 милиона тона (+13,2%), Украйна с 2,0 милиона тона (+18,2%), Аржентина с 0,6 милиона тона (+8,1%) и Турция с 0,4 милиона тона (+34%) в сравнение с предходния период. Очаква се обаче производството да намалее през 2026/27 в сравнение с 2025/26. Южна Африка намали

производството си на слънчоглед с 0,2 милиона тона, което е спад от 20%. Слънчогледът продължава да демонстрира най-високите темпове на ръст в световния сектор на маслодайните култури. През сезон 2026/27 Русия ще представлява приблизително 43% от общото увеличение на световното производство на слънчоглед.

Рапица.

Общото световно производство на рапица достигна 97,6 милиона тона, поставяйки нов рекорд и надхвърляйки прогнозата от юни с 0,7 милиона тона. Русия, Украйна и Индия допринесоха значително за този растеж.

Увеличено производство.

Русия увеличи производството с 0,9 милиона тона, което представлява увеличение от 16,4%. Индия увеличи производството с 0,4 милиона тона (+3,3%), а Съединените щати също увеличи производството с 0,4 милиона тона, което представлява увеличение от 17%. Беларус увеличи производството с 0,2 милиона тона (+16%), а Украйна с 0,9 милиона тона, което представлява увеличение от 24%. Като цяло производството е с низходяща тенденция.

Австралия намали производството с 0,9 милиона тона (или 11,4%), но стабилното и силно търсене от сектора на биодизела продължава да движи световния пазар на рапица. Въпреки постигнатото рекордно ниво на производство, световното потребление расте още по-бързо - с 3,2 милиона тона в сравнение с 2,0 милиона, което допринася за поддържането на високо ниво на търсене на световния пазар.

Растителни масла.

Световният пазар на растителни масла продължава да бъде един от най-бързо развиващите се сегменти на агроиндустриалния комплекс. Прогнозите са, че общото световно производство ще достигне 244,7 милиона тона през сезон 2026/27, което представлява увеличение с 2,6% от 6,2 милиона тона спрямо предходния сезон. Тази цифра беше ревизирана нагоре с 0,54 милиона тона в сравнение с прогнозата от юни. Основният двигател на растежа на световното производство е слънчогледовото масло, което се е увеличило с 11,7% спрямо предходния сезон.

Рейтинг на страните по производство на маслодайни култури

ОБЩО		СОЯ		СЛЪНЧОГЛЕД		РАПИЦА	
Страна	Произ. 26/27	Страна	Произ. 26/27	Страна	Произ. 26/27	Страна	Произ. 26/27
Бразилия	193.5	Бразилия	186.0	Русия	20.7	Канада	22.0
САЩ	131.6	САЩ	121.8	Украйна	13.0	ЕС	20.5
Китай	69.3	Аржентина	50.0	ЕС	9.8	Китай	16.2
Аржентина	60.1	Китай	21.0	Аржентина	8.0	Индия	12.4
Индия	43.0	Индия	11.5	Казахстан	2.5	Австралия	6.8
Русия	35.1	Парагвай	11.1	Китай	2.2	Русия	6.4
ЕС	33.7	Русия	8.0	Турция	1.7	Украйна	4.4
Канада	29.5	Канада	7.4	САЩ	1.1	САЩ	2.5
Украйна	23.0	Украйна	5.6	Молдавия	0.9	Бангладеш	1.4
Индонезия	15.1	Уругвай	3.1	ЮАР	0.7	Белорусия	1.1

RUSEED Прогноза на сезон 2026/2027 USDA /маслодайни култури Юли 2026 г. www.ruseed.ru

Растителни масла

Светът				Русия			
Производство		в млн. тонове		Производство		в млн. тонове	
	2025/26	2026/27	изм. г/г		2025/26	2026/27	изм. г/г
Общо	238,5	244,7	+6,2	Общо	9,8	10,7	+0,9
Палмово	81,5	81,4	-0,1	Слънчогледово	6,9	7,7	+0,8
Соево	72,4	74,9	+2,5	Рапишно	1,7	1,8	+0,1

