

ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

№3(103)
2023

ЖУРНАЛ КЛУБА
«РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ
ТОРГОВЛЯ»

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

16+
JUNWEX
MAGAZINE

Fresh
JEWELRY



РЭ
Выпускается при содействии
информационного агентства «РОЗ»
www.junwex.com

freshj.ru



premium.alikor.com



PREMIUM

Содержание



16+

Реклама
на обложке:
FRESH GROUP
WWW.FRESHU.RU
VLADAFRESH.COM
+7 967 031 13 13

УЧРЕДИТЕЛЬ

Информационно-аналитическое агентство «РЮЭ»
при поддержке
Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

РЕДКОЛЛЕГИЯ

В. В. Будный

руководитель Программы «Ювелирная Россия»,
председатель Высшего совета Клуба
«Российская Ювелирная Торговля»

О. В. Будная

генеральный директор ООО «РЮЭ»

А. С. Горыня

председатель Союза ювелиров СЗФО

Г. Н. Ковалева

председатель жюри конкурсов
Программы «Ювелирная Россия»

Т. В. Носкова

директор ИД «Ювелирная Россия»

С. К. Ведовский

президент Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

Руководители региональных представительств,
вице-президенты Клуба «Российская Ювелирная Торговля»:

В. И. Бурда (Красноярск), Сибирский ФО

О. А. Доценко (Феодосия), Южный ФО

С. А. Жердев (Санкт-Петербург), Северо-Западный ФО

А. К. Королев (Нисловодск), Северо-Кавказский ФО

С. Б. Кропачева (Екатеринбург), Уральский ФО

П. Н. Осокин (Красное-на-Волге), Центральный ФО

С. Е. Рыбаков (Тверь), Центральный ФО

И. Н. Савин (Нижний Новгород), Приволжский ФО

И. В. Смирнова (Иваново), Центральный ФО

Н. Г. Ткаченко (Владивосток), Дальневосточный ФО

Е. К. Шевелев (Хабаровск), Дальневосточный ФО

А. М. Юдин (Ейск), Южный ФО

А. Г. Яровов (Ростов-на-Дону), Южный ФО

РЕДАКЦИЯ

В. В. Будный – издатель

Т. В. Носкова – директор ИД «Ювелирная Россия»

И. С. Федорова – литературный редактор

А. Н. Добров – арт-директор

Е. И. Окочутина – технический редактор

Т. Н. Юдина – корректор

А. В. Андропова – отдел распространения

АДРЕС РЕДАКЦИИ

197110, Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., д. 5, лит. А

Тел.: (812) 303-98-60, 320-01-41

Е-mail: noskova@junwex.com

КОНТАКТНОЕ ЛИЦО Татьяна Вячеславовна Носкова

www.junwex.com

ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ «COLORIT РОССИЯ»

191167, Санкт-Петербург, ул. Атаманская, д. 3/6

Тел. (812) 380-03-99

Общий тираж 10 000 экз.

Номер подписан в печать 11 сентября 2023

Дата получения тиража из типографии 18 сентября 2023

Редакция журнала принимает к рассмотрению
статьи и иллюстрации в одном экземпляре, объемом до 0,5 п. л.
(электронная версия обязательна).

Материалы не возвращаются и не рецензируются.
© «Ювелирная Россия», 2023 © Авторы публикаций, 2023
Перепечатка публикаций допускается с согласия журнала.

Ссылка на журнал «Ювелирная Россия» обязательна.

Журнал «Ювелирная Россия». Свидетельство о регистрации
ПИ № ФС2 – 8476 от 07 февраля 2007 г. Управления Федеральной
службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере
массовых коммуникаций и охране культурного наследия
по Северо-Западному федеральному округу



26



11



16

30



ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Уважаемые участники и посетители
XIX международной выставки
«JUNWEX Москва!» 4

СЕКРЕТЫ УСПЕХА

TALANT PRO — сотрудничать с профессионалами 8
Fresh: создаем ауру восхищения! 10
Будущее — за взаимовыгодным
партнерством! 16
Взгляд на RoseGrace 20

АКТУАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ

Новые тренды ювелирного рынка.
Лабораторно выращенные бриллианты —
мифы и реальность 22

ВЫСТАВКИ

«JUNWEX Новый Русский Стиль» 26
«JUNWEX Лучшие украшения в России»
приглашает в Гостинный двор 30

КРУГЛЫЙ СТОЛ

Эффективность выставки выше затрат 34



8



66



40



74

ДИЗАЙН

Дни лидеров российского ювелирного рынка 40

МАРКЕТИНГ — НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Асимметричный ответ на трудности 64

Надо меняться 66

ЭКОНОМИКА

Семейный бизнес в приоритете 70

РОСЮВЕЛИРЭКСПЕРТ

Непрозрачная статистика 72

Обзор ведущих онлайн-площадок 74

Маркетплейсы: работать или нет? 76

ТЕХНОЛОГИИ

Выбираем производителя бирок 81

Без стресса и ненужных расходов 81

КЛУБ «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

Сеть Клуба — ваше конкурентное преимущество 83

ЮВЕЛИРНЫЙ ТУРИЗМ

Роскошь нового Катара 84

84



Уважаемые участники и посетители XIX международной выставки «JUNWEX Москва»!



Поздравляем вас с очередной встречей в Москве на главном ювелирном бизнес-событии года, где формируются новый взгляд на развитие производства и продаж, понимание модных направлений дизайна и стратегия внедрения современных технологий на следующий период!

Осенний смотр ювелирной индустрии определяет результат будущих продаж в главном предновогоднем сезоне и выявляет лидеров производства, изделия которых в следующем году будут преобладать в витринах магазинов.

Тесное партнерство магазинов Клуба «Российская Ювелирная Торговля» с постоянными участниками выставок JUNWEX обеспечивает преимущество Клубной сети, объемы реализации в которой составляют 53% от общего показателя продаж на отечественном ювелирном рынке.

Опыт предыдущих, по крайней мере двух, десятилетий позволил стране накопить экономический потенциал для сдерживания удара западных санкций, а ювелирам — создать

самодостаточную индустрию, полностью выполняющую задачи импортозамещения. Игрокам рынка важно сохранить достигнутый уровень, а общественным объединениям в лице Гильдии ювелиров России и Клуба «Российская Ювелирная Торговля» совместно с государственными структурами — обеспечить условия для эффективной деятельности отрасли и повышения ее вклада в рост ВВП страны.

От имени Оргкомитета Программы «Ювелирная Россия» желаем всем участникам выставки и представителям торговли надежного партнерства, плодотворной работы, хорошего настроения и веры в будущее развитие бизнеса и России!

*С уважением,
руководитель медиа-холдинга
JUNWEX В. В. Будный,
генеральный директор Российского
информационно-аналитического агентства
«РЮЭ» О. В. Будная,
президент Клуба «Российская Ювелирная
Торговля» С. К. Ведовский*

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

Издательский дом
ЮВЕЛИРНАЯ
РОССИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФОРУМЫ ЮВЕЛИРНОЙ ИНДУСТРИИ

JUNWEX

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

31 января – 4 февраля 2024
Экспофорум

МАЙ • МОСКВА

22–26 мая 2024
ВДНХ, павильон 75

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

25–29 сентября 2024
ВДНХ, павильон 75

ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ И ПОДАРКОВ

JUNWEX

Лучшие украшения в России

МОСКВА • ГОСТИНЫЙ ДВОР

7–10 декабря 2023



Brilliant
Style
Jewelry



ЮБИЛЕЙ



bsgold.ru

156009, г. Кострома,
ул. Юбилейная, 10Б

opt@bsgold.ru

[BrilliantStyle_official](#)

[brilliant.style](#)

ТАНЦУЙ



ВЫБИРАЙ BRILLIANT STYLE

TALANT PRO

сотрудничать с профессионалами

В 2023 году Санкт-Петербургский ювелирный завод TALANT отмечает 5-летие. На ювелирном рынке наша продукция хорошо известна и завоевала доверие покупателей. Сегодня мы хотим представить на суд коллег линейку товаров для профессионалов.



Константин Косякин
Генеральный директор
ювелирного завода TALANT

В процессе создания и особенно развития ассортимента не всегда удается все сделать самому. Зачастую покупатель готов заказать у тебя что-то интересное, необычное и много. А качественно, вовремя и красиво сделать не всегда есть возможности. Как правило, не хватает оборудования, иногда технологий, могут быть временные трудности с чем и кем угодно. Бывает, что просто недостаточно времени. И самое запоминающееся, когда для завершения большого заказа не хватает какой-то простой мелочи... Эти ситуации знакомы всем. Мы готовы помогать коллегам чем можем, поэтому и создали небольшую линейку товаров для профессионалов, объединив ее в бренд TALANT PRO.

Наше предложение разбито на четыре группы.

1

Полотна цепей

Ассортимент изделий с включением цепей разнообразен и велик. Это и продевки, и браслеты с декоративными элементами, и серьги с элементами цепей, не говоря уже о колье. Мы стараемся предлагать наиболее широкий спектр полотен цепей. Это не только золото 585° и 375°, но и белое золото, лимонное золото, серебро 925°. Разнообразные диаметры, толщины, несколько вариантов количества алмазных граней.

2

Комплектующие

Их много. Это и швензы, и крючки, и прокат. Всего не перечислишь. Выделю самые интересные — это шарики с алмазной гранью и без, шайбы под бриллианты.

Изделия с шариками начинают играть алмазными гранями и смотрятся совсем по-другому, даже если добавить всего один шарик в колье. Также можно разработать большую линейку товаров с использованием

«Сегодня мы хотим представить на суд коллег линейку товаров для профессионалов.»



PRO

TALANT

шариков, применить их там, где раньше этого не делали, — получатся интересные и уникальные изделия.

Шайбы. Они позволяют бриллианту выглядеть крупнее и блестеть ярче. Таким образом изделия становятся доступнее, спрос и заказы на них увеличиваются. Но вот изготовление самих шайб требует специального оборудования и специальных навыков. К тому же, шайбы нужны разных размеров, под разные размеры вставок, разных форм, разных видов «алмазки», в разных цветах, с разной обработкой. Мы освоили даже клиар в цветах, совпадающий с оттенками драгоценных камней. В подготовленном нами предложении более 100 видов шайб.

3

Оконцовки

Надежная и качественная оконцовка — залог долгой службы изделия. Помимо пинцетов и шпригелей, мы предлагаем карабины собственного производства всех цветов и проб. И 375° тоже. И лимонные, и белые. Умеем и 750° карабины делать. Широкая палитра размеров. Также предлагаем современные и классические замки-коробки. Новые модели, интересные решения, для разных типов цепей и браслетов.



«Именно партнерские отношения продвигают отрасль вперед...

4

Полуфабрикаты

Иногда нужна помощь не только какой-то частью изделия, а именно трудом. Взять и сделать. Готовы помогать коллегам и производить полуфабрикаты любой степени готовности. Вариантов может быть много — нужно обсуждать, договариваться и становиться партнерами.

Именно партнерские отношения продвигают нас вперед и способствуют повышению качества продукции в целом. Я уверен, что гибкие, взаимовыгодные условия и взаимопомощь — залог развития и процветания и каждого отдельного предприятия, и всей отрасли. TALANT PRO — сотрудничать с профессионалами.



Fresh: создаем ауру восхищения!

Бренд Fresh, появившийся на российском ювелирном рынке в 2005 г. и превратившийся за это время из небольшого семейного бизнеса в международный холдинг Fresh Group, в особом представлении не нуждается. О новых шагах по развитию продуктовой и сервисной линейки рассказывает руководитель компании Влада Федорова.



Векторы Вашей деятельности весьма разносторонние, начнем с ювелирного. Какие новые коллекции появились в ассортиментной линейке Fresh?

Действительно, Fresh Group разрабатывает ряд взаимосвязанных направлений. Несколько лет назад я, пройдя по магазинам одежды, не смогла выбрать для себя ничего, кроме носков и зонтика, и приняла решение создать собственные fashion-коллекции из натуральных тканей. Сегодня этот проект успешно реализуется. Благодаря ему в совершенно новом для нас ассортиментном направлении начало развиваться и наше ювелирное производство. Узнав рынок fashion, погрузившись в модные тенденции этой индустрии, я увидела, что из аксессуаров сейчас абсолютно во всех странах особенно актуальны броши. А в восточных регионах женские наряды вообще без них немыслимы. И выглядит такой ансамбль необычайно красиво, элегантно, интересно. Поэтому я решила создать коллекцию брошей, которыми будет гордиться и каждая женщина РФ. Мой перфекционизм, желание все выполнить идеально не позволили сделать процесс разработки и производства таких драгоценностей быстрым. Эти изделия недешевые, и покупать за 50 000 рублей брошь, чтобы использовать ее только в одном варианте, мне кажется неправильным. Я хотела сделать многофункциональные броши-подвески,

которые можно носить на лацкане пиджака, как шейное украшение, на сумке, шляпе... Конечно, вопросам качества конструктивных элементов и сложнейшей закрежке камней мы уделяли повышенное внимание. На сегодняшний день у нас уже создано около семидесяти моделей — истинных произведений искусства, их можно выставлять в витринах и рассматривать со всех сторон, в мельчайших деталях. С уверенностью говорю, что по качеству этих изделий нам в России сейчас нет равных. Кто не согласен, я готова посоревноваться: презентация новой коллекции состоится на выставке «JUNWEX Москва»!

Как реагируют на новинку ритейлеры?

Несмотря на то, что официальной презентации еще не было, многие наши партнеры в регионах уже познакомились с украшениями этой линейки и осознали их преимущества. Дело в том, что несколько лет на отраслевом рынке не смолкают разговоры о законодательных изменениях, которые «хоронят» маленькие ювелирные магазины в угоду крупным сетям. И когда партнеры спрашивают у меня совета «как выжить?», я всегда говорю: надо отстраиваться ассортиментом и сервисом! По цене «массовки» с сетями конкурировать бесполезно, а вот предложить покупателю что-то эдакое сможете только вы! В сетевых



Fresh
JEWELRY

магазинах такой товар никогда не появится, им не до него, у них объемы. И в поисках высокотехнологичных, оригинальных, уникальных украшений клиент пойдет именно к вам.

У тех ритейлеров, которые не держатся из последних сил за установленную цену за грамм, бездумно формируя товарную матрицу, а выходят из зоны комфорта — меняют регламенты бизнес-процессов, закупают достойные изделия, по-новому делают выкладки, обучают продавцов, — все хорошо. Они точно знают, что один интересный, пусть и не очень дешевый, комплект приведет к ним десять клиентов. Поэтому все партнеры, закупившие изделия из нашей новой коллекции, обязательно получают материалы для ее маркетингового продвижения — декор для оформления витрин, рекомендации по вариантам ношения брошей, факты о камнях, которые используются при создании этих украшений...



Вы всегда ратовали за обучение продавцов, неужели до сих пор ситуация в этом вопросе не улучшилась?

К сожалению, даже один неудачный продавец способен загубить бизнес. Я всегда уделяю работе этого персонала особое внимание. Мне



Fresh
JEWELRY

нужны видеоотчеты о том, как представлены наши изделия в салонах. Часто я прихожу туда как посетитель и наблюдаю за работой продавцов. Партнеры говорят мне, что наш ассортимент позволяет наполнить салон какой-то неповторимой аурой. Удивление, очарование, восхищение «до мурашек» — вот те эмоции, которые сегодня нужны покупателям. Презентация коллекции в салоне — это сторителлинг, наполнение украшений смыслом. Ведь покупатель, как и магазин, тоже стремится отстроиться от конкурентов. Только в этом случае конкуренты — окружающие люди. Женщина хочет быть особенной, неповторимой, уверенной в себе, а наши броши — прекрасный инструмент для воплощения ее желаний.

Я не устаю говорить об этом руководителям магазинов и всегда предлагаю помощь в обучении продавцов, их мотивации на правильный подход к продажам. Однако ювелирный рынок достаточно инертен, и многие ритейлеры не пользуются даже бесплатными возможностями для того, чтобы их бизнес остался жизнеспособным.

Хочу еще остановиться на таком важном моменте как творческий подход к работе: необходимо все время придумывать что-то неординарное и небанальное. Приведу пример. Будучи в Индии, я увидела потрясающей красоты традиционные свадебные клатчи — с тончайшей ручной вышивкой, инкрустированные натуральными камнями. Не

удержалась и купила восемь штук. Впоследствии выставила их на WB, причем с огромной маржинальностью, и через два месяца, когда захотела сделать подарок подруге, обнаружила, что проданы все до единого. В результате мы уже поставили 250 таких клатчей одной из крупных сетей и заключили договор с другой федеральной сетью.

Расскажите подробнее о таком направлении Вашей деятельности как бизнес-менторство. Почему это сейчас востребовано?

У меня огромный опыт организации производства за рубежом и внешнеэкономической деятельности, поэтому коллеги регулярно обращаются ко мне с вопросами: как перевести деньги, как изменились способы доставки товара и почему настолько выросла цена на нее?.. В области ВЭД мы готовы оказать всемерное и комплексное содействие: организуем бизнес-миссии в Китай, Вьетнам, Бангладеш, Индию и многие другие восточные страны, помогаем в поисках надежных местных производителей, документальном сопровождении сделок и организации транспортировки продукции. Кроме того, теперь, в связи с тотальной цифровизацией и регламентированием рынка, кардинальные изменения произошли и в ведении бизнеса внутри страны. Надеяться на то, что все вернется на круги своя, нельзя. Нам придется жить в новой реальности, и надо к ней приспособливаться. Я провожу консультации, позволяющие справиться с трудностями быстро и максимально дешево. Все решения я уже успешно опробовала на собственном бизнесе и честно могу утверждать, что они работают, причем не только в ювелирной сфере: под моим наставничеством успешно развиваются семь предпринимателей из разных ниш потребительского рынка.

Ваш совет как ментора коллегам по отрасли?

Только позитивный настрой! Это — наше все. Уныние, как известно, страшный грех. Не нойте и работайте. Все болезни и проблемы лечатся работой, я это по себе знаю. И еще я уверена, что любые испытания, которые нас не убивают, надо принимать с улыбкой и верой в то, что все преодолеешь!

«Женщина хочет быть особенной, неповторимой, уверенной в себе, а наши броши — прекрасный инструмент для воплощения ее желаний.»



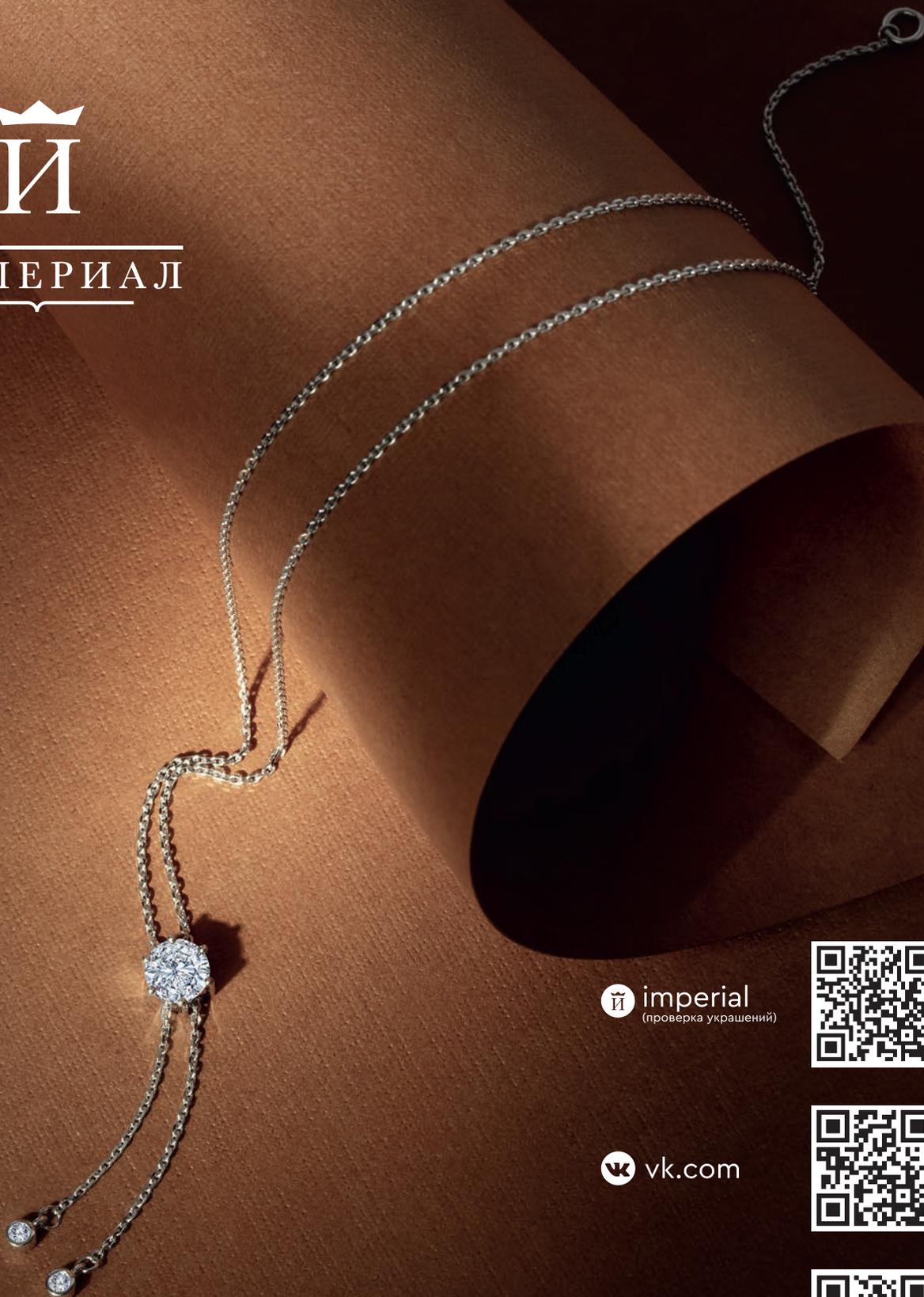
Нам 30 лет!