Слънчогледово	21,1	23,6	+2,5	Соево	1,2	1,1	-0,05
Запаси към края на периода				Запаси към края на периода			
	2025/26	2026/27	изм. г/г		2025/26	2026/27	изм. г/г
Общо	30,8	31,0	+0,2	Общо	0,6	0,6	0,0
Палмово	15,6	15,1	-0,5	Слънчогледово	0,3	0,3	0,0
Соево	6,3	6,8	+0,5	Рапично	0,1	0,2	+0,02
Слънчогледово	2,4	2,9	+0,5	Соево	0,1	0,1	0,0

RUSEED Прогноза на сезон 2026/2027 USDA /Растителни масла Юли 2026 г. www.ruseed.ru

Рейтинг на страните по производство на растителни масла

ОБЩО		ПАЛМОВО		СОЕВО		СЛЪНЧОГЛЕДОВО	
Страна	Произ 26/27	Страна	Произ 26/27	Страна	Произ 26/27	Страна	Произ 26/27
Индонезия	54,0	Индонезия	47,5	Китай	21,6	Русия	7,7
Китай	33,9	Малайзия	19,6	САЩ	14,8	Украйна	5,4
Малайзия	22,0	Тайланд	3,7	Бразилия	13,3	ЕС	3,8
ЕС	19,3	Колумбия	2,0	Аржентина	8,6	Аржентина	2,7
САЩ	16,2	Нигерия	1,5	ЕС	2,8	Турция	1,0
Бразилия	15,1	Гватемала	1,0	Индия	1,8	Казахстан	1,0
Аржентина	11,4	Папуа-Н.Гв.	0,9	Мексико	1,3	ЮАР	0,3
Русия	10,7	Бразилия	0,7	Русия	1,1	Китай	0,3
Индия	9,6	Кот д'Ивоар	0,6	Египет	0,9	Сърбия	0,2
Украйна	6,6	Хондурас	0,6	Парагвай	0,7	Боливия	0,2

RUSEED Прогноза на сезон 2026/2027 USDA /растителни масла Юли 2026 г. www.ruseed.ru

Структура на производството.

Палмовото масло възлиза на 81,4 милиона тона, което е малко под нивото от 2025/26 г. с 0,02%. Основните производители на този продукт са Индонезия и Малайзия, които заедно представляват приблизително 84% от световното производство.

Соевото масло достигна 74,9 милиона тона, което е увеличение с 3,5%. Китай остава най-големият производител поради големия си капацитет за преработка на соя, докато Южна Америка продължава да е водеща по обем на износа.

Рапично масло – 37,4 милиона тона (увеличение с 3,2%). Почти половината от световния обем на този продукт се пада на Китай и Европейския съюз, които заедно представляват приблизително половината от световното производство на рапично масло. Производството на слънчогледово олио достигна 23,6 милиона тона (ръст от 11,7%), като Русия запази позицията си на световен лидер, представлявайки приблизително една трета от световното производство този сезон.

Търсенето на растителни масла остава силно, особено в азиатските региони, което ограничава ръста на световните запаси и поддържа благоприятни условия за производителите на маслодайни култури.

На фона на увеличената преработка и стабилното световно търсене, Русия продължава да укрепва позицията си, очертавайки се не само като водещ производител на слънчоглед, но и като значителен играч на международния пазар на растителни масла.

Зърнени култури

Светът				Русия			
Брутна реколта		в млн. тонове		Брутна реколта		в млн. тонове	
	2025/26	2026/27	изм. г/г		2025/26	2026/27	изм. г/г
Общо	2871,7	2809,9	-61,8	Общо	125,3	123,6	-1,7
Царевица	1327,7	1297,1	-30,6	Пшеница	90,3	88,5	-18,0
Пшеница	843,8	820,0	-23,8	Ечемик	19,4	18,5	-0,9
Ориз	545,7	537,2	-8,5	Царевица	14,8	15,8	+1,0
Запаси към края на периода				Запаси към края на периода			
	2025/26	2026/27	изм. г/г		2025/26	2026/27	изм. г/г
Общо	796,4	761,6	-34,8	Общо	13,5	13,7	+0,2
Царевица	298,7	275,3	-23,4	Пшеница	12,0	12,1	+0,1
Пшеница	279,0	272,8	-6,2	Царевица	0,8	0,9	+0,1
Ориз	198,2	192,6	-5,6	Ечемик	0,6	0,5	-0,1

RUSEED Прогноза на сезон 2026/2027 USDA /Зърнени култури Юли 2026 г. www.ruseed.ru

Рейтинг на страните по производство на зърнени култури

ОБЩО		ПШЕНИЦА		ЦАРЕВИЦА		ЕЧЕМИК	
Страна	Произ. 26/27	Страна	Произ. 26/27	Страна	Произ. 26/27	Страна	Произ. 26/27
Китай	597,3	Китай	141,0	САЩ	406,4	ЕС	53,2
САЩ	456,2	ЕС	136,0	Китай	307,0	Русия	18,5
Индия	324,8	Индия	121,0	Бразилия	139,0	Австралия	14,1
ЕС	244,7	Русия	88,5	Аржентина	55,0	Канада	9,3
Бразилия	153,7	САЩ	41,8	ЕС	53,8	Турция	8,8
Русия	123,6	Канада	34,0	Индия	52,0	В-Британия	6,2
Аржентина	82,0	Пакистан	29,0	Украйна	30,0	Украйна	5,5
Канада	59,6	Австралия	28,0	Мексико	24,6	Аржентина	5,3
Украйна	59,5	Украйна	24,0	ЮАР	16,5	Казахстан	3,2
Австралия	48,4	Турция	22,5	Русия	15,8	САЩ	3,1

RUSEED Прогноза на сезон 2026/2027 USDA /Зърнени култури Юли 2026 г. www.ruseed.ru

<https://www.agroxxi.ru/>



МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ НА РУСКИЯ ПАЗАР



КОЙ ЩЕ ПЕЧЕЛИ ОТ FASHION-ПАЗАРА ДО 2027 Г.?

Руският fashion-пазар е достигнал 6 трилиона рубли, а делът на онлайн продажбите е надхвърлил 50% за първи път. На пръв поглед индустрията продължава да расте. Но зад увеличението оборот се крие по-малко оптимистична картина: продажбите се увеличават предимно в съответствие с покачването на цените, докато броят на покупките остава практически непроменен.

Потребителите избират по-дълго, купуват по-рядко и по-внимателно оценяват, дали даден артикул наистина си струва парите. Офлайн магазините губят трафик, маркетингплейсите генерират приходи, но все повече отнемат маржове, а метеорологичните аномалии се превръщат от случайност в постоянен рисков фактор.

Средният ценови сегмент става особено уязвим. Клиентите или преминават към масовия пазар на дребно, без да виждат убедителна разлика в продукта, или са готови да плащат повече, но вече изискват съответното качество, обслужване и доверие в марката. Просто повишаване на цените и продължаване работа по стария модел, вече не е опция.

Как се реструктурират различните ценови сегменти, кои канали за продажби стават обещаващи и какво още сега трябва да променят малките марки, средните компании и големите модни вериги в сегмента на „Облеклото и обувките“?

Пазарът в цифри: какво трябва да се знае.

- Руският пазар на дрехи, обувки и аксесоари е на стойност 6 трилиона рубли;
- Делът на онлайн продажбите по стойност надхвърли 50% за първи път;
- Един играч, Wildberries, контролира около една четвърт от целия моден пазар (~1,5 трилиона рубли в GMV);
- Пазарът расте в рубли с приблизително 10% годишно – практически с темпа на инфлацията;
- Офлайн покупките и трафикът намаляват – с 3-6% в сравнение с миналата година;
- Метеорологичните аномалии (топли зими, дъждовни лета и др.) могат да „изядат“ до 10-15% от годишния оборот – това е системен риск, а не форсмажорно събитие, което се случва веднъж на пет години.

Основният извод: пазарът расте в парично изражение, но не и във физическо потребление. Хората купуват по-рядко, отделят повече време за избор, проверяват качеството по-щателно и по-често изискват отстъпки или доказателство за стойността. Това важи за всички ценови сегменти – просто се проявява по различен начин.

Ключови пазарни фактори.

Характеристика на fashion-пазара през 2026 г.