В этом году наша компания с гордостью празднует свой юбилей – 30 лет со дня основания!

Дорогие наши партнеры! Мы от всей души хотим поблагодарить Вас, за выбор нашей компании! Спасибо, что на протяжении долгого времени остаетесь с нами! Вы помогли нам стать лучше, успешнее и узнаваемее. Мы рады работать для Вас, украшать этот мир и дарить радость многим и многим людям! Желаем совместного процветания и новых свершений!

И

ИМПЕРИАЛ



 imperial
(проверка украшений)



 vk.com



 t.me



Будущее — за взаимовыгодным партнерством!



На выставках JUNWEX эффектно оформленные стенды компании GRIGORIEV не заметить невозможно. Бренд ярко и амбициозно заявляет о себе, последовательно выполняя поставленные перед собой задачи. О том, какие цели сейчас на повестке дня компании, рассказывает ее основатель и руководитель Владимир Григорьев.

Для Вас всегда было важно создать команду единомышленников, и это удалось. Как живет и работает сегодня коллектив предприятия?

Да, действительно, я очень ценю в отношениях с людьми доверие, преданность общему делу, взаимопонимание, отзывчивость. Поэтому, пройдя семнадцатилетний путь от ученика ювелира до основателя собственной компании и воплотив в 2014 году свою мечту, в первую очередь я обращал внимание на кадровую политику. С гордостью могу сказать, что мне удалось создать крутую команду: мы сообща растем, обучаемся, отдыхаем, даже занимаемся спортом вместе

(специально для этого обеденный перерыв на предприятии составляет полтора часа). И это очень хорошо влияет на продуктивность труда, показатели статистики нашей работы — тому доказательство. У нас есть общая цель — бренд должен стать лидером на ювелирном рынке. Команда, как единый организм, смотрит в одну сторону, движется в одном направлении, что позволяет компании быстро и эффективно развиваться. Рост идет планомерно: достигнув определенного уровня, мы переходим к следующему этапу, от этого я, как спортсмен, получаю кайф! Именно таким общим движением вперед обусловлен наш успех, и останавливаться мы не планируем.

Как вырабатывается стратегия этого общего движения?

Еженедельно собирается управленческий совет компании, мы генерируем идеи, обсуждаем болевые точки и точки роста, обмениваемся мнениями. Идеи финансового директора или маркетолога учитываются директором по производству, и наоборот. В результате таких «мозговых штурмов» рождаются проекты, которые мы затем совместно реализуем. Важную роль играет мотивация персонала — это инструмент, благодаря которому идет развитие компании. Поэтому у нас зарплаты даже тех сотрудников, чьи профессиональные обязанности не влияют на объемы продаж, зависят от общих коммерческих результатов. Время подтвердило, что успех зависит от слаженности нашей работы.

На этапе становления компании мне встречались люди, которые расценивали мое дружеское расположение как слабость. Это было для меня серьезным испытанием. Меня убеждали, что надо быть жестким и требовательным, но это не моя роль и не мой путь. В итоге рядом появились близкие мне люди, которым я очень благодарен, стали выстраиваться другие отношения.

Удается ли компании выстраивать и отношения с клиентами на основе доверия и взаимопомощи?

Конечно! Важно смотреть на вопросы сотрудничества с точки зрения партнера, задумываться о его интересах, проявлять заботу.



Мы стараемся лучше узнать своих клиентов, понять их и предложить то, что им нужно. Если, работая с нами, выигрывают клиенты, то выигрываем и мы. Всегда стремимся оправдывать доверие: в результате выстроенных таким образом отношений наши изделия становятся в магазинах партнеров лидерами продаж. От того, насколько мы будем поддерживать друг друга, зависит и то, как будет формироваться рынок. Мы — сторонники партнерских, а не потребительских отношений в отрасли.

Мы работаем с магазинами по всей России, и их число постоянно растет. Безусловно, клиентская база пополняется и на выставках, и после телефонных переговоров, но особенно приятно, что многие ритейлеры приходят к нам по рекомендациям от наших клиентов. Наше отношение к партнерам не зависит от объемов их закупок: случалось, что мы начинали работать с одного гарнитура, а продолжали миллионными договорами. Однако всегда, начиная сотрудничать с клиентом, мы совместно ставим цели и стараемся их реализовать (в итоге в большинстве случаев перевыполняем поставленные планы). Путь к таким целям включает комплекс мероприятий: анализ и подбор ассортимента, его ротацию, выездное обучение персонала магазина, брендинг зон и витрин в торговом зале, помощь в проведении рекламной

«Команда, как единый организм, смотрит в одну сторону, движется в одном направлении, что позволяет компании быстро и эффективно развиваться.»



политики, проведения совместных акций. Я уверен, что будущее — за таким взаимовыгодным сотрудничеством! Хочу сказать спасибо всем нашим партнерам! Благодаря вам я получаю от работы максимальное удовольствие — это вдохновляет и мотивирует на новые достижения!

«Никакой онлайн не заменит живое общение, при котором рождаются совместные мысли и идеи, которые хочется развивать и реализовывать.»

кампании на розничного покупателя. Большое внимание мы уделяем аналитике продаж, это позволяет формировать правильную ассортиментную политику.

На одном из собраний директоров компании у нас родилась идея — выезжать к партнерам, а в дальнейшем приглашать их в Кострому, чтобы стать ближе друг к другу, поделиться опытом и найти точки роста для дальнейшего долгосрочного совместного развития. Недавно мы посетили Иркутск и познакомились с Мариной Владимировной Бабориной, руководителем сети «Алмаз». Было очень интересно увидеть, как эта компания с 85-летней историей живет, работает, занимается благотворительностью. Никакой онлайн не заменит живое общение, при котором рождаются совместные мысли и идеи, которые хочется развивать и реализовывать. От таких встреч выигрывают все: и партнеры, и поставщики, и конечные покупатели.

Для дальнейшего развития партнерских отношений мы создали Клуб привилегий, позволяющий клиентам воспользоваться нашими ресурсами для обучения и мотивации персонала, оптимизации ассортиментной



На правах рекламы

GRIGORIEV

d i a m o n d h o u s e

павильон 55, стенд B-103

Мужские изделия
из **золота** и серебра

*Держим цены,
сохраняя качество!*



Павильон 55
Стенд **B-205**

Иваново
(4932) 585-332
(906) 512-18-68
jc-status@mail.ru
jstatus.ru

Взгляд на RoseGrace



Ольга Григорьевна Костюк, кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник Государственного Эрмитажа:

В колье «Сердце RoseGrace» удивительно элегантно совмещены несколько декоративных идей. Регулярность сапфирового декора не кажется монотонной, при всей симметричности она полна воздуха и объема. Узор из бриллиантов по контуру медальона и на цепочке способствует уравновешенности заданного ритма. Рассматривая это подчеркнуто лаконичное украшение, нельзя не вспомнить одухотворенный образ леди Грейс!



Колье «Сердце»
Первое место
в номинации
«Драгоценный камень»
на конкурсе
«Лидеры российского
ювелирного рынка»



Мария Александровна Белозерская, покупательница:

На одной из выставок JUNWEX я обратила внимание на компанию с необычным названием — нежным, легким, элегантным. Потом я узнала, что оно связано с именем Грейс Келли. Заинтересовали и украшения этой компании. Одно из них — кольцо с дизайном в геометрическом стиле — я приобрела. Строгая утонченность линий удивительно сочетается в нем с технологичной формой, и этот контраст подчеркивается дорожкой черных бриллиантов. Кольцо стало моим любимым украшением, ведь оно — словно маленький вызов!



Лидия Викторовна Кригер (ИП Кригер Л. В.):

Ювелирная компания RoseGrace в лице генерального директора Артема Ахметшина — надежный и постоянный партнер сети ювелирных салонов «Карат». Предприятие обеспечивает своевременные поставки и широкий ассортимент ювелирных украшений, а также предоставляет возможность закупки небольших партий товара. Отборка происходит в удобное для нас время. Менеджер на связи 24/7, всегда гибко и быстро реагирует на наши запросы и потребности. RoseGrace — мечта каждого ювелирного магазина!



**Екатерина Валерьевна Хомутникова,
менеджер медиа-холдинга JUNWEX:**

Сотрудничество с компанией RoseGrace — это не только надежные деловые, но и очень теплые дружеские отношения. В этом году мне удалось воспользоваться приглашением партнеров и побывать в Костроме на ювелирном предприятии, имеющем многолетнюю историю производства украшений с бриллиантами. Нам показали полный цикл создания драгоценностей, но особенно запомнился литейный участок с оборудованием, позволяющим качественно отливать сложнейшие по конструкциям украшения не только из золота, но и из таких высокотемпературных сплавов как платина и титан. Впечатлила кропотливая работа модельеров-обработчиков и резчиков резиновых пресс-форм. Мы увидели, что в процессе изготовления каждое украшение проходит 23 этапа контроля. Благодаря такому подходу бриллианты RoseGrace сияют особенно ярко! Особо хотелось бы отметить гостеприимную и дружелюбную атмосферу на предприятии. Работники самых разных подразделений рассказывали о своем труде охотно, воодушевленно и интересно. Видно было, что им самим очень нравится то, что они делают!



Артем Азатович Ахметшин, генеральный директор RoseGrace:

Наше производство не стоит на месте, ведется ежедневная работа по отработке новых технологий. С учетом сложившейся в стране ситуации мы находим лучшие расходные материалы у самых проверенных и надежных поставщиков. Рынок перестраивается, и мы уделяем этому большое внимание, работа становится гибче и оперативнее — все для того, чтобы наши украшения были качественнее и технологичнее. Ежедневно мы развиваем ассортимент, ищем интересные идеи, отработываем их с художниками, воплощаем в жизнь. К выставке мы подготовили ряд новых коллекций, которые совершенно точно удивят наших клиентов!



География наших партнеров продолжает активно расширяться. Мы развиваемся вместе с ними, ведем совместную маркетинговую работу. Нам важно, чтобы наши партнеры укрепляли свои позиции в ювелирной сфере. Наша цель — радовать конечного покупателя, потому что ювелирный бренд RoseGrace — это высокая ответственность за исполнение желаний!

ROSEGRACE

• JEWELRY HOUSE •

rosegrace.ru

павильон 55 стенд № В-109

Новые тренды ювелирного рынка. Лабораторно выращенные бриллианты — мифы и реальность

Все женщины мечтают об украшениях с природными бриллиантами, но не все могут их себе позволить из-за высокой стоимости изделий. По данным Аналитического центра ювелирного холдинга SOKOLOV, за последние два года каждый третий покупатель приобретал изделия с бриллиантами, а при отказе от покупки клиенты магазинов указывали на неготовность отдать значительную сумму за такие украшения.

На западных рынках набирает популярность продукция с лабораторно выращенными бриллиантами. Люди с разными финансовыми возможностями выбирают эти изделия, поскольку отдают предпочтение камню большего размера за меньшие деньги, чтобы наслаждаться красотой бриллианта, который ничем не отличается от минерала природного происхождения. О том, как появилась идея создания новой линейки украшений с выращенными бриллиантами в рамках бренда Diamant и чем эти камни отличаются от природных, рассказывает директор по продажам ювелирного холдинга SOKOLOV Жанна Костюшкина.

Действительно ли природный алмаз не отличается от лабораторно выращенного?

Выращенный бриллиант не является имитацией, он обладает всеми теми же свойствами, что и природный. У них одинаковые оптические, химические и физические характеристики. Отличие только в природе происхождения. До огранки алмаза в бриллиант опытный геммолог способен отличить природный и выращенный камни по их формам. Впоследствии даже специалист не сможет увидеть, какой

из камней выращен в искусственных условиях, — для этого понадобится особое геммологическое оборудование, которое есть только в сертифицированных лабораториях.

Как изготавливаются алмазы в лаборатории?

Лабораторно выращенный алмаз создается в специальных установках под контролем человека с использованием двух основных методов: химического осаждения (CVD — Chemical Vapor Deposition) и высокого

давления и высокой температуры (HPHT — High Pressure High Temperature).

Как объяснить покупателю, какие бриллианты лучше — природные или выращенные?

Тут выбор остается за покупателем и делается, исходя из его бюджета и убеждений. Если важно, чтобы украшение было именно с камнем природного происхождения, то можно приобрести изделие с добытыми и ограненными



в бриллианты алмазами. Если хочется более крупный бриллиант по выгодной цене, можно остановиться на выращенных камнях. Мы провели исследование и выявили, что 90% аудитории, приобретающей в основном украшения из золота, допускают покупку выращенных бриллиантов с учетом цены и внешнего вида изделий. По мнению таких потребителей, изделия с выращенными камнями — доступная альтернатива украшениям с природными минералами без переплаты. Например, кольцо с одним добытым алмазом, ограненным в бриллиант весом



0,3 карата, стоит около 120 000 рублей, а с лабораторным — около 50 000 рублей. За 120 000 рублей можно приобрести кольцо с искусственно выращенным бриллиантом весом 0,8 карата. То есть в этом случае за одну и ту же цену вы получаете камень почти в три раза крупнее! Кольцо с природным бриллиантом весом один карат может стоить от 1,2 до 1,5 миллиона рублей, с выращенным — около 150 000 рублей. Цена уменьшается почти в десять раз! Чем крупнее выращенный камень, тем значительнее и разница в его стоимости относительно природного.

То есть природные и выращенные бриллианты не конкурируют между собой внутри одной целевой аудитории? У них один потребитель или разный?

Выбор в пользу выращенных бриллиантов будут делать даже те люди, у которых есть возможность приобрести украшение с природными, но хочется изделие с более крупным камнем. То есть отчасти аудитория будет пересекаться.

Почему вы решили запустить ассортиментную линейку с выращенными бриллиантами именно в рамках бренда Diamant?

Сейчас в ассортименте Diamant представлены украшения с природными бриллиантами весом до 0,3 карата. Наши исследования показали, что есть запрос от целевой аудитории на изделия с более крупными камнями. При этом ассортимент бренда Diamant отличают демократичные цены, а мы понимаем, что если будем использовать природные бриллианты большей каратности, то стоимость украшений с ними окажется очень высокой: от 150 000 до 1,5 миллиона рублей. Поэтому

«Кольцо с природным бриллиантом весом один карат может стоить от 1,2 до 1,5 миллиона рублей, с выращенным — около 150 000 рублей.»

было предложено идеальное решение: дать покупателям возможность приобрести изделия с крупными бриллиантами по доступным ценам. Так появилась линейка Di Diamonds.

Какие виды украшений в ней представлены?

В линейке Di Diamonds представлены кольца, серьги, кольцо и подвески классического дизайна в красном, желтом и белом золоте. В основном это самые популярные и актуальные артикулы с дорожками бриллиантов и «соло» — с одним камнем. То есть мы предлагаем классические модели, которые не выходят из моды.

Как покупателю в вашем магазине понять, какой бриллиант в украшении?

У всех ювелирных изделий есть бирка с маркировкой, и в случае с выращенными бриллиантами информация об их лабораторном происхождении обязательно там указывается. Кроме того, на каждое украшение линейки Di Diamonds при продаже заполняется паспорт. В нем фиксируются уникальные характеристики изделия, в том числе количество бриллиантов, их происхождение, вес, цвет, чистота и качество огранки. Этот документ подтверждает,



что покупатель приобретает украшение с лабораторно выращенными бриллиантами. Также на всех изделиях Di Diamonds есть логотип — изящная буква D и небольшой рубин, инкрустированный в драгоценный металл.

Новая линейка будет представлена в отдельных витринах, стильно оформленных в черно-золотой гамме, с логоблоками и сторителлингом. Мы предоставляем полную информацию о новом продукте, инновационном подходе к украшениям с бриллиантами и преимуществах лабораторно выращенных камней. То есть линейка грамотно вписана в ассортиментную матрицу бренда. Поэтому мы абсолютно уверены в успехе проекта Di Diamonds и в том, что любимые классические модели с выращенными бриллиантами будут пользоваться огромным спросом.

SOKOLOV

sokolov.ru

По вопросам сотрудничества
zhanna.kostushkina@lucksa.ru,
тел. +7 915 905 65 56

На правах рекламы



« На всех изделиях Di Diamonds есть логотип — изящная буква D и небольшой рубин, инкрустированный в драгоценный металл.



ВДНХ
27–29 сентября
Павильон 55
Стенд В-331

SANIS



На правах рекламы



ЛЮБИТЕ

ТВОРИТЕ

МЕЧТАЙТЕ

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

Прошедшая в мае выставка «JUNWEX Новый Русский Стиль 2023» — это пять дней продуктивной работы, тысячи встреч, теплое общение коллег и единомышленников, а главное — огромная порция позитива и вдохновения на дальнейшие свершения! Позитив обоснован хорошей статистикой посещаемости выставки и оптовиками, и розницей, что доказывает активизацию продаж. В начале становления отраслевого рынка после ухода советских планово-распределительных принципов обеспечения

спроса мы даже не мечтали, что дорастем до преимущественно оптового формата выставок JUNWEX. На первых порах и долго они были преимущественно розничными. «JUNWEX Петербург» являлась наиболее показательной с этой точки зрения. Ее посещаемость доходила до 70–80 тысяч человек за пять дней. Надо отметить, что особая культура города на Неве и сегодня способствует высокой степени популярности этой выставки. Но, конечно, в последние годы мы далеки от того числа любителей ювелирного искусства, которые



раньше подолгу стояли в очереди, чтобы встретиться с участниками выставки, приехавшими из разных регионов страны и зарубежья. Тем не менее, мы с радостью можем констатировать, что в Москве на JUNWEX розница впервые вернулась к допандемийному уровню: 19 843 посетителя.

Оптовики тоже были активнее в отборках и многочисленней, чем прошлогодняя аудитория специалистов торговли. Их количество составило более 4500 (члены Клуба «Российская Ювелирная Торговля» проходят по имеющимся у них картам, и точные показатели просчитать трудно). На 276 нынешних участников 4500 оптовиков — вполне достаточная загрузка по работе на стендах. В целом все совпало: и погода солнечная, и ритейл многочисленный, и в организации выставки — без внешне заметных ошибок... Как-то даже подозрительно для нашего непростого времени. «Это лучшая выставка за весь период нашего участия!» — признался Александр Дедов (Prestige). Надежда Литвинова («Ауджа») рассказала, что продала изделия, заявленные на конкурс, уже в первые дни работы. А Виктории Мартыновой («Жемчужное подворье») выставка напомнила 2013 год — «такие же хорошие продажи и покупательские потоки!»

При всей непредсказуемости ситуации и невозможности что-то прогнозировать все же ожидали больше оптовиков из восточных регионов страны. Однако заметно активнее оказались торговые сети юга России. Общая статистика показывает оживление рынка. Так,



видимо, устроены люди: ко всему привыкают, приспосабливаются. Нет, конечно, главные «болячки» отрасли остаются, но как-то все к ним притираются. И мы, и власти, предлагающие ужесточение контроля, несущее снижение рентабельности. Жизнь заставляет учиться слышать друг друга — ведь ничто, кроме постоянного общения, не может привести к компромиссу и выработке решений, обеспечивающих стабильную ситуацию в отрасли.

Прошедшие на выставке встречи с разработчиками ГИИС ДМДК, проведенные под руководством профильного департамента Минфина РФ, деятельность предприятий по внедрению учетной программы, появившийся опыт и понимание системы производителями



Екатерина Андреева, «Крепкий орешек»:

Я считаю неправильным поведение некоторых участников, уезжающих с выставки до ее завершения. Мы наблюдаем такую картину: приходит розница с надеждой в глазах и хочет что-то приобрести. Посетители идут на стенды, которые они помнят из года в год. А там никого уже нет, стенды пустые. Выставка выглядит в связи с этим некрасиво, организаторы краснеют, оставшиеся участники выслушивают от посетителей незаслуженные претензии. Кроме того, медиа-холдинг JUNWEX по всей Москве размещает рекламные щиты с указанием времени работы мероприятия. Получается, что жители и гости столицы дезинформированы. Если мы взяли участвовать в выставке и наш павильон работает в воскресенье до 18.00, то мы должны честно отстоять до этого времени, независимо от погодных условий, количества посетителей или каких-то других факторов. Я настоятельно прошу коллег соблюдать правила!

и продавцами ювелирной продукции стабилизируют рыночные процессы. Может быть, все же удастся объяснить регулятору отсутствие необходимости дублировать размещенные на бирках штрих-коды еще и нанесением их на сами изделия или хотя бы убедить вывести серебро из этой схемы, что упростило бы работу... Будем надеяться. Гильдии ювелиров России и Клубу «Российская Ювелирная Торговля» как ведущим общественным организациям в отрасли надо теснее сотрудничать с профильным департаментом Минфина. В этом гарантия эффективности поиска решения проблем.

Что ж, терпение и труд все перетрут! Это подтвердила майская выставка. Это доказывают настроения участников и появившееся ощущение роста рынка. Он меняется, меняемся и мы. Трудно даже сопоставить сегодняшние цены на золото, выросшие с начала 2000-х гг. в десять, а то и более раз, с прошлыми показателями. Но приспособились и работаем по новым ценам. Уже и к НДС привыкаем... Не без слез, но растем... Несмотря на пессимистичные прогнозы о закрытии магазинов, предприятия отмечают стабильность работы партнеров. Так, Ольга Павлюкова («Маркиз») подтвердила, что количество оптовых клиентов ее компании не уменьшилось, их торговые точки не закрылись: «Тех, кто пережил пандемию, НДС уже не напугает». Однако были и претензии к некоторым участникам выставки со стороны коллег. Речь





идет о компаниях, которые прекратили работу до официального завершения мероприятия, оставив свои стенды пустыми.