01	Фаза на рационализация По-малко посещения на офлайн магазини, по-малко покупки - оборотът се поддържа чрез увеличение на средната сметка.	02	Онлайн стана основен канал Повече от 50% продажби в пари и още повече в бройки. Маркетплейсите доминират и делът им продължава да расте.
03	Един играч – една четвърт от пазара Wildberries контролира 25% от fashion-пазара; Ozon – два пъти по-малко; Lamoda и останалите – под 100 млрд. руб.	04	Връщане на стоката е норма Безплатното връщане на стоката в течение на 14 дена, достига до 1 трлн. Руб.; до 1/3 спадат приходите
05	Средният пазарен сегмент се развива масовият пазар представлява 72% от пазара; конкуренцията е най-ожесточена в по-ниските и средните пазарни сегменти.	06	Офлайн - подходящо място за пробване на стоки. Трафикът и процентите на конверсия намаляват, търговците на дребно затварят магазини, а магазините с една марка търсят нови комуникационни формати.

Пазарът е разделен на четири отделни икономики.

Данните от Insight определят четири сегмента, които функционират по напълно различни правила. Грешката, която много компании правят, е да прилагат една и съща логика към всички тях.

Сегмент	Какво всъщност купуват?	Какво расте/какво е под удар
Масс-маркет	Цена, удобство, скорост	Основен обем на пазара (~72%), най-силна конкуренция
Среден	Обичайно качество на достъпна цена	Моделът се руши – сегмента губи устойчивост
Premium	Качество, материал, сервиз, доверие	Расте, но ръста изисква доказателство
Heavy luxury	Статус, достъп, автентичност, произход	Расте за сметка на поскъпването, а не на разширението на аудиторията

Premium и luxury стоки общо вече възлизат на приблизително 1 трилион рубли, което представлява 16–20% от пазара в парично изражение. Важно е обаче да се отбележи, че този растеж не се дължи на масовото изместване на потребителите към по-високия пазар, а по-скоро на факта, че горните сегменти поскъпват по-бързо, докато обезпечената аудитория запазва покупателната си способност.

Защо средният пазар се срина?

Това е може би най-належащият проблем за много компании от средния пазар – и затова си струва да се разгледа подробно. Средният пазар губи стабилност едновременно от два ъгъла:

- Купувачите се изместват надолу, ако не виждат достатъчна разлика в качеството;
- Марките са принудени или да поевтиняват, или да се опитат да станат premium;
- Нарастващите разходи, наемите, логистиката и маркетингът нарушават предишната икономика;
- Някои марки повишават цените, но не успяват да подобрят качеството и обслужването – и в крайна сметка губят доверие.

Какво означава това на практика: ако работите в средния пазар, „да остане както е“ не е жизнеспособна стратегия. Трябва съзнателно да се избере направление: или да засилите позицията си долу (цена, ефективност, скорост), или да инвестирате в движение нагоре (качество, обслужване, марка) – и да го направите сериозно, не само чрез цената.

Premium и heavy luxury са различни пазари.

Ако вашият асортимент или плановите ви включват горни сегменти, е важно да разберете: Premium и heavy luxury имат различни купувачи, различни канали, различни рискове и различни причини за покупка.

- Premium отговаря на въпроса на купувача: „Защо този артикул струва толкова много?“ – качество, кройка, плат, обслужване и ясна, разбираема марка.
- Heavy luxury отговаря на въпроса: „Как мога да се сдобия с автентичен артикул през правилния канал?“ – достъпът, автентичността, статусът, произходът и увереността в самата транзакция са ключови.

Просто казано: при Premium ключовата дума е доказателство за качество. При heavy luxury това е доказателство за автентичност.

При heavy luxury каналът за продажби е буквално част от продукта. Без надежден канал продуктът губи част от стойността си. Форматите, които работят тук, включват лични купувачи, частни продавачи, приключени продажби, трансгранични продажби, препращане, препродажба с удостоверяване и витрини с ограничен достъп.

Канали за продажби: преразпределението се случва не само между сегментите.

Онлайн пазарът заема повече от половината от пазара по приходи, но функционира различно в зависимост от сегмента:

- **Масс-маркет:** онлайн = удобство, цена, богат избор;
- **Premium:** онлайн пазарът работи само там, където са решени доверието, връщането на

стоката, обслужването и качеството – просто „поставянето на стоката на показ“ не е достатъчно;

- **Luxury:** онлайн пазарът често се превръща във витрина за достъп, а не в място за директна публична търговия.