Деловая программа выставки традиционно включала в себя мероприятия, отражающие наиболее актуальные для отрасли вопросы: «ГИИС. Формулы и рецепты: определяем правила игры», «Как безопасно оптимизировать налоги ювелирам», «Легкие продажи на маркетплейсах» и др.

Ярким завершающим аккордом, как всегда, стала церемония награждения победителей конкурса «Дни лидеров российского ювелирного рынка». В этот раз в нем приняли участие 32 предприятия, представив на суд Высшей экспертной коллегии 67 изделий.



JUNWEX

Лучшие украшения в России приглашает в Гостиный двор

Соответствуя вызовам времени, медиа-холдинг JUNWEX уже традиционно проводит в залах столичного Гостиного двора яркую и по-зимнему нарядную предновогоднюю выставку ювелирных украшений и подарков «JUNWEX Лучшие украшения в России», которая состоится с 7 по 10 декабря 2023 г.



Любимый москвичами зал исторического здания в самом сердце столицы будет наполнен сиянием драгоценных коллекций отечественных ювелирных брендов. Участники Программы «Ювелирная Россия» давно по достоинству оценили мощный трафик платежеспособной розничной аудитории, которая охотно совершает покупки накануне

новогодних и рождественских дней в атмосфере празднично украшенного атриума Гостиного двора.

Выставка уже второй раз проходит одновременно с проектом «Искусство куклы» — самой крупной в мире выставкой кукол, организуемой уже в 14-й раз. Такая коллаборация в прошлом году доказала свою эффективность и в коммерческом, и в художественном планах: она дает возможность продемонстрировать многогранную красоту драгоценных творений и уникальных коллекционных произведений — как современных, так и антикварных. В экспозиции «Искусство куклы» более тысячи мастеров покажут десятки тысяч необычных произведений, которые сложно увидеть где-то еще: куклы восточного теневого театра, промышленные куклы, традиционные куклы разных народов и многое другое.

Особенностью декабрьской экспозиции JUNWEX по-прежнему остается акцент на авторский дизайн, что обусловлено обилием участников-дебютантов, в основном молодых марок и ювелиров-дизайнеров, создающих



эсклюзивные украшения. По опыту прошлой выставки, эти компании не потерялись в соседстве с именитыми брендами, а, наоборот, дополнили и обогатили диапазон представленных драгоценных подарков. Многие из этих активно развивающихся и перспективных марок вошли в число первых победителей Open-call JUNWEX — конкурса нового формата в рамках Программы «Ювелирная Россия». Члены Высшей экспертной коллегии, состоящей из искусствоведов крупнейших музеев России (Музеи Московского Кремля, Государственный исторический музей, Эрмитаж, Русский музей и др.), под председательством президента Международного фонда поддержки ювелиров «Форма» Галины Ковалевой и в этом году оценят работы номинантов.

Главные цели Open-call JUNWEX — аккумулялировать творческую энергию дизайнеров-ювелиров, познакомить публику с новыми именами, открыть свежие творческие силы, показать эксперименты молодых марок, выразить в ювелирном исполнении яркие нестандартные идеи, отражающие актуальность момента.



Московский Гостиный двор — это:

- топовая выставочная локация — одна из самых популярных и престижных площадок столицы, где регулярно проводятся форумы, фестивали, лекции и другие массовые мероприятия, что делает Гостиный двор настоящим центром притяжения для широкой публики;
- удобное расположение и простая логистика: район входит в десятку рекомендуемых маршрутов для прогулок жителей столицы и туристов. Расположение Гостиного двора рядом несколькими станциями метро, Красной площадью, множеством достопримечательностей и популярным парком «Зарядье» привлекает огромные покупательские потоки;
- гости «высокого полета»: соседство с Администрацией Президента, Торгово-промышленной палатой, Министерством культуры, Государственной думой и т. д. позволяет собирать на выставке в Гостином дворе состоятельных покупателей. В условиях изоляции страны от потока зарубежных товаров класса люкс российские ювелиры смогут предоставить клиентам достойную альтернативу продукции иностранных марок.

JUNWEX — единственная профессиональная площадка на территории РФ, изначально ориентированная на разработку дизайна в конкурсном формате. Однако в престижных конкурсах Программы «Ювелирная Россия» прежде могли участвовать только экспоненты, то есть уже сформировавшиеся бренды, имеющие опыт и ресурсы, достигшие в создании ювелирных изделий высокого уровня. Open-call JUNWEX гостеприимно открыл горизонты экспертного признания абсолютно для всех желающих, готовых представить на конкурс реализованный в драгоценных материалах проект.

В качестве основных критериев оценки выступают исполнение готового изделия и креативное решение. Open-call JUNWEX — это творчество без каких-либо границ — временных, тематических, возрастных и количественных, а также продвижение современного ювелирного дизайна, открытость всему новому и демократичность выбора!

Open-call JUNWEX дает возможность:

- попробовать свои силы в серьезном профессиональном состязании;
- услышать оценку своей работы от жюри Программы «Ювелирная Россия»;
- найти партнеров для творческих и коммерческих коллабораций;
- получить диплом престижного конкурса;
- принять участие в торжественной церемонии награждения на статусной площадке в историческом центре Москвы — в Гостином дворе;
- заявить о себе на всероссийском и международном рынках;
- увидеть свои работы и отзывы экспертов о своем творчестве на страницах ведущих отраслевых изданий «Ювелирная Россия» и «Лучшие украшения в России»;
- получить множество других приятных бонусов.





ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ — только натуральные камни



«Ювелирные традиции» акцентируют внимание на использовании **натуральных** драгоценных и полудрагоценных камней.

В современном мире, где синтетические аналоги все более популярны, выбор натуральных камней становится интересным для тех, кто ищет **уникальность** и **особенность** каждого изделия.

Гранаты, турмалины, иолиты, танзаниты, используемые брендом, предлагают покупателям особенные истории, которые скрыты в каждом камне.

Выбор изделий от бренда «Ювелирные традиции» станет интересным решением для тех, кто ищет **надежность** и **качество** материалов.

Убедиться в этом вы сможете на презентации **новых коллекций** с полудрагоценными камнями.

ВДНХ, павильон 55, стенд В-107



jewtrad.ru





ЮВЕЛИРНЫЕ
ТРАДИЦИИ

Эффективность выставки выше затрат



Сергей Ушкалов, «Изумруд»:

Наша сеть в ЦФО насчитывает сейчас двадцать три магазина, и за последние полгода нам пришлось дополнительно принять в штат несколько человек. Особенно много проблем возникло по IT-структуре, поскольку вхождение в ГИИС потребовало от этих специалистов очень большого объема работы и все другие задачи были ими отодвинуты на второй план. Огромная ответственность легла сейчас и на финансистов с бухгалтерами, которые вынуждены вести жесткое бюджетирование, а также полноценный бухгалтерский и налоговый учет. Необходимо учитывать все предстоящие траты, четко планировать расходы, составлять бюджет движения денежных средств, ведь УСН нужно было платить поквартально, а НДС оплачивается не позднее 28-го числа каждого из трех месяцев. Дополнительно к НДС — еще и НДС/ФЛ ИП, по которому авансовые платежи должны быть осуществлены не позднее 25-го числа каждого месяца, следующего за кварталом. Кроме того, внедрение ГИИС ДМДК существенно повлияло на сроки поставки товара в торговые точки и на передачу драгоценного металла для производства. Бесконечные обновления системы блокируют работу, что не может не отразиться на выручке магазинов.

Другое отрицательное последствие новых законодательных изменений — увеличение числа торговых точек, использующих «серые» схемы. По моим наблюдениям, только в Брянской и Калужской областях таких магазинов появилось как минимум двенадцать. Примечательно, что региональная инспекция пробирного надзора никаким образом на это не реагирует, даже при наличии «сигналов». Уверен, при таком отношении контролирующих органов и в райцентрах, и в мегаполисах, где легко «затеряться», количество криминальных игроков будет возрастать и дальше.

Что касается продаж в Интернете, то они требуют значительного отвлечения средств. Чтобы успешно конкурировать с маркетплейсами и федеральными сетями, надо постоянно платить за увеличение трафика. В пандемию наш сайт работал активно, мы его модернизировали. Однако потом, понимая, что нам предстоит входить в сложную ситуацию, связанную с увеличением налоговых выплат в четыре раза (!), мы приостановили деятельность по его развитию, в сайт почти не вкладываемся. Из бесед с коллегами знаю, что за Уралом онлайн-продажи идут эффективнее, поскольку от Москвы дальше: люди обращаются на сайты магазинов и охотно делают заказы. В ЦФО такого не наблюдается.

Хотелось бы сказать еще об одной проблеме, с которой мы столкнулись. Не буду называть компанию, от которой на февральской выставке поступило предложение о сотрудничестве. Первый месяц продажи изделий этого поставщика у нас были, а потом наши магазины стали его «примерочной». Мало того, что мы продаем с ограниченной договором наценкой, так на своем сайте поставщик реализует товар в два раза дешевле. Подобные случаи уже были с Sokolov, но теперь выяснилось, что он в этом не одинок. Современный ювелирный рынок России начал складываться всего лет тридцать назад, и он весьма узкий. Все друг друга знают. Вопрос в порядочности. Если мы хотим порядка на рынке, то должны соблюдать единые для всех правила игры.

«Отрицательное последствие новых законодательных изменений — увеличение числа торговых точек, использующих «серые» схемы.



Вера Кабаровская, ЮД Kabarovsky:

Для нас давно стало традицией представлять на каждой выставке широкий диапазон новых работ. Уже много лет у меня была задумка освоить миниатюрную живопись по перламутру. Мне удалось вдохновить и наших художников, которые создали прекрасную коллекцию «Гранд плие» с балетными образами. К теме балета мы обращались и прежде, она нами очень любима, у этих коллекций множество почитателей. Другая новая коллекция родилась из моих впечатлений от посещения выставки London Design 2023. Там я увидела один из дизайнерских торшеров и сразу поняла, как можно воплотить такую концепцию в ювелирных украшениях. Мы обсудили замысел на худсовете, и в результате получилась замечательная коллекция «Жемчужный переполюх». Еще одна новинка — коллекция Disco, это линейка серебряных изделий с яркими неоновыми эмалями, отвечающая актуальному тренду мировой моды, причем не только ювелирной. С большой осторожностью мы приступали к работе над мусульманской коллекцией. Я всегда обращала внимание на орнаменты в исламском искусстве, росписи на мечетях, но мне хотелось, чтобы изделия были не только красивыми, но и живыми. Мы консультировались у имама, получили его одобрение на создание коллекции «Сунна», и наши клиенты из мусульманских регионов отнеслись к ней с большим интересом.

В целом продажи нас порадовали. Мы привыкли, что из трех ключевых выставок JUNWEX майская самая скромная, но когда мне накануне показали список клиентов, подтвердивших приезд, я вначале даже не поверила. Однако уже первые дни работы доказали: такого успеха в мае прежде не было! Теперь у нас грандиозные планы на сентябрьскую «JUNWEX Москва». Падение курса рубля и рост стоимости камней подтолкнули нас на поиски решений по оптимизации себестоимости изделий. Мы впервые совершили деловую поездку в Индию и остались очень довольны результатами. К сентябрю постараемся успеть подготовить шикарные коллекции по интересным для клиентов ценам.

«Мы впервые совершили деловую поездку в Индию и остались очень довольны результатами.»

Елена Иванова, Olafa:

Наш бренд создает украшения, в производстве которых ключевая роль отведена инновационной работе со стеклом. В результате экспериментов мы разработали муранское стекло цифрового века — с включениями кварца, фианитов, опалов и т. д. Один из последних наших проектов, благодаря которому мы стали резидентами «Сколково», — создание ювелирного стекла с углеродом. Мы очень гордимся, что нам удается активно развивать бренд не из Москвы, а из региона. Olafa родом с Байкала, но наши изделия уже носят на всех континентах, включая Антарктиду! В выставках Программы «Ювелирная Россия» мы впервые приняли участие в феврале 2023 года и сразу увидели огромный интерес к нашей продукции. Несмотря на то, что мы были ориентированы в большей степени на розничных клиентов, у нас появились и оптовики, которые теперь регулярно дают нам заказы. Успешно работали на нашем стенде и стримеры из Китая. На нынешней выставке к нашим партнерам присоединились ритейлеры из Тюмени, Сочи, Москвы. Я стремлюсь к тому, чтобы как можно больше людей узнали о современном искусстве ювелирного стекла, поэтому участие в выставках JUNWEX для нас очень важно!





«Несмотря на то, что наша деятельность относится к отрасли народно-художественных промыслов, ключевых покупателей мы находим именно здесь.»

Алтынай Рахметова, «Каповая шкатулка»:

Наше предприятие, являющееся правопреемником крупной кировской фабрики художественных промыслов «Идеал», работает с 2011 года, и последние пять лет мы активно участвуем в выставках JUNWEX. Несмотря на то, что наша деятельность относится к отрасли народно-художественных промыслов, ключевых покупателей мы находим именно здесь. На JUNWEX приходит публика с определенным культурным багажом, состоятельные люди. Если один раз они увидели нашу продукцию и она запала им в душу, они обязательно возвращаются к нам на каждой выставке. Кроме того, многие ювелирные предприятия делают нам заказы на шахматные доски, дополняя их фигурами своего изготовления — золотыми, платиновыми, серебряными, янтарными... Поскольку в создании наших изделий огромную роль играет ручная работа, для нас 10–15 штук уже является оптовым заказом.

История капового промысла, получившего статус регионального бренда Кировской области, насчитывает почти три столетия, а наша семья связана с этой деятельностью полвека. Кап — редкий, очень твердый и красивый древесный материал с необычным рисунком волокон, по виду напоминающим мрамор. Благодаря своим уникальным качествам он высоко ценится во всем мире. Добыча этого природного материала, образующегося лишь в определенных климатических условиях, — задача весьма трудоемкая и затратная, требующая изыскательских работ на значительных территориях. В себестоимости каповых изделий 70% занимают именно затраты на сырье. Полный цикл производства, который освоило наше предприятие, включает в себя множество операций — от поисков заготовок до презентации изделий. Мастеров капового дела остались единицы, поэтому мы занимаемся и подготовкой кадров, и популяризацией старинного промысла. Выставка расширяет профессиональный кругозор, позволяет показать партнерам, что предприятие продолжает успешно работать, дает шанс встретиться с новыми клиентами.

Магомед Сугуев, ИП Сугуев М. Г.:

Майская выставка для нас обычно более эффективная, чем сентябрьская. Однако в этот раз ситуация несколько иная. Очень многие наши партнеры, у которых были отделы в ТЦ, их закрыли, а потому на выставку не приехали. В связи со значительно возросшей налоговой, бухгалтерской и учетной нагрузкой им просто не выжить на рынке. Да и оставшиеся клиенты заметно снизили объемы закупок. Тем не менее, к нам пришли не только те партнеры, которых мы приглашали, но и пять-шесть новых: из Москвы, Санкт-Петербурга, Якутии, Башкирии... Если раньше многие ритейлеры спрашивали: «Вы с НДС работаете?» и в случае отрицательного ответа уходили, то теперь этот вопрос снимается с повестки. Наибольшим спросом у нас на выставке пользовалась «бескаменка» — серьги, кольца, браслеты. Несмотря на сложности, мы настроены спокойно продолжать работу. Ведь и прежде так бывало: одна выставка проходит средне, зато другая — в два раза лучше. Надеемся, что наиболее трудные для вхождения ритейлеров в условия изменившегося налогового режима первый и второй кварталы уже позади, дальше будет проще.



«Уже в прошлом году у нас увеличилось число отгрузок партнерам, работающим с НДС.



Федор Зажогин, Vesna jewelry:

Главная проблема, вызывающая сегодня определенные сложности у оптовых клиентов (тех, кто раньше работал на упрощенной системе налогообложения), — введение НДС, требующее от них дополнительных издержек и расходов. Правила поменялись, и идет «притирка». Любые резкие изменения пугают, у кого-то первая реакция — «все пропало!». Понятно, что не все игроки рынка справятся, кто-то вынужден будет закрыться. На мой взгляд, проблемы решаемы, большинство ювелиров уже адаптировались к новым условиям и настроились на дальнейшую работу. С учетом специфики нашего ассортимента (изделия с бриллиантами), у наших партнеров налоговые изменения не вызовут серьезных негативных последствий, к тому же мы давно отгружаем свою продукцию с НДС. Тем, кто продавал недорогие серебряные украшения, выживать сложнее. Случаи закрытия бизнеса есть, но они единичные: как правило, это небольшие торговые точки. К тому же, многие компании заранее готовились к ситуации и перестраивали свой налоговый учет заранее. Уже в прошлом году у нас увеличилось число отгрузок партнерам, работающим с НДС. Вся жизнь в ювелирной отрасли — постоянная борьба с чем-то, переход от кризиса к кризису, от изменений к изменениям. Нас уже сложно чем-то удивить, мы научились приспосабливаться: пошумим, что-то получится отстоять — хорошо, нет — работаем по новым правилам...

Что касается спроса, то в нише бриллиантовых украшений он в течение года колеблется, однако в последнее время от клиентов слышу, что продажи растут. Те покупатели, которые приобретали украшения с бриллиантами, даже при уменьшении доходов не перешли на серебро, они просто стали чуть реже совершать покупки. Как только ситуация с доходами улучшается, люди, даже те, кто всегда приобретал «массовку», стремятся переходить на бриллианты. Как и прежде, основную долю продаж в нашем сегменте составляют изделия с некрупными камнями. Спрос на дорогие украшения всегда стабилен, но подобные продажи бывают нечасто.

БУДЬ В КУРСЕ!

Самые важные новости ювелирной индустрии



Читайте на нашем сайте

www.junwex.com

самую актуальную информацию из мира ювелирной отрасли.

Изменения в законодательстве.

Об опытных игроках рынка и новичках индустрии.

Тенденции и прогнозы российской ювелирной торговли.

Будьте в курсе с [junwex.com!](http://junwex.com)



Новинки ювелирной моды
Билеты на выставки JUNWEX
Анонсы мероприятий



СЛЕДИТЕ
ЗА НАШИМИ НОВОСТЯМИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:

 junwex_fair

 junwexlur



Лилит Даниелян, «Нефрит»:

Мы каждый раз с нетерпением ждем JUNWEX, поэтому нынешняя выставка подарила нам море позитивных впечатлений! Тот заряд любви и радости, который мы получили от наших клиентов, дорогого стоит! Долгожданные встречи были очень яркими и эмоциональными. «Хочется потрогать ваши изделия, мы так соскучились по ним, они нас вдохновляют!» — говорили партнеры. Несмотря на то, что ритейлеров приехало меньше, чем в мае прошлого года, закупились они достаточно активно, расплачивались сразу. Мы привезли привлекательные для покупателей новые коллекции, которые были чрезвычайно востребованы: даже не успели их представить на конкурс, отборки шли непрерывно. Снижение количества оптовых клиентов, безусловно, является последствием налоговых нововведений, но сложившуюся ситуацию уже не изменить, поэтому надо смириться и продолжать работать. Нашей компании уже удалось войти в новый ритм учетной и налоговой отчетности, автоматизировать многие процессы. Уверена, что это вполне реально для большинства участников рынка. Некоторые наши партнеры даже открыли сейчас новые торговые точки, например, у ИП Сухомлинова М. А. («Дамский угодник», Краснодарский край) появилось еще три магазина.

На нынешней выставке я сделала еще одно наблюдение: смена экспоместа зачастую весьма благотворно сказывается на увеличении клиентской базы. Раньше мы старались сохранять постоянное местоположение стенда, но, как показала практика, у оптовиков возникает «эффект привыкания». Сейчас, когда мы оказались на новом для нас месте, многие ритейлеры заметили нас впервые и очень удивились, что мы уже много лет участвуем в выставках JUNWEX. Клиенты высоко оценили наши коллекции и сделали закупки, не побоявшись того, что изделия не легковесные. У нас появились новые партнеры не только из российских регионов, но и из Казахстана. Кроме того, наш стенд посетили представители КНР, ведущие продажи в режиме онлайн-трансляций. Я считаю, нам всем есть чему поучиться у китайских ритейлеров: они истинные трудоголики. Не едят, не пьют, без перерыва рассказывают о товаре, продают его и лишь затем выкупают у поставщика. В целом, количеством клиентов мы довольны, но хотелось бы, чтобы с ними нас связывали не разовые сделки, а долговременные отношения. Кроме того, хочу подчеркнуть, что целями выставки я всегда ставила в первую очередь не «чистую прибыль», а презентацию коллекций, знакомство с новыми клиентами и общение с давними партнерами. И эти задачи нами выполнены в полной мере.

«Нашей компании уже удалось войти в новый ритм учетной и налоговой отчетности, автоматизировать многие процессы.»

Василий Борисов, «Саха Алмаз»:

Постоянно участвуя в выставках, мы ориентируемся в первую очередь на розничные продажи. С начала 2023 года мы посетили уже около десяти таких мероприятий. Если сравнивать спрос на отраслевых выставках сейчас и в аналогичном периоде прошлого года, то можно утверждать, что посетители совершают покупки украшений более активно. Этому есть ряд объективных причин: за границу летать стали реже, многие зарубежные люксовые бренды ушли с нашего рынка, военнослужащим и другим категориям граждан поступают значительные средства, благодаря импортозамещению начали эффективнее работать отечественные предприятия... По нашим наблюдениям, увеличился спрос на ювелирные изделия и в странах СНГ. В частности, в Казахстане это связано с ростом курса тенге.



Светлана Румянцева, «Высоковы 585»:

Мы уже десять лет работаем на рынке, несколько лет назад открыли собственное цепевязальное производство, переехали в новое здание. И вот созрело решение выйти на выставки JUNWEX. Несмотря на то, что посылки с нашим товаром отправляются не только по всей России, но и в разные страны мира (причем даже сейчас) — Израиль, США, Грузию, Кипр, мы осознаем, что единственно возможный вариант для расширения клиентской базы, для того, чтобы о компании узнали потенциальные партнеры, — это выставка. У нас очень современный оптово-розничный сайт с интеграцией программы 1С и возможностью заявок на изделия под заказ, но он, как и телефонные переговоры, — это предложения клиенту с нашей стороны. А выставка дает обратную связь, возможность понять реакцию на товар со стороны покупателя. Только непосредственное общение с клиентами (когда мы можем узнать, как идут у них розничные продажи, как нужно скорректировать ценообразование и т. д.) четко показывает, в каком направлении нам развиваться дальше.

Мы решили первый раз поучаствовать в мае, чтобы увидеть, насколько наша продукция востребована рынком по качеству и цене, и в сентябре выйти уже с новыми коллекциями. Результаты участия порадовали: выставка прошла для нас очень хорошо. Ежедневно заключалось множество договоров как с теми партнерами, которые с нами давно работают, так и с новыми. Большинство заказов уже во время выставки поступило в производство. Приятно, когда оптовики, проходя мимо, обращали внимание на наш стенд, смотрели ассортимент, интересовались ценами и говорили: «Все нравится, садимся на отборку». А кто-то приходил со словами: «У вас сегодня были наши знакомые, мы хотим такие же цепи, какие выбрали они». Нас рекомендуют, приводят к нам коллег, значит — как поставщики, выполняющие все обязательства по качеству изделий и срокам изготовления, мы завоевали полное доверие.



«Выставка дает обратную связь, возможность понять реакцию на товар со стороны покупателя.»



Александр Веклич, «Серебро России»:

Выставка прошла прекрасно, несмотря ни на что! Время сейчас для ювелиров непростое — отрасль переходит на новые режимы налогообложения, поэтому каких-то особенных результатов от выставки мы не ожидали. Но, как всегда, мы готовились к этому событию и запланированно выпустили новые коллекции, представили максимально широкий ассортимент, в том числе уже полюбившиеся своей оригинальностью украшения зарубежных производителей, которые сами импортируем.

Одно из наших главных преимуществ — огромный склад готовой продукции, который мы привозим на выставку. Наши партнеры могут «здесь и сейчас» набрать полный ассортимент серебряных изделий — от ложки и цепочки до эксклюзивных колец с драгоценными вставками. Что касается актуальных предпочтений на выставке — сейчас повышенным спросом вновь пользовались гарнитуры со вставками Swarovski и украшения с поделочными и полудрагоценными камнями.

По нашим многолетним наблюдениям, оптовики сначала отбирают золотые изделия, а потом обращают внимание на серебро. В этот раз уже в нулевой день мы заключали договоры с новыми покупателями. Каждый год на рынке появляются новые лица — оптовики из разных регионов России и стран ближнего зарубежья. Отличные покупатели — ритейлеры из Белоруссии и Казахстана — почти отсутствовали на сентябрьской выставке, но приехали на майскую, чему мы очень рады.

Безусловно, участие в выставке требует немалых затрат, но то, что мы здесь получаем, приносит гораздо больше! Если оценивать итоги по десятибалльной шкале, я бы поставил «девять» с пониманием, что всегда нужно стремиться к лучшим результатам. В целом понравились и атмосфера, и организация мероприятия. У нас в этот раз все сложилось отлично!



Дни лидеров российского ювелирного рынка

ВЫСШАЯ ЭКСПЕРТНАЯ КОЛЛЕГИЯ КОНКУРСА:

Галина Ковалева — председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия», президент Международного фонда поддержки ювелиров «Форма».

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ:

Наталья Коровина — искусствовед, художественный критик
Ольга Костюк — кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник Государственного Эрмитажа;
Татьяна Мунтян — искусствовед, ведущий научный сотрудник Музеев Московского Кремля;
Анна Ратникова — независимый эксперт;
Галина Смородинова — искусствовед, ведущий научный сотрудник Государственного исторического музея
Елизавета Тапакова-Боярская — искусствовед, научный сотрудник экспозиций и коллекций Санкт-Петербургского государственного университета.

«JUNWEX Новый Русский Стиль» в очередной раз познакомила с обширными творческими возможностями российских ювелирных предприятий. Авторский дизайн украшений всегда высоко ценится и был дефицитным продуктом на рынке. Каждый год удивляешься упорству мастеров ювелирного дела и их умению создавать потрясающие драгоценные шедевры. Члены жюри конкурсной программы JUNWEX с неизменным трепетом ждут встреч с удивительными фантазиями экспериментаторов и восхищаются высоким уровнем исполнения изделий. Украшения являются важной составляющей модного костюма.

Ювелиры, двигаясь в русле развития fashion-индустрии, предложили коллекции изделий с широчайшей вариативностью сочетаний форм и материалов. Игра с пропорциями и фактурами, различные масштабы графических решений — эти явления характерны для многих направлений современного прикладного искусства. Массивные броши, затейливые монсерьги, шейные украшения сложных конструкций, обилие крупных браслетов и колец... Кажется, все довольно просто, но создание интересных модных образов требует особых знаний.

Галина Ковалева

Гран-при

Галина Ковалева

Гран-при конкурса присуждено компании «Империял», представившей кольцо «Лотос» — рукотворное чудо в современном ювелирном искусстве. Подвижные ритмические ряды из 248 бриллиантов вызывают иллюзию живой «внеземной» поверхности цветка вокруг уникального малханского турмалина. Поздравляем коллектив предприятия, авторов идеи и мастеров-исполнителей, продемонстрировавших инновационную технологическую разработку и высочайший уровень ювелирного творчества.



Кольцо
«Лотос»
«Империял»
(Кострома)



ПЕРВАЯ
БРИЛЛИАНТОВАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

55 ПАВИЛЬОН СТЕНД В-303

E-mail: pbkzoloto@yandex.ru
Тел.: +7 (910) 950-22-91



Коллекция драгоценностей

Галина Ковалева



Гарнитуры «Осколки айсберга» и «Авеню»
Серьги «Феникс»
«Ювелирные традиции»
(бренд «Богарта»)
(Кострома)

Все победители в этой номинации получили первые места и выбраны с учетом оригинальности идей и мастерства их воплощения, хотя каждый из авторских коллективов совершенно по-разному раскрыл свой творческий замысел.

Компания «Ювелирные традиции» (бренд «Богарта») предложила на конкурс три различные по эмоциональному состоянию работы. Лаконичный по дизайну гарнитур «Авеню» (браслет и серьги) соответствует созерцательному настроению во время спокойной прогулки по бульвару. Изящный браслет напоминает золотое кружево, украшенное вставками розового турмалина. Гарнитур «Осколки айсберга» (серьги, подвеска) — резкие линии, сложное переплетение золотых форм, пластика бриллиантовых ритмов вокруг крупного уникального танзанита — рассказывает о суровом характере холодной Арктики. Серьги «Феникс» с опалами, изумрудами, бриллиантами, оттененными эмалью, создают атмосферу праздника. Это мир сказки и радости от встречи с чудом!





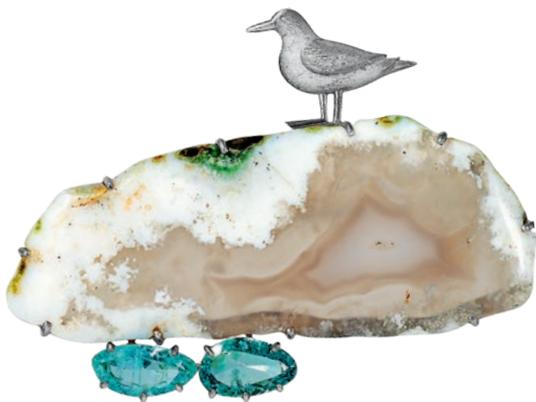
Коллекция драгоценностей

Галина Ковалева

Костромской ювелирный завод получил награду за броши из коллекции «Пленэр» и гарнитур «Киви». Пейзажные агаты часто не требуют никаких дополнений, кроме деликатной рамки. В работе над этими брошами автор взял зарядные пластины агата и создал блестящие поэтические образы зимней природы. Молчаливый агатовый простор дополнен разномасштабными яркими фигурами елей, зайца, птицы. В отличие от холодной красоты брошей, гарнитур «Киви» — это золотое тепло южного солнца и бриллиантовый блеск на сочных зеленых срезах нефрита.



Гарнитур «Киви»
Броши из коллекции «Пленэр»
Костромской ювелирный
завод (Кострома)





Коллекция драгоценностей

Галина Ковалева

Компания «Ауджа» представила гарнитуры Tierra dil Sol, Terracotta и Classica. Все они отражают состояние «огненной земли», когда все живое находится под постоянным воздействием палящего солнца. Богатство колористической палитры этой природы подчеркивают ювелирные камни — турмалины, морганиты, шпинели. Включение в композицию бриллиантов восстанавливает гармонию и сохраняет торжество драгоценной красоты.



Гарнитуры Tierra dil Sol, Terracotta, Classica «Ауджа» (Москва)



Золотой стиль

Татьяна Мунтян

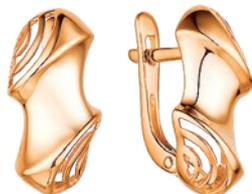
Компании, ставшие победителями в этой номинации, давно и успешно участвуют в конкурсах JUNWEX. Что касается Ювелирного завода «Грант», заслуженно занявшего первое место, название компании и наименование номинации являются, на наш взгляд, синонимами. Как никто другой, «Грант» умеет выявить красоту золота в его разных оттенках, создать гармоничные сочетания этого металла с бриллиантами. Изделия из коллекции «Водопад», действительно напоминающие струящиеся сверкающие потоки, отличаются изысканными линиями, выразительными силуэтами, фирменной «грантовской» чистотой исполнения и сдержанной роскошью, присущей драгоценностям Северной Пальмиры. Причем все элементы украшений собирались вручную; внутри кастов с бриллиантами скрыт замок — невидимый благодаря элегантной оправе, в которой сделаны отверстия для максимального выявления игры и блеска камней.



1 Коллекция «Водопад»
«Грант»
(Санкт-Петербург)



2 Комплект
«Динамика»
Согона
(Красное-на-Волге)



Второе место — компания Согона, представившая на суд жюри комплект «Динамика», состоящий из модных легких украшений, доступных широкому кругу покупателей. Выразительные упругие линии, актуальные формы этих золотых изделий в полной мере отвечают динамичным ритмам нашего времени.

Бриллиантовый стиль

Ольга Костюк

С глубокой древности алмаз был высоко ценим не только за редкость и природную твердость, но и благодаря своим особым качествам — дисперсности и отражательной способности. Камни, поначалу совсем необработанные, а затем едва шлифованные, являлись гордостью восточных правителей и монархов Европы. С тех пор как в 1454 г. Людвиг Беркем, придворный ювелир Бургундского герцогства, первым огранил алмаз, этот минерал на века стал символом власти и богатства. Бриллиантовая, наиболее совершенная огранка алмаза, позволила показать самые лучшие свойства минерала, и алмаз бриллиантовой огранки в русском языке получил самостоятельное название — бриллиант.

В России эти камни издавна имели высокий статус, использовались для создания царских регалий, личных украшений, ювелирных гарнитуров и коллекций. Диапазон современных произведений с бриллиантами чрезвычайно широк. Но работа с ними по-прежнему требует мастерства и тонкого вкуса, неслучайно все победители в этой номинации получили только первые места.



Гарнитур «Каменный цветок»
Кольцо «Цветок севера»
«Бриллианты Беломорья»
(Северодвинск)



Особый интерес жюри вызвали изделия, выполненные АО «ЦС «Звездочка» (ТМ «Бриллианты Беломорья»), — несколько замечательных работ, декорированных бриллиантами разных форм, размеров, огранок. Гарнитур «Каменный цветок», состоящий из кольца и серег, отличается тонкостью рисунка и изяществом линий. Кольцо «Цветок севера» сочетает тщательность подбора камней и ювелирное мастерство исполнения. Авторы смогли в обычных и часто используемых формах ювелирных изделий воплотить изыск и благородную роскошь.



Эксклюзивная коллекция
золотых украшений «Шанти»
Kabarovsky (Кострома)

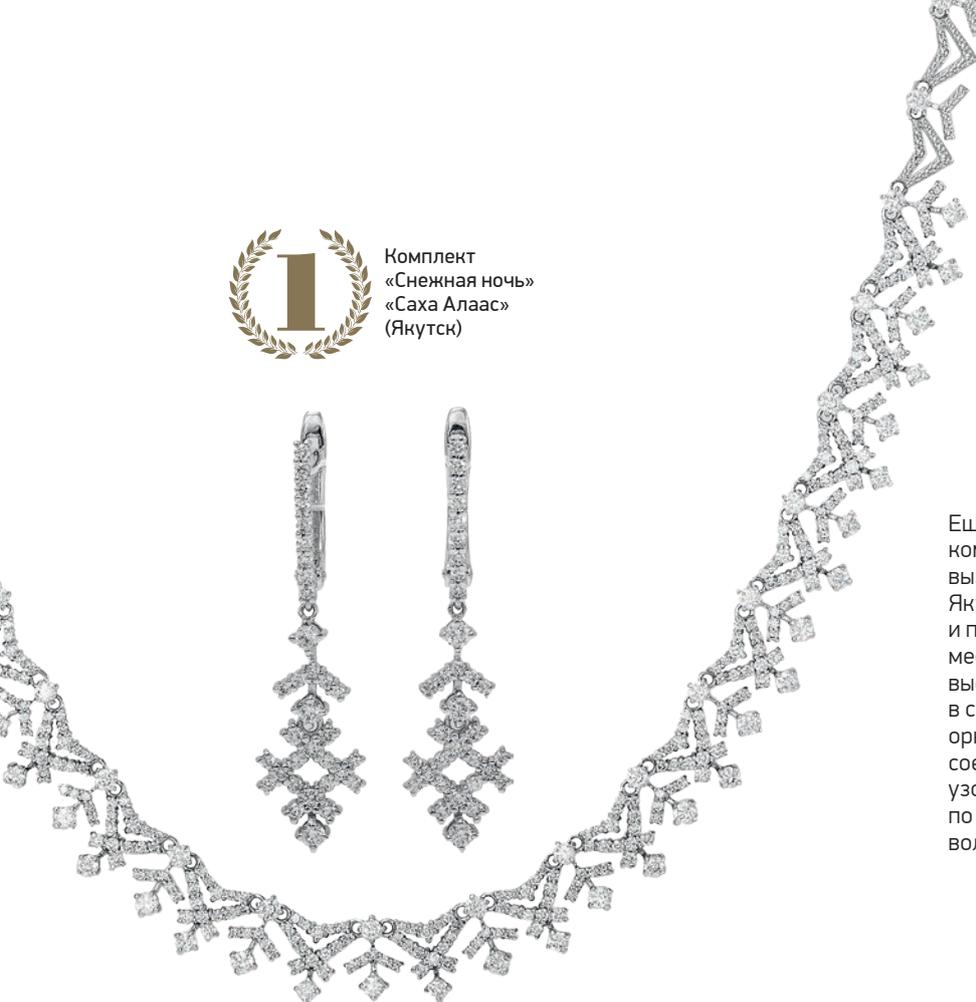


Эксклюзивная коллекция золотых украшений «Шанти», представленная мастерами ЮД Kabarovsky, также получила I место. Художники этого предприятия интересно и плодотворно работают в совершенно разных стилистических направлениях. Остается только удивляться изобретательности, творческому поиску и оригинальности их идей. Сейчас авторы коллекции подготовили четыре сета, состоящих из кольца и серег. Их золотая основа акцентирована бриллиантами и яркими шпинелями. Название коллекции, перекликающееся с идеей мира и покоя в индуистской философии, сочетается с гармоничностью форм и линий художественного решения.





Комплект
«Снежная ночь»
«Саха Алаас»
(Якутск)



Еще одно I место заслуженно получил комплект «Снежная ночь» (колье и серьги), выполненный компанией «Саха Алаас». Мастера Якутии традиционно с большим почтением и природным вкусом относятся к богатствам местной природы. Авторы создали современные высокохудожественные изделия, которые в своей основе обращены к национальной орнаментике. Этнические мотивы рисунка, соединенные с элегантностью построения узора из белого золота с искрами подобранных по размеру бриллиантов, вызывают в памяти волшебство зимней сказки.



ALFARI

КРАСОТА ПРИРОДЫ В БЕЗУПРЕЧНОЙ ФОРМЕ



ПРЕДЛАГАЕМ ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ ДРАГОЦЕННЫХ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ

РОССИЯ, 125430, МОСКВА, МИТИНСКАЯ УЛ. 16 БЦ YES

☎ +7(495) 641-11-66 📞 +7(985) 222-94-94 ✉ alfarigem@mail.ru

Драгоценный камень

Ольга Костюк

В этой номинации представлены ювелирные изделия, в которых минералы играют очень важную роль. Драгоценные камни как необычные творения природы всегда были в почете. Их хранили в сокровищницах, отдавая предпочтение наиболее редким образцам, коллекционировали, причем особое место в таких собраниях занимали драгоценные минералы, полированные или ограненные, заключенные в оправы художественной работы. Современные ювелиры с той же тщательностью относятся к выбору камней. Во многих произведениях именно минерал является источником вдохновения и творческим импульсом для мастеров.



Гарнитур
Mia Bella
«Эстет»
(Москва)

Уже почти стало традицией, что ЮД «Эстет» показывает на выставках интереснейшие изделия. И сейчас I место получил гарнитур Mia Bella — необычный сет, где каждый предмет несет свою идею. Серьги, напоминающие струящиеся потоки воды, выполнены из желтого золота и бриллиантов. А кольцо, подобно парчовой ткани, сплошь выложено бриллиантами и турмалинами на фоне белого золота. Глубокое понимание образов и умение работать с драгоценными камнями позволяют ювелирам создавать яркие творческие работы.



Гарнитур
Love Supreme
«Вега»
(Санкт-Петербург)

Следующий победитель в номинации — обладатель III места — гарнитур Love Supreme, представленный компанией «Вега». За основу комплекта, состоящего из кольца и серег, авторы взяли необычной формы аметисты, полированные и подграненные. Мерцание самоцветов перекликается с акцентами художественной серебряной оправы, также украшенной камнями и позволяющей наиболее выигрышно представить центральный минерал.



Колье «Сердце RoseGrace»
«Грейс»
(бренд RoseGrace)
(Кострома)

В художественном решении колье «Сердце RoseGrace», представленного компанией «Грейс» (бренд RoseGrace) и также заслужившего первое место, мы видим россыпь сапфиров в бриллиантовом декоре. Тонкостью работы отличается не только медальон, но и украшенная камнями цепочка. Причем в дальнейшем художники предполагают расширить колористический диапазон колье, используя в дизайне другие минералы.



Кольцо
«Цветок»
«Самородок»
(Екатеринбург)

Голубой топаз весом 23,58 г является основой замечательного кольца, выполненного мастерами компании «Самородок». Большой, яркий ограненный камень удлиненной формы вызывает множество ассоциаций. Но авторы увидели в нем «Цветок». Мастера камнерезного центра России всегда отличались почтением к минералам. Совершенство работы с драгоценным камнем и великолепие оправы из белого золота с бриллиантами в цветочном узоре позволили работе занять I место.



Сканер для считывания микрокодов

- Подключается к ПК напрямую через USB
- Считывает код с любого металла
- Сканирует от 500 изделий в час

Адаптирован для ГИИС ДМДК

- ☎ (812) 240-5060, 326-7892
- ✉ sale@scandart.ru
- 🌐 www.scandart.ru



Серебряный стиль

Татьяна Мунтян

В серебряном производстве Российской Федерации уже довольно давно существуют признанные лидеры: предприятия в Костроме, Красном-на-Волге, Волгореченске, на Северном Кавказе. Остается только сожалеть, что не все компании и мастера принимают участие во Всероссийском конкурсе ювелиров. Приятно отметить, что в сообщество лидеров отечественного серебряного дела врываются новые художники и мастера, зажигаются — стоит надеяться, надолго — новые звезды.



Закусочные сетки
«На взлет»
и «Полное погружение»
ПИ Jewelry
(Кострома)

Второй год подряд первое место в номинации занимает костромская компания «ПИ jewelry», во главе которой — молодая талантливая художница и ювелир Светлана Пичкалова. Она одновременно и одинаково интересно работает в разных видах и жанрах серебряного дела, создавая и подарочную утварь, и украшения — традиционные и при этом чрезвычайно актуальные и модные. Драгоценные закусовые сетки «На взлет» и «Полное погружение», состоящие из стопок в серебряных оправках и вилок, имеют практическое применение, являясь при этом художественными объектами, которые в старину называли *objets de fantaisie*. Действительно, автору не откажешь в фантазии: стеклянные стопки имеют серебряные оправы, у которых донья включают подвижные детали, обусловленные темой обоих сетов. Более того, подобные элементы присутствуют и в черенках вилок: это либо вращающаяся турбина самолета, подвижная часть кия — руль направления, либо стрелки в приборе подводной лодки. На ум приходят исторические аналогии из давно ушедших веков, такие как наполненные вином аугсбургские потешные кубки, двигавшиеся по столам.



Подставка под яйцо
«Садовница»
«Альтмастер»
(Кострома)

Компания «Альтмастер» — постоянный участник профессиональных состязаний, регулярно показывающий высокие результаты в номинации «Серебряный стиль». В этот раз компания оказалась на втором месте, представив на суд жюри очаровательную композицию «Садовница», являющуюся подставкой под яйцо. Утилитарный и одновременно художественный предмет являет собой образец малой, камерной пластики. Именно такие драгоценные изделия украшают повседневную жизнь и приносят в нее радостное, зазорное творчество.