Купувачите са склонни да плащат повече онлайн – но само ако разбират кой е продавачът, откъде е продуктът, дали може да бъде върнат и дали може да се разчита на размер, материал и автентичност. В горните сегменти онлайн пазарът се разраства не като „евтин канал“, а като инфраструктура за доверие.

Маркетплейсите: печеливши, но не винаги полезни за марката.

Плюсове: огромен трафик, бърз достъп до клиенти, ясен оперативен модел, висок потенциален оборот.

Минуси: риск от фалшификати и имитации, слабо премиално обслужване, ценови натиск и нарастващи такси, риск от срив на репутацията на марката.

За premium марката, маркетплейса не е просто канал за продажби, а управляем репутационен риск, който трябва да се управлява съзнателно и да не се оставя на случайността. Връщане на продукти – нова норма, с която трябва да се съобразяваме.

„Безплатните пробвания“ на пазарните платформи по същество се превърнаха в безплатни двуседмични наеми на дрехи – обемът на това явление наближава 1 трилион рубли, а до една трета от тази сума е пряк отток на приходите на продавачите. Това се отнася не само за гигантите: всеки продавач на пазарната платформа поема тези разходи.

Заклучение.

Пазарът се реструктурира: между ценовите сегменти, между каналите, между форматите на доверие. Средният пазарен сегмент изпитва най-голям натиск, но именно малките и средни предприятия притежават гъвкавостта в покупките и продуктовата гама, която ще се превърне в основния им конкурентен актив през 2026–2027 г. Големите играчи трябва да изграждат тази гъвкавост изкуствено и дълго.

<https://fashionbuzz.media/>



ЗАБЕЛЕЖИТЕЛНОСТИ И УНИКАЛНИ ОБЕКТИ В РУСИЯ

В МОСКОВСКОТО МЕТРО СА СКРИТИ ПОВЕЧЕ ОТ 700 ВКАМЕНЕЛОСТИ



мрамор.

В московското метро са скрити повече от 700 вкаменелости на възраст от 70 до 300 милиона години!

Цялата работа е, че колоните, стените и коридорите на московското метро са облицовани с естествен камък. Така че, ако се вгледате внимателно, можете да видите фосилни модели и следи от древни организми – черупки на наутилуси и амонити, морски лилии и различни брахиоподи и гастроподи.

На станция "Добрининская" черупките на наутилуси и амонити са увековечени в червен

paleometro.ru

А на станция "Каширская" можете да видите две уникални слети вкаменелости. Бялата "опашка" е от морска лилия, а голямата част е от гъба склероспонгия.

paleometro.ru

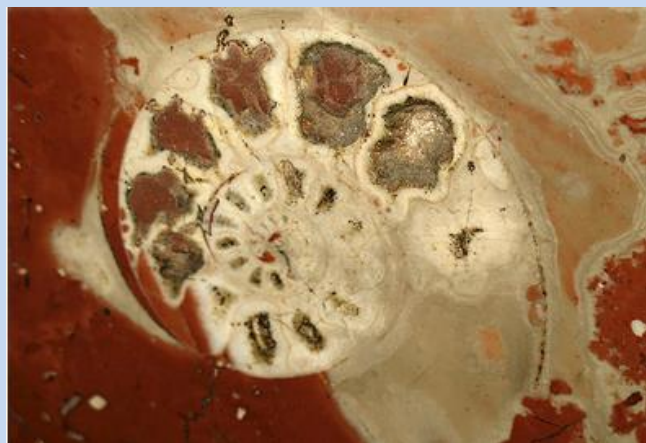


Доста вкаменелости в "Трубная" – особено по стените на коловозите. Вгледайте се внимателно и ще видите 20-сантиметрова черупка на гастропод върху светлия мрамор!

paleometro.ru

Своеобразна "рибена кост" в "Трубная".