Компания «Циркон С» создает комплекты ювелирных украшений, которые могут приобрести люди с разным уровнем достатка. Но это совершенно не исключает образности и репрезентативности выполненных петербургскими мастерами серебряных драгоценностей. Принесший авторам третье место комплект украшений «Скала» имеет серую, выразительную по фактуре суровую поверхность, по которой как будто стекает потоком красная, сверкающая гранатами «лава».



Комплект украшений
из серебра «Скала»
«Циркон С»
(Санкт-Петербург)



Модные тенденции

Наталья Коровина

Современная мода многолика и цветиста. Создатели ювелирных украшений должны уловить дух времени и ритм жизни, предложить свое видение модных тенденций. Трём победителям в этой номинации удалось передать ощущение новизны и актуальных веяний в разнообразных формах и материалах.



Коллекция
«Шахматы»
Peraskeva
(Ижевск)



Компания Peraskeva, неоднократный лауреат конкурсов Программы «Ювелирная Россия», представила большую коллекцию серебряных украшений «Шахматы», получившую первое место в номинации. Ферзь, ладья, конь, слон, пешки — всем фигурам с шахматной доски нашлось место в оригинальных композициях драгоценных сетов. Игра — всегда интрига, так как финал непредсказуем, и эти фигуры, вплетенные в затейливую структуру изделий, не сразу выделишь в пестроте фактур серебра с позолотой, черным и белым родированием, блеском фианитов... Особо занимательны в коллекции «Шахматы» удлиненные серьги. Они состоят из различной формы подвижных элементов, что вносит в украшения динамику и дополнительное ощущение изменчивости. Удлиненная конфигурация серег — утвердившийся модный тренд современных украшений, а коллекция в целом привлекательна новизной взгляда на дизайн и доступностью цены, так как выполнена из серебра.



Гарнитур «Лего»,
коллекция «Цветные сны»
Коллекция колье-заколок
Platika jewelry
(Кострома)

Костромское предприятие Platika jewelry проявило массу изобретательности и фантазии при создании новых коллекций к майской выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль». В гарнитуре «Лего», выполненном из золота, в простые геометрические формы привнесен активный момент импровизации, позволяющий разнообразить дизайн и цветовое решение украшений. Возможность подобных трансформаций в пределах одного гарнитура — злободневный тренд современной моды. В трех гарнитурах коллекции «Цветные сны» акцент сделан на использовании широкой гаммы цветных драгоценных камней в виртуозной закрепе «паве». Сапфиры и изумруды стройными рядами застилают золотую основу украшений. Гарнитуры включают полный набор предметов — кольца, серьги, подвесы, браслеты. Конструкции украшений построены с обилием съемных взаимозаменяемых элементов, что позволяет в пределах одного комплекта создавать определенное количество новых вариантов прекрасно сочетающихся друг с другом драгоценностей. Коллекция золотых колье-заколок с изящными легкими цепочками привносит в современную моду новый оригинальный аксессуар разнообразного применения — заколка для волос, лацкана пиджака и далее, как подскажет фантазия владельца этого лишенного банальности украшения. Работы фирмы Platika jewelry отмечены вторым местом в номинации.



Браслеты Vortex,
заколки «Диана»
Игорь Потапов
(Мытищи)

Ювелир Игорь Потапов из подмосковных Мытищ активно использует в своих изделиях титан — как металл, обладающий уникальными возможностями живописных цветовых сочетаний. Эти декоративные свойства титана реализовались в красивых пластически завершенных формах заколок «Диана». Имеющие древнюю историю в различных культурах, но не самые популярные в нашей повседневности гребни-заколки в интерпретации Потапова приобретают новое звучание и воспринимаются как модный эффектный вид украшений. Три браслета из серии Vortex (в переводе с английского — водоворот, вихрь), демонстрирующие сочетание различных материалов (титан, стекло, плетёный жгут), хорошо вписываются в современные тенденции моды. Сегодня браслеты, которые приобрели широкую популярность не только в молодежной среде, перестали быть украшениями преимущественно для женщин и перешли в разряд изделий унисекс. Новые варианты этих аксессуаров, занявшие в номинации «Модные тенденции» второе место, наверняка будут востребованы.





Сувенир
«Импортозамещение»
Platika jewelry
(Кострома)



Platika jewelry — молодой развивающийся бренд, специализирующийся на производстве украшений из золота и платины. Наряду с традиционным ассортиментом ювелирной продукции мастера компании изготавливают эксклюзивные произведения. Внимание жюри привлек сувенир «Импортозамещение», созданный как ответ ушедшим с российского рынка зарубежным брендам. Подарочный набор, получивший первое место в номинации, состоит из отвертки (выполнена в натуральную величину из серебра 925° со вставками шпинели) и кольца (из белого золота 585° с бесцветными бриллиантами) — аналога строительного хомута. Размер кольца с помощью этой отвертки регулируется в диапазоне от 16-го до 19-го. Сувенир станет прекрасным подарком, который подчеркнет статус владельца и его оригинальность в выборе украшений.

Жалейдоскоп: материалы, техника, идеи

Елизавета Тапакова-Боярская



Кольцо-трансформер
Molveno
Bellissima Tentazione
(Кострома)



Кольцу Molveno, созданному мастерами Bellissima Tentazione, присуждено второе место в номинации. Название этого ослепительного украшения из белого и желтого золота с турмалином в окружении бесцветных и коньячных бриллиантов навеяно центральным камнем, цвет которого сравним с синезеленой водой самого большого и глубокого альпийского озера Мольвено. Отличительная особенность ювелирного произведения — трансформация в два отдельных кольца, способных стать роскошными дополнениями разных модных образов.



Коллекция колец
«Твист»
Роман Скворцов
(Москва)



Одно из направлений, к которому сегодня приковано повышенное внимание ювелиров, — работа с титаном. Свои уникальные изделия из этого материала, раскрывающие его «ювелирный» потенциал, представил Роман Скворцов. Созданная им коллекция двухкомпонентных колец «Твист», ярких современных украшений, завоевала второе место в номинации. Титан — прочный и легкий металл, обладающий гипоаллергенными свойствами, а микарта — композитный материал из акриловой смолы с различными наполнителями (в том числе текстилем, который обуславливает бесконечное цветовое разнообразие поверхностей, или карбоновыми вкраплениями), износостойкий и вызывающий приятные тактильные ощущения.

Компания «Каповая шкатулка» трудится, сохраняя уникальные традиции и технологии вятского капового промысла. Первое письменное упоминание о нем относится к началу XVIII века. Именно в вятских лесных краях мастера по достоинству оценили возможности особых наростов на березах, научились находить их, придумали методы обработки ценного материала, создавая из него красивые и долговечные изделия. Древесина капа при распиловке раскрывает причудливую узорчатую текстуру, а после пропаривания и сушки приобретает янтарный или нежно-коричневый цвет. Из уникального материала уже в XIX столетии изготавливали чрезвычайно модные и востребованные тогда шкатулки с секретом — тайниками, расположенными в основании, крышке или стенках изделий. Лучшие образцы этого старинного промысла хранятся во многих крупных музеях России. Современные кировские мастера успешно продолжают традиции предков, создавая изделия с «деревянной автоматикой» и различными секретам. Одна из каповых шкатулок предприятия заняла третье место в номинации «Калейдоскоп: материалы, техника, идеи».



Шкатулка каповая
с одним секретом
«Каповая шкатулка»
(Киров)



Подвески
с турмалином
Gem Silver
(Москва)



Компания Gem Silver, также обладатель третьего места, представила яркие и неординарные подвески с турмалинами, завораживающие гармоничными композициями, где все детали подчинены внутренним закономерностям и энергии материалов. Неисчерпаемый источник вдохновения для ювелиров — объекты природы: очень часто принцип оправы для камня подсказывает сам камень. Задача мастера — выявить и подчеркнуть этот образ, и желательно минимальными средствами, чтобы не отвлек внимание зрителя от «творчества» самой Природы. В данном случае центром композиций стали исключительных характеристик и ягодных оттенков турмалины Малханского месторождения в Забайкалье.

Жемчуг и Янтарь

Анна Ратникова

Объединенные в природе одной водной стихией, а на конкурсе — в одной номинации, жемчуг и янтарь были представлены в призовых коллекциях с таким мастерством, которое максимально ярко подчеркнуло индивидуальные достоинства каждого из этих уникальных минералов.

Дизайнер ювелирного украшения с жемчугом решает непростую задачу: не только выявить и подчеркнуть его естественную красоту, порожденную нежными оттенками цвета, внутренним свечением, но и деликатно подать несколько однообразную идеальную форму шара, не перегрузив композицию излишними деталями, да еще и стремясь создать нечто новое.



Гарнитуры Metamorphose, Circle of life
Коллекция «Урбанистическая Мадонна»
ТМ Urban M (DeFleur)
(Нижний Новгород)



ЮД DeFleur, имеющий богатый опыт работы с жемчугом, недавно вывел на рынок новый бренд Urban M. Выпущенные под этой маркой гарнитуры Metamorphose и Circle of life, а также коллекция «Урбанистическая Мадонна» завоевали первое место в номинации. Объединяет эти изысканные украшения не только благородный сдержанный дизайн, но и удивительный по красоте культивированный пресноводный жемчуг Эдисона, впечатляющий своими размерами (наибольший диаметр 14,5 мм), тонкими редкими оттенками цвета, идеальной формой и интенсивным блеском. В гарнитуре с кинетическим эффектом Metamorphose (серьги, кольцо) привлекательна причудливая пластика ажурных полых оправ жемчужин. А в дизайне гарнитура Circle of life (серьги, кольцо, подвеска, брошь) использован недавно появившийся прием расположения жемчужины (или любого другого камня) не параллельно шинке кольца или оправе подвески и броши, а под углом, что вместе с тонкими полосками мелких бриллиантов добавляет декоративной выразительности и еще больше акцентирует внимание на центральной вставке. Гарнитуры из коллекции «Урбанистическая Мадонна» (серьги, кольца) будут идеально выглядеть и с деловым костюмом, и с вечерним платьем. Выполненные в стиле минимализма, они представляют нам потенциального владельца — деловую современную женщину с хорошим вкусом, успевающую быть модной и имеющей возможность самой приобретать такие украшения.



PRESTIGE

— JEWELRY —

УКРАШЕНИЯ С БРИЛЛИАНТАМИ
ИЗ ЮВЕЛИРНОЙ СТОЛИЦЫ РОССИИ



Коллекция
серег Congo
Sun Stone
(Янтарный)

Компания Sun Stone, обладатель второго места в номинации, уже много лет уверенно придерживается своих установок на создание актуальных оригинального дизайна ювелирных изделий, раскрывающих бесконечно многообразные декоративные возможности янтаря. Создавая эксклюзивные работы из уникальных образцов «солнечного камня», фирма энергично демонстрирует и широкий диапазон творческих идей в производстве доступных украшений для молодежи. На этот раз жюри отметило представленную на конкурс новую летнюю коллекцию Congo — 47 пар серебряных позолоченных серег-трансформеров. Миниатюрные двусторонние сменные подвески со вставками янтаря (каждая выпилена вручную) вовлекают нас в стихию летнего отдыха у моря: пальмы, крабы, эскимо, бутылки и бокалы с вином, звезды, бабочки и т.д. Остроумные, озорные украшения можно коллекционировать и играть с ними, комбинируя их в более чем ста пятидесяти вариантах шутивого «ювелирного текста».

- ✉ pj_gold
- 💻 pj-gold.ru
- ☎ +7 (4942) 641-969
- 📞 +7 (915) 921-27-01
- 📧 pj-gold@yandex.ru

«JUNWEX Москва» 27–29 сентября 2023

Павильон 55, стенд В-313

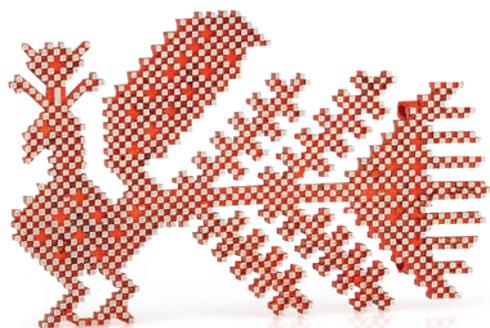
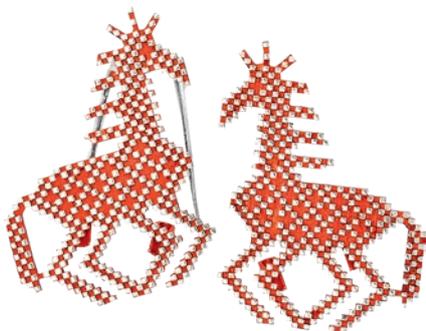
Этностиль

Анна Ратникова

В последние годы заметно вырос интерес к многообразию традиционной культуры народов России, к сохранению и развитию народных промыслов. И профессиональные художники в своем творчестве на новом современном уровне обращаются к этническим мотивам, народным орнаментам, культовым символам. Доказательством тому служат отобранные жюри в этой номинации работы трех авторских коллективов.



Сет «Вышивка»
ПИ Jewelry
(Кострома)



Творческий проект «ПИ jewelry» Светланы Пичкаловой уже не первый раз представляет на выставке стильные актуального дизайна коллекции, вдохновленные артефактами из прошлого: это и старинные часы, и игрушки-погремушки, и традиционные русские кружево и вышивка. Богатые фактуры текстильных изделий, их яркий декор, способность к драпировке с давних времен порождали желание у мастеров-ювелиров передать эти свойства в металле. Авторская интерпретация «текстильной» темы в коллекциях «Кружево» (победитель в одной из номинаций февральского конкурса «Признание Санкт-Петербурга 2023») и «Вышивка» (первое место в номинации «Этностиль» на нынешнем конкурсе) демонстрирует значительный творческий потенциал талантливой художницы. Сет «Вышивка» (брошь-подвес «Пяльцы», броши «Жар-птица» и «Конники», кольцо, серьги) выполнен из серебра с нанокерамическим гальваническим покрытием. Декор украшений представляет собой стилизованный художественный образ русской вышивки. Он вполне узнаваем, несмотря на обобщенный характер и отсутствие какой-либо конкретной локальной привязки. При создании коллекции продуман и игровой момент: все украшения можно носить и одновременно, и в разных их сочетаниях. А самое важное — автор сумела передать в металле позитивный строй и обаяние русской ручной вышивки.



Авторская коллекция мусульманских украшений «Сунна» Kabarovsky (Нюстрема)



Компания «Саха Алаас», завоевав второе место в номинации «Этностиль», продемонстрировала, что даже через небольшие сувенирные изделия можно рассказать очень много о богатстве своего края и глубоких традициях своего народа. Коллекция «Айылба Оҕото» («Дитя природы») — три расчески на подставках и три брелока-амулета — выполнена из уникального материала, являющегося достоянием земли Саха, — бивня мамонта. В небольших предметах представлено одно из древнейших якутских ремесел — резьба по кости, в которой находили отражение духовные, сакральные и эстетические представления народа. Бивень мамонта — благородный материал теплых оттенков от бело-молочного до золотисто-коричневого — диктовал создание своего выразительного стиля, особенно в изображении животных. Подарочные расчески выполнены в двустороннем высоком рельефе, нацеленном на осязание и любование искусно вырезанными фигурками оленей и лошадей местной породы. В прошлом расчески из бивня мамонта считались сильным оберегом, в частности, для девушек, ухаживающих за своими волосами. В подвесках-амулетах использован также коготь медведя, по древним представлениям имеющий сакральное значение, способный отгонять злых духов и давать силу и ребенку, и зрелому мужчине. Подобные предметы являются знаками этнической идентичности народа Саха и свидетельствуют о жизнеспособности самобытного искусства — резьбы по бивню мамонта.

Хорошо известно, что некоторые украшения выполняют особую функцию — обозначение принадлежности владельца украшения к определенной социальной, этнической или конфессиональной группе. Такова и авторская коллекция мусульманских украшений «Сунна» ЮД Kabarovsky, также получившая почетное второе место в номинации «Этностиль». Новая яркая серия изделий хорошо вписывается в исторический контекст кустарных ювелирных промыслов России XIX — начала XX веков, когда русские мастера массово изготавливали «восточные» украшения для мусульманского населения народов Поволжья и Средней Азии. Сунна — мусульманское священное предание, регламентирующее поведение каждого верующего мусульманина. Кольца, подвески, четки из коллекции с таким названием могут носить и мужчины, и женщины. Изделия выполнены из серебра с витражной эмалью, дополнены вставками фианитов, лабрадорита, тигрового глаза. Большое значение в декоре исламских украшений играет цвет эмалей и камней: предпочтение имеют синий, связанный с небом, желтый и зеленый — олицетворяющие солнце и плодородие. В орнаментальном оформлении изделий авторы использовали изображения мечетей, а также традиционные образы мусульманской религии — соединенные пятиконечная звезда с полумесяцем и так называемый «руб аль-хизб», символ ислама, представляющий два наложенных один на другой квадрата, образующих восьмиконечную звезду. Такой знак используется в Коране, его можно увидеть на государственных флагах и эмблемах. В коллекции «Сунна» компания продемонстрировала не только высокое мастерство, но и через глубокое погружение в тему — свое уважительное отношение к мусульманскому миру.



Коллекция из бивня мамонта «Айылба Оҕото» («Дитя природы») «Саха Алаас» (Якутск)



Культурные произведения

Галина Смородинова

Создание предметов личного благочестия — глубокий творческий процесс, который включает не только знание религиозных основ, канонов, истории, эволюции форм. Такие произведения должны быть адекватны историческому периоду, иметь богословский смысл, нести веру в то, что человек должен постоянно «жить в Боге и с Богом».

Фирма DINASTIA представила крест-энколпион «Архангел Михаил» (энколпион — небольшой ковчег крестообразной, прямоугольной или округлой формы с изображениями Спасителя или святых, внутри которого помещались частицы освященной просфоры или мощей святых, охраняющих от различных напастей, особенно в дальних путешествиях или походах). Крест состоит из двух частей, соединенных шарниром в верхней части и замком в нижней. На кресте изображены Распятие, святые Николай Чудотворец, Пантелеимон, Сергей Радонежский, Спиридон Тримифунтский, благоверный князь Александр Невский — молитвенный собор святых, которые хранили Русь на протяжении веков. Тексты молитв «Да воскреснет Бог...», «Отче наш», цитаты из 50-го псалма царя Давида усиливают духовный смысл произведения. Искусно исполненные рельефные изображения Распятия, святых, слова молитв, декоративные орнаменты оттенены патинированным, бархатным фоном. Эта работа костромской компании стала победителем в номинации.



Крест
«Архангел Михаил»
DINASTIA
(Кострома)



Серия колец
«Не придет к тебе зло»
«Иордань»
(Красное-на-Волге)



Фирма «Иордань» всегда радует новыми оригинальными формами культурных ювелирных изделий. Серия колец «Не придет к тебе зло» — необычных, стильных по дизайну, завоевала второе место. Кольцо на два пальца — изящное, легкое по форме, украшает хризма — монограмма имени Христа, христианский символ, историей своей восходящий к апостольским временам. Хризма состоит из двух греческих букв — X и P, скрещенных между собой, а помещенные по краям греческие буквы alpha и omega восходят к тексту: «Аз есмь Альфа и Омега, начало и конец, говорит Господь, Который есть и был и грядет, Вседержитель». На другом необычной формы кольце в центре полоса, стилизованная под свиток, со словами молитвы 90-го псалма царя Давида «Живой в помощи», выражающего уверенность молящегося в Божественном Покрове, напоминание о необходимости молитвы.

ЯРКИЕ МОМЕНТЫ
С УКРАШЕНИЯМИ

ЛЕТО

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

156009, г. Кострома,
ул. Юбилейная, 24, оф.2

opt@leto-j.ru

leto-j.ru

Leto_jewellery

leto.jewelry





Изделия серийного производства

Галина Смородинова

Изделия серийного производства являются важным и самым востребованным покупателями сегментом ювелирного производства. Они наиболее трудные для создателей, потому что требуют большой творческой активности, особого чувства общественного менталитета и «дыхания» времени, понимания моды. Такие украшения должны быть не только хорошего качества исполнения, но и разнообразны по идеям, формам, цветовым соотношениям, техникам...



Коллекции «Русский лес»,
«Грибы», «Земляника»
Ku&Ku
(Кострома)



Фирма Ku&Ku, неоднократный призер конкурсов Программы «Ювелирная Россия», в этот раз представила несколько коллекций и оказалась победительницей в номинации. Серия брошей «Русский лес» погружает нас в таинственный мир царства зверей и птиц. Серебряные, позолоченные или патинированные, профессиональной моделировки, с искусно исполненными фактурами, эти изделия прекрасно передают милые, очаровательные, знакомые с детства образы вороны, совы, белки, лисы... Веселая, художественно выразительная коллекция брошей «Грибы», выполненная в серебре, частично с позолотой и эмалью, воспроизводит характерные особенности лисички, мухомора, сморчка и других видов грибов. Нарядные изделия сета «Земляника» (брошь, серьги, подвес) украшены эмалью, в том числе витражной, и фианитами. Особенно удачна брошь с подвижными ягодами земляники.





Броши «Санкт-Петербург. День» и «Санкт-Петербург. Ночь»
Серьги-подвески «Геометрия»,
В&W, «Лента Мёбиуса»
Fillart (Санкт-Петербург)

В поисках новых идей ювелиры часто обращаются к изобразительному искусству, творчеству известных художников. Интересную коллекцию «Санкт-Петербург» (брошь, серьги, подвесы модных несимметричных форм) продемонстрировала фирма Fillart. Художник выбрал оригинальные варианты показа главных достопримечательностей любимого города под названиями, в зависимости от палитры эмалей, «День» и «Ночь». Изделия украшены графическими изображениями храмов Спаса на Крови и святой Екатерины, памятников Екатерине Великой и М. И. Кутузову, других достопримечательностей, дополненными цветной горячей эмалью, в том числе прозрачной, по узорным фонам, в стиле одного из родоначальников русского авангарда — «солнечного» художника А. В. Лентулова. Интересны по декоративно-художественным, орнаментальным и цветовым решениям серьги В&W, «Геометрия» и «Лента Мёбиуса». Благодаря всем перечисленным работам компания заняла второе место в номинации.



Коллекция «Флора»
«ФИТ»
(Санкт-Петербург)

Фирма «ФИТ», обладатель третьего места, показала коллекцию «Флора» — браслеты, кольца, серьги из серебра с раухтопазами, гранатами, жемчугом. Это крупные, эффектные по формам украшения, состоящие из пластично изогнутых стилизованных листьев и цветов, поверхность которых выглядит как будто рукотворной — кованой мерцающей или волокнистой.



Асимметричный ответ на трудности

Интервью с руководителем компании «ФИТ» Кириллом Масловым

Какой ассортимент, по Вашим наблюдениям, сегодня востребован на ювелирном рынке?

Все мы — и производители ювелирных изделий, и торговля — работаем на розничного покупателя. А современный потребитель хочет в первую очередь себя порадовать, он ждет от покупки украшений эмоций. Ювелирные изделия — не продукт первой необходимости, их покупают не каждый день. Никто не согласится ходить в одинаковых украшениях. Они должны быть разными, интересными, чтобы клиенту хотелось их приобрести. В сегменте серебряного ассортимента подавляющее большинство покупок — спонтанные, импульсные. При доступной цене такой продукции человек не смотрит на цену за грамм — условно сто рублей или сто пятьдесят — и покупает украшение, ведь оно вызвало позитивные эмоции. А что-то неинтересное «за три копейки» ему и даром не надо. Увидел, зацепился взглядом, понравилось, купил — и получил «кусочек праздника»!

Поэтому необходимо создавать украшения, которые вызывают именно такие чувства, нужно чем-то отличаться от других ювелирных компаний. В нашем



Кирилл Маслов, руководитель компании «ФИТ»

ассортименте есть самые разные модели, в различных стилях и техниках. Некоторые подчас рождают у покупательской аудитории весьма противоречивые эмоции — от полного неприятия до дикого восторга, но главное — не оставляют равнодушными!

Как Вы оцениваете актуальную ситуацию на рынке?

Уверен, что после нынешних непростых испытаний выживут только те ювелирные предприятия, которые предугадают, что понравится покупателям завтра. Они и сами этого не знают, за них надо придумать и предложить им именно то, что они захотят купить. Те изменения, которые произошли на рынке, конечно, несправедливые. Не по-человечески заставлять второй раз

платить за уже оплаченный склад своей продукции. Но, к сожалению, это уже данность, новые правила игры. Изменения были жесткими, очень больно ударили по малым и средним компаниям.

Однако для меня самая большая проблема сегодняшнего дня — мы не успеваем произвести все, что клиенты заказывают. Это касается как оптовых продаж, так и розничных.



В последнее время закрылось много компаний, произошло перераспределение рынка, сильно развился сегмент интернет-торговли. Огромный интерес потребителей к онлайн-покупкам мы видим и на примере интернет-магазина www.jewelry-fitshop.ru, наших страниц @silver-fit и t.me/fitsilver.

Люди продолжают покупать украшения. Но ведь кто-то должен их делать. Ко мне стали часто обращаться коллеги по отрасли — «будьте нашими руками», поскольку массовую продукцию в больших объемах не каждое предприятие готово выпускать. Мы технологически вооружены очень хорошо, но я вижу, что нам надо увеличить объем выпуска еще примерно на 30%, чтобы отвечать нынешним запросам клиентов. Это оплаченный спрос. Поэтому я нахожусь в поиске дополнительных сотрудников, понимая, что у них будет стопроцентная загрузка. За годы работы наша компания создала мощный задел по разным направлениям, и сейчас мы, что называется, «подтягиваем тылы», продолжаем расширять чрезвычайно востребованные линейки.

В процессе повышения технологических мощностей как Вам удается решать вопрос с оборудованием? Импортозамещение?

Чтобы освоить новую линейку продукции, начать выпуск определенного продукта, есть два пути. Первый — закупить один станок, другой, дополнительное оборудование к ним, специальные расходные материалы. Так обычно делают за границей. В России чаще идут по второму пути: ищут асимметричный ответ. На меня в юности произвело впечатление



Ювелирная компания ФИТ

СМОТРИТЕ НАС НА



БУДЬТЕ С НАМИ



ОПТОВЫЙ ОТДЕЛ:
+7 (812) 333-41-47
РОЗНИЧНЫЙ ОТДЕЛ:
+7 (911) 926-64-10

одно событие мирового масштаба. Помните, когда США выдвинул «Стратегическую оборонную инициативу» (СОИ), потратив миллиарды долларов, СССР в ответ выработал стратегию контрмер, создав за один процент этой стоимости технологию, способную вывести проект из строя? Вот и у нас задача: проявить смекалку, открыть новую производственную линию за значительно меньшие деньги. Конечно, это путь проб и ошибок, но я готов рискнуть: в худшем случае потерю не слишком большую сумму, в лучшем — сэкономлю. Кроме того, наработанные сотрудниками при этом навыки могут пригодиться в развитии и других направлений производства.



Надо меняться



В этом году ювелирная компания Primossa отметила двадцать лет на российском рынке. Тогда я и мой компаньон Павел Моравец решили открыть российский филиал чешского бренда. Привезли станки, внедрили европейские стандарты и технологии, запустили производство. Прошло два десятилетия, а это большой срок на ювелирном рынке. На наших глазах многие предприятия, ярко и с размахом начавшие свою деятельность, сошли с дистанции. Думая о некоторых из них, вспоминаю поговорку: «Широко шагаешь — штаны порвешь». Я предпочитаю заниматься бизнесом с удовольствием, соблюдая умеренность во всем: делать красивые вещи, встречаться с приятными людьми, участвовать в выставках.

О «ДВОРЦЕ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ»

Мне нравится видеть счастливые глаза новобрачных. Чтобы они чаще светились радостью, мы создали розничную сеть под

брендом «Дворец обручальных колец». Это не просто название — наши ювелирные салоны роскошны, и мы превращаем в праздник процесс выбора и покупки украшений. В чем наш успех? Мы ведем планирование как минимум на десять лет вперед и не гонимся за сверхприбылью. Открываем не более одного магазина в год на собственных площадях и основательно вкладываемся в ремонт. Хотя я понимаю, что в нашей стране это почти безумие. У большинства моих конкурентов другая политика: делать деньги, пока есть свободная ниша и возможность в ней заработать. Деньги, конечно, важны, это топливо бизнеса, но жизнь и твое личное время, отношения с людьми, мне кажется, важнее. Поэтому я предпочитаю жить в удовольствие, не рисковать зря и не нервничать. Тем более что мы имеем дело с золотом. Драгоценный металл не падает в цене, что сглаживает крутые виражи российской экономики. «Дворцы обручальных колец» мы открываем в городах-миллионниках, что обеспечивает нам постоянный и прогнозируемый спрос. В этом году мы открыли второй магазин в Москве на новой площадке «Останкино Бизнес Парк» возле метро «Бутырская». Строители еще не успели снять ограждение, а первые посетители буквально лезли через забор за нашими обручальными кольцами. У этих будущих молодоженов совсем скоро намечалась свадьба, а во всей Москве не было колец их мечты. Мы «отбили» покупателей у охранников и налили им по бокалу шампанского за храбрость! Было весело. Кстати, стоимость колец клиентов совсем не интересовала, они были готовы купить за любую цену, самое важное для них было найти то, что они хотят, и в своих размерах.

О ПРИНЦИПАХ РАБОТЫ

Как реагируют наши партнеры на вход в их регион официального представительства завода? Если мы где-то открываем «Дворец обручальных колец», местные ритейлеры остаются только в выигрыше, потому что мы

увеличиваем бюджет на региональную рекламу в разы, а на нашем сайте фигурируют и их магазины. Если партнеру поступает запрос на обручальное кольцо из нашего ассортимента, а у него такого изделия нет, мы делаем перемещение из своего салона буквально за два дня. Ведь нам неважно, продается кольцо с нашей витрины или с витрины партнера, в любом случае завод получит прибыль. У нас индивидуальный подход к работе с клиентами, и это не общая фраза. Мы действительно готовы удовлетворить любые их капризы и пожелания. Если кто-то к нам обратился, он уже от нас не уходит. Мы сможем сделать все, что ему нужно. Благодаря производственно-технологической оснащенности нашего предприятия обновление ассортимента идет non-stop, мы молниеносно реагируем на модные тенденции. Обычный магазин не в состоянии предоставить такой ассортимент товара в свадебном сегменте. Цена за грамм у нас не отличается от среднерыночной, но все наши кольца полновесные. Можно было бы пойти по проторенному пути — предлагать легкие, полые, дутые кольца, но это означало бы снизить качество. Для нас это неприемлемо, ведь обручальные кольца должны служить долго. Кольца из «Дворца» не погнутся, не сотрутся — их будет не стыдно носить спустя годы, они сохраняют достойный вид. Как я уже говорил, цена изделий не останавливает нашего покупателя, он понимает, что таких колец, как у нас, просто нигде больше нет. Мы работаем в довольно узкой ассортиментной нише, и она не слишком денежная, поэтому не интересна крупным предприятиям. У нас же все звенья — производство, розничная сеть, интернет-магазин — связаны в единую цепь. Это сложный подвижный механизм, требующий ежедневной настройки и регулировки: одно без другого не работает.

ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ НА РЫНКЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИИ

Когда ввели для всех игроков рынка НДС, большинству пришлось поднять цены на продукцию, и в этом для нас оказался большой плюс: добавочная стоимость в производстве обручальных колец невысокая, на конечную цену изделий влияет в основном стоимость металла, поэтому не каждое предприятие

может себе позволить их выпуск. Благодаря непопулярной у ювелиров мере правительства у нас практически не осталось конкурентов! Мы — единственные на рынке, у кого такой широкий ассортимент обручальных колец бескомпромиссного качества и с полным размерным рядом. До СВО мы экспортировали наши изделия в Европу, но после того, как были введены санкции в отношении России, я прекратил поставки. Честно скажу: не хочу, чтобы европейские партнеры зарабатывали на нас. Теперь они вынуждены покупать у немцев в два раза дороже. Я полностью поддерживаю государство: ГИИС, НДС, цифровые деньги... Во-первых, освоить нововведения — прекрасное упражнение для мозга предпринимателя. Во-вторых, нововведения убирают конкурентов, только самые умные и смелые остаются на рынке. Ну а в-третьих, я чувствую, как мы семимильными шагами возвращаемся в Советский Союз, где прошла моя молодость, где мне было хорошо и беззаботно. Без заграничных долларов, устриц, а только с бананами в валенках на Новый год.



«Primossa — лидер по производству помолвочных и обручальных колец в России, современное ювелирное производство с чешскими корнями, имеющее монобрендовую сеть салонов «Дворец обручальных колец».

О БУДУЩЕМ

Что касается будущего, мой прогноз по отрасли обрадует немногих. Все ждут помощи правительства, изменения законов. Никакой помощи не будет, в особенности малым предприятиям. Кто вообще решил, что огромный ассортимент ювелирных изделий, большое количество мастерских и авторских салонов — это хорошо? В Советском Союзе такого не было, и никто особо не страдал, при этом государство имело исчерпывающее представление о рынке ДМДК. Золото — это роскошь. Посмотрите на курс рубля — и вы согласитесь со мной. В советскую эпоху о ювелирных украшениях не думали и были счастливы: поднимали целину, осваивали Сибирь, сплавлялись на плотках, жили в палатках, сочиняли песни... Деньгам не придавали такого большого значения, как сейчас. И я верю, что такая ситуация скоро вернется. Капитализм в своем классическом виде доживает последние годы, а может, и месяцы. На рынке уже появился цифровой рубль. С ним путь каждой копейки будет абсолютно прозрачным. Думаю, скоро цифровой рубль станет единственным инструментом расчетов. Это не деньги в прежнем смысле слова, не эквивалент труда. Скорей, это регулятор поведения, способ поощрения и наказания. На мой взгляд, производство ювелирных изделий и дальше будет сокращаться, многим они будут недоступны. Та драгоценная продукция, которая останется на рынке, будет очень дорого стоить. Многие отраслевые предприятия перейдут на выпуск более дешевого ассортимента, в частности, бижутерии. Что касается небольших магазинов, то им придется нелегко: покупательские потребности в массовых золотых изделиях «закроют» федеральные сети. Почему не нужен будет большой ассортимент? Подобный вектор развития — тренд на примитивизм — мы наблюдаем во многих сферах: образовании, кинематографе и т. д. Идет упрощение и в быту: люди не хотят «заморачиваться» ни в личных отношениях, ни в планах на будущее, ни в желаниях — никакой «достоевщины» и «горя от ума».

Поддержка государства сейчас очевидна только в IT-сфере, вот там идет бурное развитие. И с точки зрения цифровизации общества мы впереди планеты всей. Ведь государство дает «зеленый свет» (ту же отсрочку от службы

в армии) IT-специалистам. Не физикам, не геологам, не математикам, а этим самым, которые игры разрабатывают. Значит, скоро мы будем в эти игры играть. Мы не можем знать всех причин, по которым принимаются решения на правительственном уровне, это сложный процесс, результаты которого порой болезненны для многих из нас. Я пытался анализировать происходящее, но более-менее стройной картины не получается. Отметая предположение, что нами руководят неучи, я пришел к выводу, что мне просто не хватает данных для анализа. Но я доверяю правительству и уверен, что все делается к лучшему. Развитие страны идет по спирали, это наш путь, с которого не свернешь. Надеюсь, вскоре начнется период возрождения. Сейчас ювелиры надеются на чудо, на какое-то волшебное слово, которое им скажут. Они верят, что кто-то им что-то посоветует, за них что-то сделает, их защитит, и все вернется «на круги своя». Нет, ничего не вернется, ничего не отменят и никто не поможет. Каждый должен сам продумать свой путь спасения и предпринять конкретные действия, оценив собственные ресурсы с учетом индивидуальных условий и возможностей, решив для себя, на что он готов пойти, а что ему «не по зубам». Общего рецепта нет. Многим очень тяжело перестроиться, сделать первый шаг в новую реальность. Тем, кто в этом бизнесе десятки лет, кажется, что они все знают и умеют. Новое они часто отвергают, воспринимают негативно. Я уверен: важно прислушиваться к критике, к мнению сотрудников своей компании, особенно молодых. Похвалить себя мы и сами можем, и сделаем это лучше других. Я всегда окружаю себя руководителями подразделений, которые готовы высказывать собственное мнение, спорить со мной. Сразу чувствуешь бодрость, ритм жизни. Надо уметь посмотреть на себя критично со стороны, быть мобильным и бороться с косностью мышления. Мой совет — не ждите, дерзайте, чем быстрее вы примете решение, тем больше шансов на успех. Если ничего не менять, а плыть по течению, ничего хорошего вас не ждет. Мой первый принцип как управленца: не надо думать, что ты самый умный, надо быть гибким и не бояться меняться. Как в природе: кто быстрее эволюционирует, тот выживает. А динозавры все вымерли!

Сергей Жердев, Primossa

«Каждый должен сам продумать свой путь спасения и предпринять конкретные действия, оценив собственные ресурсы с учетом индивидуальных условий и возможностей.»



20 ЛЕТ НА
РОССИЙСКОМ
РЫНКЕ



PRIMOSSA.RU

ПАВИЛЬОН - 57, СТЕНД А - 200

Семейный бизнес в приоритете

Интервью с вице-президентом Торгово-промышленной палаты России
Еленой Дыбовой



Торгово-
промышленная
палата
Российской
Федерации

Какие задачи ставит перед собой ТПП, развивая направление семейного бизнеса?

Специальный проект «Семейные компании России» — один из ключевых проектов Палаты, так как семейный бизнес способствует финансовой устойчивости общества и консолидирует поколения. Семейные компании сейчас в той или иной степени представлены во всех отраслях экономики, и наша задача — не только увеличить их количество, но и способствовать их качественному развитию. Именно поэтому спецпроект объединил в себе представителей каждой из этих отраслей. Участие в проекте дает компаниям не только возможность обмениваться опытом, находить решение общих проблем и работать над совместными проектами, но и формулировать на площадке Палаты свои запросы к государству, показывать ему «болевы точки» и предлагать возможные пути решения. За время осуществления проекта его участники стали известными семейными предпринимателями в своих регионах, и многие другие компании начинают следовать их примеру, вовлекая в бизнес членов семьи. Так и создается новая история семейного предпринимательства России!



Предполагает ли разрабатываемый сейчас законопроект о семейном предпринимательстве какие-то налоговые или иные экономические преференции (льготы, субсидирование и т. д.) для семейных компаний?

Главная цель законопроекта о семейном предпринимательстве — привлечь внимание власти к этой категории бизнеса и показать, что она требует отдельного регулирования и адресных мер поддержки. Есть целый ряд проблемных вопросов, с которыми со временем сталкивается большинство семейных компаний: например, вопросы передачи бизнеса по наследству, расширения предприятий путем создания членами семьи новых бизнесов, что порой неверно расценивается налоговыми органами как дробление и аффилированность, и так далее. Чтобы убрать перед отечественными семейными компаниями преграды и дать им возможность расти, развиваться с уверенностью в завтрашнем дне, нужно прописать их статус в федеральном законодательстве.

Какие ключевые факторы проекта «Семейное предпринимательство», на Ваш взгляд, будут наиболее востребованы в ювелирной отрасли? Попросту говоря, чем этот проект может быть полезен ювелирам?

Представители ювелирной отрасли, участвуя в спецпроекте «Семейные компании России», открывают для себя новые возможности в развитии бизнеса посредством обмена опытом с другими семейными предпринимателями, например, по управлению компанией, поиску новых ниш, выстраиванию логистических цепочек и прочего. Помимо этого, участвуя в выездных мероприятиях в рамках спецпроекта, а также в крупных форумах в разных регионах страны, они находят новых деловых партнеров, новые рынки для продажи своих изделий, имеют уникальную возможность обсудить с представителями законодательной и исполнительной власти страны вопросы, которые у них возникают при ведении бизнеса, и совместно проработать меры, которые могут помочь всем предприятиям ювелирной отрасли.



Любовь Заболоцкая, коммерческий директор компании «Узор Утум»:

Мы присоединились к спецпроекту ТПП РФ «Семейные компании России» в 2019 году, и это дало нам новые знакомства с такими же предприятиями, вместе с которыми мы приняли участие в Семейных советах, организованных в рамках реализации проекта. На них проходят мозговые штурмы и обучения, которые дают «пищу для размышлений» и дальнейшего развития бизнеса, и такие выезды очень ценны для нас. Кроме того, благодаря проекту наша компания смогла принять участие в организованном Палатой всероссийском форуме «Успешная семья — успешная Россия» и задать интересные нас вопросы Председателю Правительства РФ Михаилу Мишустину. Уверена, что представители семейного бизнеса найдут для себя в этом проекте ТПП новые полезные знакомства с коллегами из разных регионов страны и интересные направления работы с целью развития бизнеса.

Непрозрачная статистика

С каждым годом становится все сложнее получать статистические данные, которые так необходимы для принятия правильных управленческих решений. Поэтому статистическую картину приходится составлять из весьма разрозненных данных.

«Продажи остались практически на уровне прошлого года, несмотря на то, что средний чек с начала года вырос на 15%»

В целом, судя по полученной нами информации, в отраслевом производстве наблюдается более заметный рост, чем в ювелирной торговле. Пробырная палата РФ подтвердила, что рынок динамично развивается, и демонстрируемые им объемы являются максимальными за пандемийный и постпандемийный периоды. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года объем золотых изделий отечественного производства вырос почти на 29%, достигнув цифры 14,4 млн шт. против 11,2 млн шт., а иностранного — на 60%, составив более 112 тыс. шт. Многократно (на 268%) выросло количество ввозимых изделий из серебра, достигнув показателя порядка 7 млн шт. При этом на 29% (до 431 тыс. шт.) снизилось количество поступивших в инспекции пробирного надзора на опробование и клеймение серебряных изделий отечественного производства. Незначительный рост (6% — до 8,1 тыс. шт.) демонстрирует рынок российских изделий из платины; из палладия — на 64% до 59 шт. В первом полугодии на опробование и клеймение не было сдано ни одного иностранного изделия из палладия и только 228 изделий из платины зарубежного производства.

Согласно информации Росстата, в январе–июне 2023 г. стоимость произведенных изделий из золота и серебра выросла на 38,3% и составила 82,77 млрд руб. (годом ранее — 59,87 млрд руб.). В натуральном выражении производство ювелирных изделий из золота увеличилось на 30,7% — с 8 млн 620 тыс. до 11 млн 266 тыс. шт. При этом на 4,6% выросло производство изделий из серебра — с 24 млн 532 тыс. до 25 млн 648 тыс. шт.

В январе–марте объем выпуска золотых изделий увеличился на 20%, затем темпы роста

замедлились: в апреле — на 17,6%, в мае — на 17,4%. Лучшие производственные показатели продемонстрировал Центральный ФО с объемом в 49,4 млн шт. При таком росте производства общий объем продаж за I кв. составил 92 млрд 77 млн руб., что на 5,2% меньше, чем в январе–марте 2023 г. Начиная с мая продажи в магазинах стали более активными, что показывает определенную динамику восстановления рынка. В целом по первому полугодю объем розничной торговли ювелирными изделиями составил 177,56 млрд руб., что на 12,3% выше, чем в январе–июне 2022 г.

По сведениям, полученным от аналитического центра SOKOLOV, финансовый объем продаж ювелирных изделий в I полугодии 141,6 млрд руб., а рост составляет лишь 1,2%.