paleometro.ru

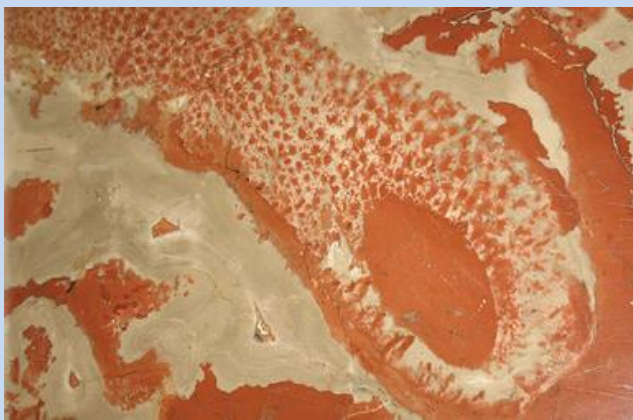
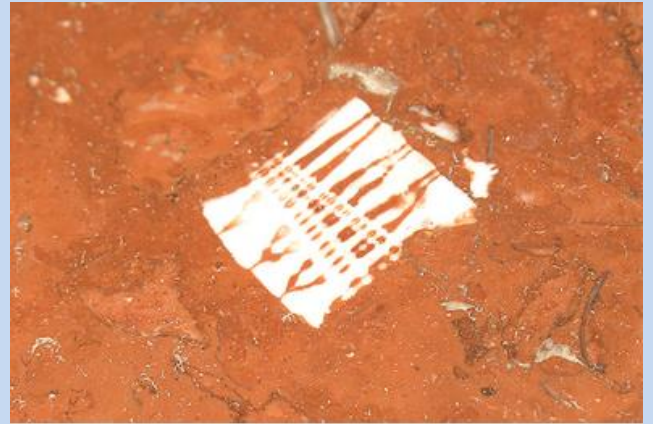


Цял куп амонити, корали и морски лилии на гара "Комсомолская" – в прохода, водещ към Ярославската гара. На снимката – амонит.

paleometro.ru

Морска лилия на гара "Комсомолская".

paleometro.ru

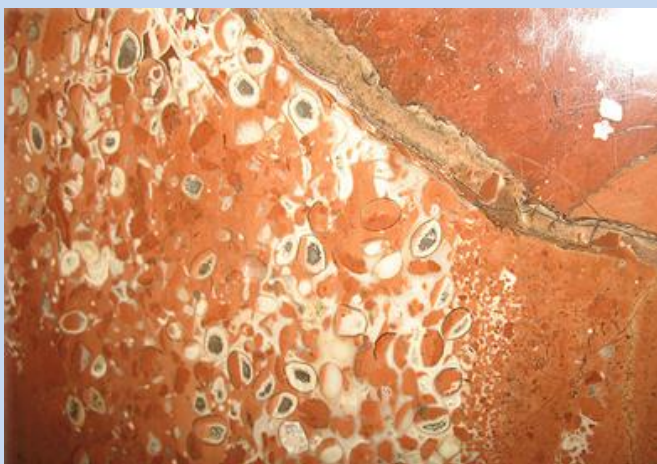


Необичайна гъба от рода *Demospongia* се спотайва върху колоната на гара "Първوماйска".

paleometro.ru

Струпване от морски лилии може да бъде открито на "Площад Илич".

paleometro.ru

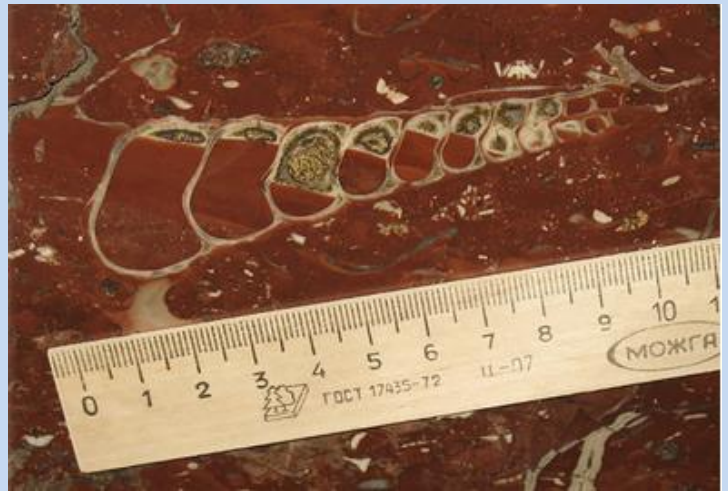


А ето и черупки от брахиоподи отново на станция "Площад Илич".

paleometro.ru

Брюхоноги мекотели в стената на коридора,
свързващ радиалната и пръстеновидната
станция "Курская".

paleometro.ru



<https://bg.rbth.com/>