Возвращаясь к информации Росстата, указывающей на довольно значительный рост объемов производства, следует отметить, что продажи остались практически на уровне прошлого года, несмотря на то, что средний чек с начала года вырос на 15% и составил 7100 руб. плюс биржевой рост цен на металлы. Среднерыночные розничные цены на ювелирные изделия в июне 2023 г. повысились на 10% относительно декабря 2022 г., а относительно мая 2023 г. — на 1,7%. Если бы не обостренная конкуренция за покупательский кошелек, средний чек мог подняться до более высокой отметки.

Самый высокий чек зафиксирован в Республике Дагестан — 14 363 руб. Меньше всего на украшения в первом полугодии потратили в Республике Алтай — в среднем 1574 руб. На втором месте в отрицательном рейтинге оказалась Костромская обл. (3224 руб.), на третьем Калининградская обл. (3392

руб.), далее — Республики Ингушетия (3636 руб.) и Тыва (3653 руб.).

По объему продаж традиционно в лидерах Москва и Санкт-Петербург. В пятерку ведущих региональных ювелирных рынков также вошли Московская обл., Краснодарский край и Свердловская обл.

Продажи ювелирной продукции не снизились в еще большей степени только благодаря расширению ассортимента и росту интернет-продаж (в том числе на маркетплейсах), доля которых в общем объеме увеличилась с 17% до 20% и составила 28 млрд руб. Перетекание торговли в онлайн-сферу уже стало свершившимся фактом для игроков рынка, в первую очередь тех, кто работает в среднем ценовом сегменте. Пока планка рекордных покупок на маркетплейсах — 200 000 руб. за изделие. Основную долю (65%) продаж на этих площадках занимают обручальные кольца, причем в этом ассортименте наблюдается рост 4% по отношению к прошлому году. На тысячу жителей Москвы приходится три подобных покупки (средняя цена за кольцо 11 877 руб.). В Тюмени показатель роста продаж «обручалки» составляет 2,8% (средняя стоимость изделия — 10 372 руб.). На третьем месте этого рейтинга Екатеринбург и Ярославль — по 2,5% (средний чек — 11 644 руб. и 10 372 руб. соответственно).

Что касается направлений импорта и экспорта, то здесь изменений особых нет. Лидером по импортным поставкам является Беларусь с долей более 25% от общего объема. Большая часть всей импортной продукции (73%) — изделия низкого ценового сегмента. Более дорогие товары (20,5%) поставляются преимущественно из Китая, Италии, Индии. Среди экспортных рынков лидирует Казахстан (37%). Наши ювелиры сохраняют уверенные позиции внутри страны: в витринах российских магазинов 96% изделий из золота — отечественного производства. Однако в списке экспортеров на мировом рынке драгоценностей РФ занимает лишь 37-е место, в сотни раз уступая по объемам продаж лидерам — Китаю и Индии.

По добыче и производству драгоценных металлов абсолютных показателей Росстат не приводит. Известно лишь, что за первое полугодие Россия увеличила производство необработанного и полубработанного золота по сравнению с аналогичным периодом на 11%.

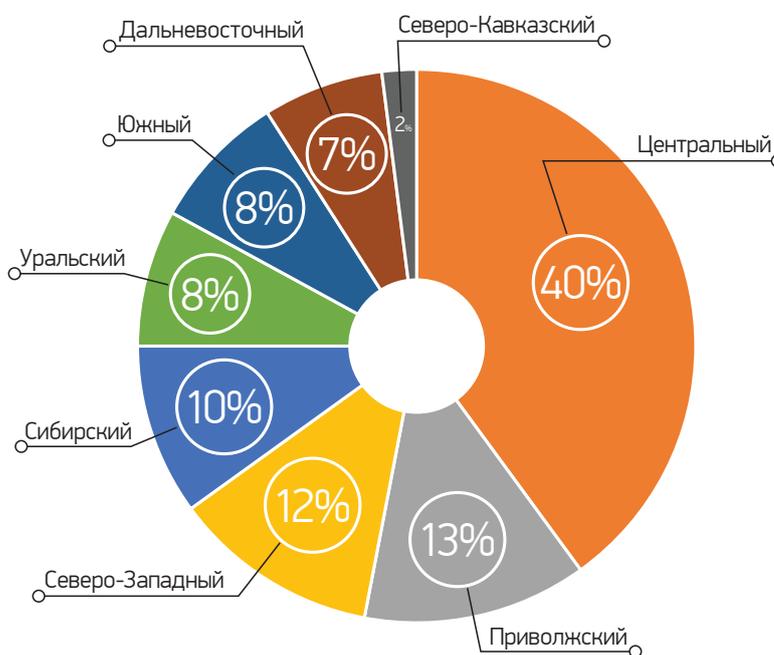
ТОП-10 РЕГИОНОВ С НАИБОЛЬШИМ СРЕДНИМ ЧЕКОМ В ЮВЕЛИРНОЙ РОЗНИЦЕ В РОССИИ ЗА I ПОЛУГОДИЕ 2023 Г.

	Регион	Средний чек	Динамика
1	Республика Дагестан	14 363	28%
2	Москва	12 450	-3%
3	Магаданская обл.	11 737	14%
4	Сахалинская обл.	9811	13%
5	Чукотский АО	9156	27%
6	Хабаровский край	8966	18%
7	Краснодарский край	8674	42%
8	Приморский край	8659	14%
9	Санкт-Петербург	8651	9%
10	Ямало-Ненецкий АО	8375	48%

ТОП-10 РЕГИОНОВ С НАИБОЛЬШИМ ОБОРОТОМ В ЮВЕЛИРНОЙ РОЗНИЦЕ ЗА I ПОЛУГОДИЕ 2023 Г.

	Регион	Оборот, млрд руб.	Динамика
1	Москва	26,8	-14%
2	Санкт-Петербург	9,23	1%
3	Московская обл.	9,20	-2%
4	Краснодарский край	6,21	10%
5	Свердловская обл.	3,60	6%
6	Ростовская обл.	3,30	21%
7	Республика Татарстан	3,06	19%
8	Красноярский край	2,65	6%
9	Республика Башкортостан	2,54	6%
10	Челябинская обл.	2,51	4%

ОБОРОТ ЮВЕЛИРНОЙ РОЗНИЦЫ В I ПОЛУГОДИИ 2023 Г.



Обзор ведущих онлайн-площадок

Категория ювелирных изделий на маркетплейсах показывает постоянный рост: в 2022 г. он составил 137% к результату 2021 г. в денежном выражении. В августе 2023 г. JUNWEX провел анализ ассортимента крупнейших торговых онлайн-площадок, работающих с продукцией отраслевых брендов. Предлагаем вашему вниманию результаты этого исследования.



WILDBERRIES

Представлено более 300 000 ювелирных изделий: около 100 000 золотых и 200 000 серебряных. Среди первых преобладающей категорией являются серьги — примерно 55 000 шт., затем идут кольца — около 35 000 (в том числе обручальные — 6700), цепи — 11 000. Среди серебряных украшений рейтинг

наименований сходный: серьги — 93 000, кольца — 56 789, цепи — 55 743. Лидеры по объемам на этой площадке: «Серебро России» — 28 610 изделий, SOKOLOV — 18 171, AQUAMARINE — 8572, «Красная Пресня» — 6266. Также присутствуют: «Алькор» (около 3500), TALANT (3300), «Ювэлди», «Статус», Костромской ювелирный завод и VALTERA (у каждой компании также свыше 3000 артикулов), «Бронницкий ювелир» (1321), остальные — до 1000.

Самым дорогим изделием (438 600 руб.), представленным в каталоге WB, является серебряный кувшин от компании «Интерсильверлайн» (ТМ «Аргента»).

OZON

Представлено менее 300 000 наименований ювелирных украшений, из них 152 418 — из серебра и 141 696 — из золота. Рейтинг ассортиментных позиций следующий. По серебру: кольца — 131 832 шт., серьги — 56 622, цепи — 36 622. По золоту: кольца — 67 014 (в том числе обручальные — 12 534), серьги — 59 714, цепи — 36 166. Компании-лидеры: SOKOLOV — 21 600 изделий, Platina — 9027, «Эстет» — 8572, «Красная Пресня» — 4200, «Алькор» — 3570, VALTERA — 2648, TALANT — 2500, «Ювелир-Карат» — 2000.

Самое дорогое изделие (438 000 руб.) с возможностью выкупа в рассрочку предлагает

Vesna jewelry — это серьги из белого золота с изумрудами, сапфирами, танзанитами и бриллиантом. По информации, полученной от Ozon, за прошлый календарный год продано 750 000 пар серег и 430 000 колец, более 1 800 000 изделий из серебра и почти 200 000 — из золота. Причем рост продаж золотых украшений на Ozon выше, чем серебряных. К наиболее перспективным категориям в этом плане эксперты маркетплейса относят браслеты и цепи.

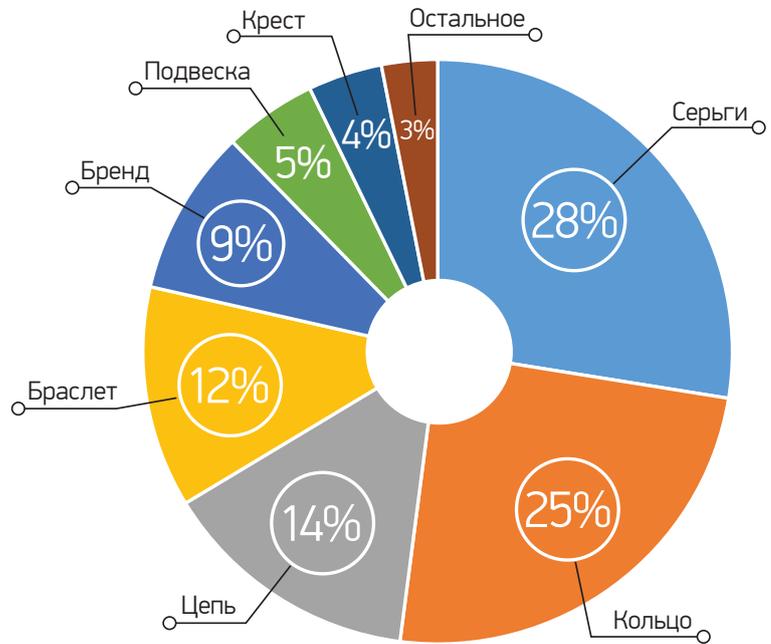
«МЕГАМАРКЕТ»

Представлено более 200 000 ювелирных изделий: серьги — 91 012 шт. (из них 41 343 золотых и 44 691 серебряное), кольца — 85 000 (в золоте — 31 138, в серебре — 37 152), подвески и кулоны — 37 156 (золотых — 18 152, серебряных — 17 127). По объемам лидируют: SOKOLOV — 25 638 изделий, AQUAMARINE — 19 312, Lazurit-online — 17 292, 585Gold — 7028. Диапазон игроков ювелирного рынка гораздо шире, чем на других площадках, однако ассортимент, представленный этими компаниями, незначительный по объему. Самые дорогие изделия здесь продает ADAMAS: помолвочное кольцо из красного золота с бриллиантом 0,78 карата (1 538 596 руб.) и серьги из красного золота с бриллиантами 2,52 карата (2 053 000 руб.).

«ЯНДЕКС МАРКЕТ»

Представлено около 30 000 ювелирных изделий, пропорции по золоту и серебру примерно 50/50. Кольца — около 3700, подвески — 3686, браслеты — 3327, серьги — около 3600, колье — 3000, в незначительном объеме присутствуют запонки, броши, цепи и шармы. Компании-лидеры: Platina — 3300, SOKOLOV — 3200, «Эстет» — 1340 и «Ювелир Карат» — 1330. Из наиболее дорогих изделий (990 070 руб.) можно назвать выставленное ЮД «Эстет» золотое кольцо «Чудо» из коллекции Unique piece с цитрином и бриллиантами. В целом подавляющее большинство (91%) посетителей маркетплейсов в поисковых запросах не используют слово «бренд» как ключевое; 76% запросов приходится на изделия четырех категорий: серьги, кольца, цепи и браслеты. При анализе отношения поисковых запросов к объемам продаж в категориях «кольцо», «цепь» и «браслет» можно увидеть, что покупательский

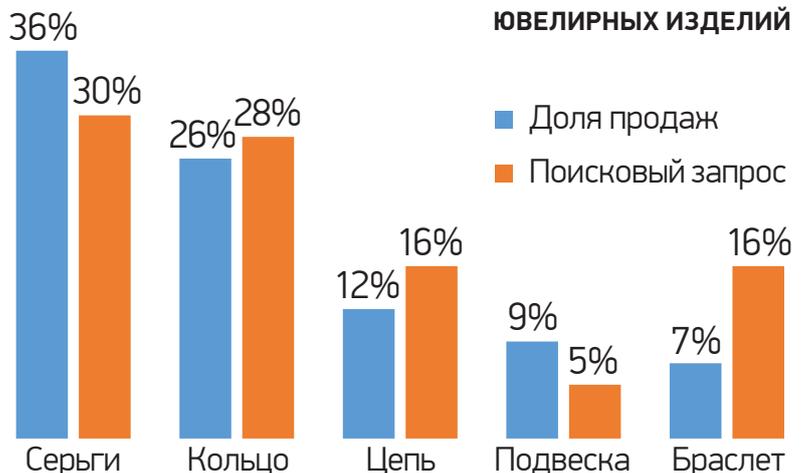
ЧТО ПОКУПАТЕЛИ ИЩУТ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ



спрос недостаточно удовлетворен: количество просмотров превышает продажи.

В нынешнем году на крупнейших онлайн-площадках значительно возросло количество предложений по продукции класса «люкс». Потребительские опасения снижаются, а сегмент интернет-продаж развивается и в ассортиментном, и в ценовом, и в географическом планах. Так, Минфин РФ анонсировал открытие в марте 2024 г. онлайн-платформы для торговли ювелирными изделиями из стран ЕАЭС.

ИНТЕРЕС ПОКУПАТЕЛЕЙ К КАТЕГОРИЯМ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ



Маркетплейсы: работать или нет?

Онлайн-продажа ювелирных изделий в России была легализована с конца 2019 г., и с тех пор среднегодовой темп роста этого сегмента уже преодолел пятидесятипроцентную отметку. Немаловажную роль здесь играет развитие маркетплейсов, сотрудничество с которыми для поставщиков товара несет, помимо очевидной выгоды, и вполне реальные риски.



В качестве сильного драйвера сработал фактор пандемии, во время которой почти каждая пятая покупка украшений совершалась в Интернете, и свыше 40% этих приобретений приходились именно на маркетплейсы. Самое очевидное преимущество в партнерстве с такими площадками — увеличение продаж и возможность сразу получить доступ к широкой аудитории. Размещение товаров на витрине маркетплейса — отличный инструмент продвижения, причем для этого не обязательно делать ставку на известность бренда. В данном случае пользователь чаще

оценивает само предложение (продукт, стоимость), и только потом смотрит, кто продавец.

Для регионального бизнеса это еще более актуальный вопрос. Поиск в Интернете связан с геолокацией пользователя. Таким образом, даже при отсутствии физических магазинов в регионе, продавец может использовать логистическую инфраструктуру маркетплейса для доставки заказов по всей России (табл. 1). К тому же, при сотрудничестве с рядом платформ электронной коммерции можно также при необходимости привлечь трафик в физические магазины (схема Click&Collect — «Закажи и забери»). Это позволяет покупателю зарезервировать товар на витрине маркетплейса и забрать самовывозом из выбранного магазина, а продавцу — наладить личный контакт с клиентом и предложить дополнительные товары или услуги.

Тем не менее, работа с маркетплейсами — новое направление для ювелирного рынка, и поставщики нередко сталкиваются со сложностями этого процесса. Фактически им приходится проходить ускоренный курс обучения, который остальные отрасли уже успешно освоили. Кроме того, рынок ювелирных изделий традиционно в гораздо большей степени, чем любой другой, ориентирован на продажи офлайн и «живое» взаимодействие покупателя и продукта. Поэтому первая сложность, с которой сталкиваются продавцы ювелирных

ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ СХЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «ПОСТАВЩИК–МАРКЕТПЛЕЙС»

СХЕМЫ РАБОТЫ	FBO (ПРОДАЖА СО СКЛАДА МАРКЕТПЛЕЙСА)	FBS (ПРОДАЖА СО СКЛАДА ПРОДАВЦА, ЛОГИСТИКА МАРКЕТПЛЕЙСА)	RFBS (ПРОДАЖА СО СКЛАДА ПРОДАВЦА, ЛЮБАЯ ЛОГИСТИКА)
ВИТРИНА	Маркетплейс	Маркетплейс	Маркетплейс
ЛОГИСТИКА	Маркетплейс	Маркетплейс	Продавец
СКЛАДЫ	Маркетплейс	Продавец	Продавец
ТОВАРЫ	Продавец	Продавец	Продавец
СПЕЦИФИКА	<ul style="list-style-type: none"> Доступность и скорость доставки влияют на ранжирование, и товары перемещаются выше в выдаче (в итоге — больше продаж). Маркетплейс сам соберет заказ и отправит его. 	<ul style="list-style-type: none"> Проще прогнозировать затраты на старте. Каждый заказ надо самостоятельно отвозить в пункт приема. Сроки доставки в дальние регионы дольше. Ответственность по работе с УИН на стороне продавца (передавать спецификацию с УИН не нужно) 	<ul style="list-style-type: none"> Ответственность по работе с УИН на стороне продавца (передавать спецификацию с УИН не нужно).
КОМУ ПОДОЙДЕТ	<ul style="list-style-type: none"> У вас нет собственного склада. У вас нет возможности отвозить каждый заказ в пункт приема маркетплейса. Ваш товар пользуется стабильным спросом. 	Вы еще не продавали на маркетплейсах и не знаете, с какой скоростью будут оборачиваться изделия.	

изделий, заключается в адаптации офлайн-опыта к онлайн-среде, в частности, к правилам маркетплейсов, что предполагает отказ от большинства привычных, наработанных десятилетиями шаблонов торговли.

На встречах с экспертами, организованных Клубом «Российская Ювелирная Торговля» в рамках майской выставки «JUNWEX Новый Русский Стиль», шло активное обсуждение проблем сотрудничества с маркетплейсами. На вопросы участников мероприятий отвечали не только профессионалы Ozon и Avito, но и коллеги по отрасли, уже освоившие эту деятельность. Отметим ключевые моменты,

вызывающие наибольшее количество нареканий у продавцов.

ИЗДЕЛИЯ ПРОХОДЯТ ПО ОДНОМУ АРТИКУЛУ, НО ИМЕЮТ РАЗЛИЧИЯ В МАТЕРИАЛЕ ИСПОЛНЕНИЯ

Как правило, в учетной системе ювелирного производства изделие одного дизайнера имеет один артикул для всех вариаций, независимо от цвета покрытия или вставок. Когда покупатель приходит в магазин, для него это не имеет большого значения, ведь он выбирает конкретную единицу товара, чаще всего не обращая внимания на артикул.



На онлайн-площадке наоборот: пользователь фактически выбирает SKU (stock keeping unit — складской идентификатор), на который заведена карточка товара. В данном случае артикул объединяет разные вариации, и у потребителя есть риск получить не то, что он увидел на фото. Во избежание подобных проблем продавцу необходимо четко обозначать все различия каждого варианта дизайна, формируя на них отдельные карточки.



Ольга Москвичева, коммерческий директор Ozon в категории «Ювелирные украшения»:

Мы запустили продажу ювелирных украшений в 2019 году, и с тех пор интерес и доверие к онлайн-покупкам драгоценностей со стороны и покупателей, и продавцов показывают кратный рост. Так, в 2022 году категория выросла на 137% к результату 2021 года в денежном выражении.

Покупатели приходят за известными брендами, что позволяет сформировать доверие к категории, при этом растет количество заказов и ассортимент ювелирных украшений в целом. На конец 2022 года

он насчитывал более 374 000 товарных наименований (рост более чем в два раза к 2021 году), а сегодня уже более 600 000.

Покупатели не боятся делать заказы с высоким чеком (более 200 000 рублей). Ozon работает только с проверенными продавцами, состоящими на учете в ГИИС ДМДК. Маркетплейс сам проверяет продавцов и товары, которые отмечает специальными плашками «Подлинное изделие». Также клиенты могут сами перед покупкой удостовериться в подлинности изделия, проверив его по базе ГИИС ДМДК. Покупая ювелирные украшения на маркетплейсе, клиенты получают все преимущества площадки: возможность приобретать изделия по конкурентной цене в рамках регулярных акций и распродаж, копить и тратить баллы, пользоваться картой и другими финансовыми продуктами Ozon. Но главное — это удобство покупки на одной площадке сразу нескольких сопутствующих категорий товаров (одежда, обувь, аксессуары и т.д.), большой выбор в широком ассортименте разных брендов — от локальных до федеральных, от дизайнерских изделий до классических, а также отсутствие привязки к какому-либо региону. В то же время мы понимаем сомнения, которые могут быть у продавцов ювелирных украшений. Ozon предлагает разные схемы работы под разные бизнес-модели с прогнозируемым результатом. Например, поставщик может осуществлять отгрузку со своего стока, не «замораживая» деньги. Он может использовать маркетинговые инструменты продвижения своих товаров и финансовые технологии (Ozon карту, Ozon счет и т.д.). Главное преимущество площадки для продавца — это доступ к многомиллионной аудитории по всей стране. Ozon ведет собственную программу поддержки малого и среднего бизнеса и помогает делать продажи успешными. Например, в личном кабинете продавцам доступна аналитика, которая подсказывает, какой товар и в каком количестве требуется, чтобы можно было спрогнозировать поставки. Мы ведем строгий контроль за перемещением товаров, чтобы исключить риск подмены изделий со стороны недобросовестных покупателей.



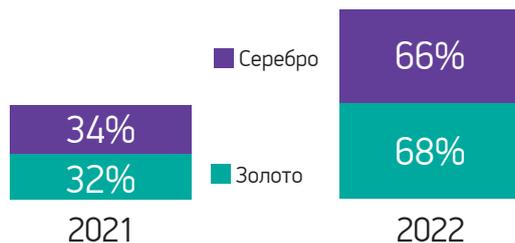
ЦЕНА ИЗДЕЛИЯ ЗАВИСИТ ОТ ЕГО ВЕСА

Финальная стоимость драгоценных изделий различается в зависимости от их веса. Продавцы обычно стремятся сохранить эту разницу и при продаже на маркетплейсах. Но в магазине покупатель сразу рассматривает конкретный товар с ценником, а при онлайн-покупке он, как мы уже говорили, выбирает артикул. Если, зайдя в карточку товара и выбрав свой размер, пользователь увидит, что цена изменилась, у него это вызовет как минимум вопросы, а то и вовсе может пропасть желание совершать покупку. Чтобы устранить эту проблему, специалисты маркетплейсов рекомендуют усреднять цену, вводя собственную градацию (например, с определенным шагом веса изделия). Изделие, попадающее в другой диапазон, оформляется как отдельный товар с соответствующей ценой.

У КАЖДОГО МАРКЕТПЛЕЙСА ЕСТЬ СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ КОНТЕНТА

Так, для публикации товара на «СберМега-Маркете» необходимо указать несколько обязательных характеристик (для колец, к примеру, их около пятнадцати: и материал, и цвет изделия, и цвета вставок, и особенности дизайна, и многое другое). Такая детальная

OZON. ТЕМПЫ РОСТА ПРОДАЖ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА



проработка выполняет сразу две функции. Во-первых, позволяет максимально точно настроить фильтры, чтобы пользователю было проще среди десятков тысяч предложений найти нужное. Во-вторых, помогает с SEO-продвижением. Есть особые требования и к фотографиям: изделие должно занимать не менее 80% кадра; на изображении не должно быть посторонних предметов; необходимо предоставить не менее двух изображений с разных ракурсов... Продавцу бывает непросто сразу сориентироваться во всех нюансах и точно следовать разработанной маркетинговой модели для подготовки контента. Как правило, приходится обращаться к фрилансерам или брать в штат дополнительных специалистов.

ИНТЕГРАЦИЯ НА ПЛАТФОРМУ СОПРЯЖЕНА С ТЕХНИЧЕСКИМИ СЛОЖНОСТЯМИ

Обмен информацией между продавцом и платформой обычно осуществляется автоматически. Так, при подключении к системе маркетинга через API платформа сама регулярно обращается к ссылке для доступа к XML-файлу с актуальными данными. И тут же транслирует полученную информацию пользователям. Однако этот способ оперативно передавать данные требует задействования внутренних IT-ресурсов продавца. Опять же, не у каждой компании такие ресурсы есть. Что делать в этом случае? Информацию можно передавать вручную через личный кабинет с помощью Excel-таблиц, это доступно бизнесу любого масштаба. Можно рассмотреть возможность подключения с помощью технологических партнеров. Например, платформа для управления онлайн-торговлей InSales позволяет интегрироваться сразу с несколькими маркетинговыми платформами, обрабатывать заказы, синхронизировать цены и остатки, централизованно управлять ассортиментом.

ПРОДАВЕЦ НЕ РАСПОЛАГАЕТ ШИРОКИМ АССОРТИМЕНТОМ

Исследования показывают, что свыше 60% пользователей предпочитают маркетинговым интернет-магазинам потому, что там выбор товара более широкий. С этой точки зрения крупные компании нередко оказываются в выигрышном положении и развивают свои



онлайн-продажи быстрее. Но не стоит бояться «затеряться» среди гигантов: на маркетинговых платформах ведущая роль остается за самим продуктом. Именно поэтому так важно грамотно подготовить описание товара, по которому с помощью фильтров пользователи отсеивают все ненужное и находят то самое, идеальное для себя предложение. Кроме того, всегда есть возможность выделиться на фоне конкурентов с помощью гибкой ценовой политики, используя инструменты для кастомизации продвижения, которые предлагает площадка.

ИЗДЕЛИЕ ОБЛАДАЕТ ВЫСОКОЙ ЦЕННОСТЬЮ

Специфика онлайн-торговли такова, что если изделие отправилось к покупателю,



Татьяна Никулина, Charle:

Пандемия выкинула нас из зоны комфорта, и ювелирный бизнес вынужден был срочно осваивать онлайн-продажи, учиться ориентироваться в среде e-commerce. Для того чтобы получить максимальную выгоду от сотрудничества с маркетинговыми платформами, руководителю компании, владельцу марки самому необходимо знать азы этого процесса, хотя бы для того, чтобы выбрать грамотного специалиста, которому будут поручены те или иные функции, и контролировать его работу. Ключевыми факторами в данном случае я бы назвала развитие истории своего бренда и красивое оформление карточек товара. Именно от этого зависят ваши успешные продажи в Интернете.

ТОП КАТЕГОРИЙ С БЫСТРОРАСТУЩИМИ ПРОДАЖАМИ**ЧТО ПОМОГАЕТ КЛИЕНТУ БЫСТРЕЕ ПРИНЯТЬ РЕШЕНИЕ О ПОКУПКЕ****ЧТО СТИМУЛИРУЕТ ПРИОБРЕТАТЬ ИЗДЕЛИЯ ОНЛАЙН**

это еще не означает, что оно продано. После примерки оно может вернуться, затем отправиться к новому покупателю, и так по кругу. Возвраты в этой системе — дело обыденное. Ювелирные изделия обладают большей ценностью, чем многие другие товары, в том числе в категории fashion, они больше подвержены разнообразным рискам в процессе перевозок. Известны случаи и когда товар исчезает, и когда покупатели делают подмену. При таком раскладе трудно назвать продавца защищенным. Шаги, снижающие подобные риски, безусловно, повлекут за собой увеличение операционных расходов: на

приобретение надежной упаковки, съемку и хранение видеоматериалов. Речь идет о видео, на котором зафиксирована комплектация изделия в процессе подготовки к отправке. Важно, чтобы было хорошо видно, что изделие отправляется к покупателю, который оформил заказ именно на этой онлайн-площадке (доказательством могут служить специальные маркировки, наклейки). В случае потери или порчи товара в рамках ответственности маркетплейса продавцу нередко предлагается компенсация (но надо внимательно изучать договоры сотрудничества).

Выбираем производителя бирок. Без стресса и ненужных расходов

Новые условия, в которых оказался типографский бизнес, — санкции, уход с рынка некоторых материалов для печати — влияют и на список, и на качество предложений производителей бирок. Перечислим, на какие критерии стоит обратить внимание при выборе типографий, чтобы избежать стресса и ненужных расходов при заказе такой продукции.

В первую очередь, это репутация производителя, опыт работы именно для ювелирной отрасли. Чтобы качественно напечатать маленький ярлык, надо учесть множество факторов — от требований регулятора до особенностей взаимодействия материалов с ювелирными изделиями.

Для вас будет лучше, если партнер обеспечивает маркировку под ключ: подбирает бирки, принтер, красящие ленты и запускает печать с качественным результатом.

Важно обратить внимание на материалы и технологии, которые использует производитель. Сейчас ситуация с поставками в типографской отрасли в целом нормализовалась, но на практическую проверку нового материала нужно время: обеспечит ли он качественную печать на принтере, не будет ли смазываться краска от соприкосновения с руками? Обсудите с поставщиком бирок возможность выяснения этих вопросов до печати крупного тиража.

Иногда в дизайне бирок используются фольга, тиснение и позиционный лак. Толщина такой бирки имеет перепады, что может негативно сказаться на качестве печати и работе принтера.

Если стоимость бирки — важный критерий для вашего бизнеса, то стоит понять, из чего она складывается. Экономия на материалах может обойтись дорого. Лучше выбрать качественные материалы, но задуматься о сокращении количества цветов в дизайне: печать в один-два цвета будет дешевле, чем многоцветная. А лаконичная бирка подчеркнет красоту самого изделия.

Наконец, обратите внимание на гарантии производителя с точки зрения удобства использования конструкции бирок. В качестве примера приведем те, что применяются в розничной торговле для навешивания на нить изделия. На первый взгляд кажется, что предложения на рынке идентичны друг другу. Но в таких бирках имеют значение и сама конструкция, и плотность материала. Попробуйте сравнить продукцию разных производителей: насколько легко и ловко их бирки навешиваются на изделие.

В целом выбор типографии для печати бирок ювелирных украшений зависит от ваших предпочтений. Надеемся, перечисленные нами критерии позволят вам найти такого партнера, предложение которого наилучшим образом соответствует и вашим потребностям, и бюджету.

Андрей Половников, руководитель отдела проектов «ИД РАША»



ПРОИЗВОДИМ ЮВЕЛИРНЫЕ БИРКИ

- ИСПОЛЬЗУЕМ ТОЛЬКО ПРОВЕРЕННЫЕ МАТЕРИАЛЫ. ВАШ ПРИНТЕР ТОЧНО БУДЕТ ПЕЧАТАТЬ НА НАШИХ БИРКАХ.
- ПОДБЕРЕМ ПОД ВАШ ЗАПРОС БИРКИ, ПРИНТЕРЫ, КРАСЯЩИЕ ЛЕНТЫ.
- БОЛЬШОЙ ВЫБОР РАЗМЕРОВ И ФОРМ.
- УДОБНЫЕ В ПРИМЕНЕНИИ БИРКИ С ХВОСТИКОМ ДЛЯ ПЕЧАТИ ЛЮБОЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ. ПОД ГИИС, ЦЕННИКИ, БИРКИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.
- ЭКОНОМИЧНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ НЕБОЛЬШИХ ПРОИЗВОДСТВ И МАСТЕРОВ: СПЕЦИАЛЬНЫЕ БИРКИ ДЛЯ ЛАЗЕРНЫХ ПРИНТЕРОВ.

ПОДРОБНЕЕ НА САЙТЕ:



ООО «ИД РАША»
Санкт-Петербург
ул. Бабушкина, д.3
+7(812) 325-88-29
www.id-russia.ru



**ISTANBUL
JEWELRY
SHOW**

5-8 October 2023

ISTANBUL JEWELRY SHOW



**free accommodation for buyer delegation,
register now**

SAVE THE DATE!

2024 MARCH ISTANBUL JEWELRY SHOW WILL TAKE PLACE IN 17 - 20 APRIL 2024



**Turkish
Jewellery**

**JEWELLERY
EXPORTERS'
ASSOCIATION**



Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»
ЭЛИТАРНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ

Вступай в Клуб

«Золотая карта»

В РАМКАХ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»:

- привилегированный вход на все выставки Программы «Ювелирная Россия»;
- посещение выставки в день заезда участников;
- оперативное получение пакета документов по выставке;
- возможность составления графика встреч с партнерами и организации переговоров на стенде Клуба;
- участие в мероприятиях бизнес-программ Клуба;
- скидка до 10% на услуги рекламного агентства JUNWEX;
- скидка 5% на расселение в гостиницах;
- пользование камерами хранения на стенде Клуба.

В МЕЖВЫСТАВОЧНЫЙ ПЕРИОД:

- привилегированное посещение крупнейших мировых выставок в составе официальных делегаций;
- участие в закрытых мероприятиях Клуба;
- подписка на журнал «Ювелирная Россия» и электронный еженедельник «Ювелирная Россия».

СТОИМОСТЬ АККРЕДИТАЦИИ (ДО ТРЕХ СОТРУДНИКОВ):

На год — 5500 руб.; на три года — 15 000 руб.; на пять лет — 25 000 руб.



«Платиновая карта»

В РАМКАХ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»:

- привилегированный вход на все выставки Программы «Ювелирная Россия»;
- посещение выставки в день заезда участников;
- оперативное получение пакета документов по выставке;
- возможность составления графика встреч с партнерами и организации переговоров на стенде Клуба;
- информационно-маркетинговое обслуживание;
- бесплатное участие во всех торжественных, деловых, культурных и развлекательных мероприятиях Клуба (приглашения на две персоны);
- скидка до 15% на услуги рекламного агентства JUNWEX;
- скидка 5% на посещение крупнейших мировых выставок в рамках официальных делегаций;
- скидка 5% на расселение в гостиницах.

В МЕЖВЫСТАВОЧНЫЙ ПЕРИОД:

- привилегированное посещение крупнейших мировых выставок в составе официальных делегаций;
- подписка на журнал «Ювелирная Россия» и электронный еженедельник «Ювелирная Россия»;
- бесплатное однократное размещение информационной статьи в журнале «Лучшие украшения в России» (до 1000 знаков + фото);
- бесплатное однократное размещение интервью с руководителем компании в журнале «Ювелирная Россия» (тема согласовывается с редакцией);
- бесплатное предоставление фирменной символики Клуба.

СТОИМОСТЬ АККРЕДИТАЦИИ (ДО ШЕСТИ СОТРУДНИКОВ):

Первый год — 40 000 руб., второй год — 20 000 руб.;
на 3 года — 70 000 руб. (продление — 50 000 руб.); на пять лет — 100 000 руб. (продление 80 000 руб.).





РОСКОШЬ НОВОГО Катара

Катар — страна на Ближнем Востоке, одно из самых маленьких и богатейших государств мира. Это направление на российском туристическом рынке прежде не было популярным, уступая соседним регионам — в первую очередь, Дубаю, Абу-Даби и другим эмиратам. Но после того, как в 2022 г. в Катаре состоялся финал Чемпионата мира по футболу, страна стала весьма привлекательной для посещения. В Дохе, которая практически не была приспособлена для пешеходов, появились парки, прогулочные и креативные пространства, беспилотное метро, множество торговых и развлекательных центров, пляжных клубов; практически полностью перестроили центральную набережную Корниш, оборудовав на ней смотровые площадки, зоны отдыха и т.д. Из некогда неприметного городка в Персидском заливе Доха превратилась в преуспевающий мегаполис с небоскребами от лучших архитекторов современности и прочими атрибутами процветающей мировой столицы.

В современных условиях, когда большая часть зарубежных маршрутов для россиян недоступна, Катар приобретает особую актуальность: виза не нужна, а из Москвы есть прямые рейсы Qatar Airways (из Шереметьево один рейс в день делает лайнер Boeing-787 Dreamliner, время в пути — около 5 часов).

О безграничном богатстве и любви к роскоши правящей семьи Аль Тани ходят легенды. Катарский лидер — эмир Тамим бен Хамад bin Халифа Аль Тани является владельцем множества дворцов и резиденций в разных странах, роскошных лайнеров и яхт, парижского футбольного клуба PSG, универсама H&M и части небоскреба в лондонском Сити, модных домов Valentino, Balmain и др. А двоюродный брат эмира, шейх Хамад bin Абдулла Аль Тани, собрал лучшую частную ювелирную коллекцию в мире. Получивший блестящее европейское образование, он фактически не жил на родине, хотя, конечно, имеет собственный дворец и в Дохе. Богатств там настолько много, что от



Город Доха был основан в 1850 г. и первоначально носил название Аль-Бида. В 1916 г. он стал столицей британского протектората Катар, а в 1971 — столицей независимого государства. Сегодня Доха — динамично развивающийся город больших возможностей, экономический и туристический центр Катара.



По итогам 2022 г. Qatar Airways в седьмой раз агентством Skytrax, чья награда считается «авиационным Оскаром», была признана лучшей авиакомпанией планеты. Кроме того, у катарского перевозчика пятизвездочный рейтинг по качеству обслуживания пассажиров (помимо прекрасного гастрономического меню предлагается отличная развлекательная система с большим выбором фильмов на русском языке). Всего в мире десять таких авиакомпаний, и Qatar Airways — единственная среди ближневосточных. Аэропорт Hamad International в Дохе в 2022 г. второй раз подряд признан лучшим в мире. Кстати, золото можно приобрести уже там — в специальных магазинах, продающих его в различных вариациях, в том числе на вес. Килограммовый слиток — отличный сувенир, который часто привозят из Катара китайские туристы.

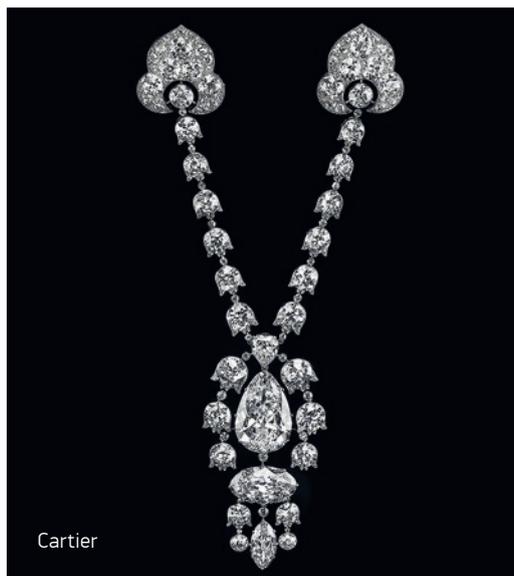
изобилия время от времени приходится избавляться. Так, на одном из аукционов Sotheby's были выставлены более 400 произведений мебели и декоративно-прикладного искусства из катарского дворца: изящная мебель и бронза времен Людовика XVI из ценных пород дерева и камня, севрский и русский





Ожерелье низама
Хайдарабада

императорский фарфор, британское столовое серебро, французские каминные часы, персидские доспехи XVIII в. и многие другие ценности, в числе которых множество исторических ювелирных изделий, включая произведения фирмы К. Фаберже. По словам шейха, интерес к искусству и мировой истории с детства ему прививала мать, часто водившая его в музей. «Однажды я возвращался в Лондон из Университета Ковентри и решил посетить по дороге антикварный магазинчик в Стратфорде-на-Эйвоне, — вспоминал коллекционер свою первую покупку, сделанную в 1999 г. — Он был полон английской мебели и произведений искусства. Меня сразу привлекла пара серебряных винных ведерок эпохи Регентства работы великого британского мастера Пола Сторра. Они остаются моим сокровищем по сей день». А страсть Аль Тани к драгоценностям как к отдельному виду искусства проявилась после посещения им выставки «Махараджа: великолепия королевских дворов Индии» в лондонском Музее Виктории и Альберта. Шейх объявил всемирную охоту за индийскими драгоценными сокровищами и так преуспел, что буквально через десятилетие собрал поистине энциклопедическую коллекцию, которую показал в Нью-Йорке, Лондоне и Париже. Среди уникальных шедевров грандиозного собрания — бриллианты «Глаз идола» (70,2 карата), «Зеркало рая» (52,58 карата) и «Аркот II» (17,21 карата), ожерелье низама Хайдарабада,



Cartier

«Аркот II» — камень с удивительной историей, один из пяти бриллиантов, подаренных английской королеве Шарлотте в 1777 г. набобом одного из регионов Индии — княжества Аркот. По завещанию после смерти королевы бриллианты должны были продать, но ими завладел ее сын, король Георг IV, и только после его смерти воля королевы была исполнена. Камни попали в коллекцию маркиза Вестминстера. Кстати, ему же принадлежал и голубой голкондский бриллиант «Глаз идола». В 1930 г. бриллианты «Аркот I» и «Аркот II» вставили в роскошную тиару Halo, изготовленную для третьей жены герцога Вестминстерского Лозлии Понсонби: именно в этом украшении герцогиня запечатлена выдающимся фотографом Сесилом Битоном). В 1959 г. тиара была продана ювелиру Гарри Уинстону, который вновь огранил «Аркоты», так как Лозлия жаловалась, что алмазы похожи на куски стекла. После огранки они были вставлены в два разных кольца и проданы разным людям: впервые за свою историю алмазы оказались разлучены. «Аркот I» в 1990-х гг. украсил колье фирмы Van Cleef & Arpels, которое приобрел в свою коллекцию шейх Саудовской Аравии, а «Аркот II» до 2013 г. находился в коллекции баронессы Стефании фон Корис цу Гетцен, после смерти которой был куплен шейхом Аль Тани и в 2019 г. на аукционе Christie's вновь сменил владельца.

19 июня 2019 г. в Нью-Йорке драгоценности Аль Тани были проданы за рекордные 109 млн \$. Торги вошли в историю как одни из двух самых дорогих в современной истории ювелирных аукционов Christie's (наряду с продажей в 2011 г. коллекции драгоценностей Элизабет Тэйлор).

корсажная брошь Cartier времен Belle Époque, императорское ожерелье XVII в. с крупными шпинелями, броши с огромными изумрудами с барельефами, украшения для тюрбанов, настольные статуэтки с драгоценными камнями и многое другое.

Приумножив капитализацию каждого из экспонированных в крупнейших музеях объектов, Аль Тани выставил большую часть коллекции на продажу. С молотка на Christie's в 2019 г. были проданы более 350 лотов без каких-либо уведомлений или пояснений со стороны собирателя. Впрочем, как утверждает американский Forbes, коллекция драгоценностей монаршей особы практически не пострадала и сегодня насчитывает свыше 5000 экспонатов. В 2021 г. шейх арендовал на 20 лет часть Дворца морского министерства на парижской площади Согласия, где теперь показывает свои сокровища.

Драгоценности — важная составляющая жизни всех арабских стран: ювелирные украшения коллекционируют, ими торгуют



и очень гордятся. Поэтому неслучайно именно в Катаре проводится одна из крупнейших в Азии ювелирных выставок — Doha Jewellery and Watches Exhibition (DJWE). Она проходит в центре района небоскребов и отелей в Международном выставочном центре Катара (QIEC). Особенность, отличающая этот форум от аналогичных в других странах, — формат b2c, превращающий DJWE в настоящий «ювелирный супермаркет». На стендах можно увидеть скульптурные композиции из серебра — например, фигурки аравийского



На открытии Чемпионата мира по футболу в Катаре шейха Моза, мать нынешнего правителя страны, появилась в парных брошах-крыльях Chaumet из бриллиантов и эмали. Броши, часть тиары-трансформера, были созданы брендом в 1908 г. для Гертруды Вандербильт-Уитни и вдохновлены вагнеровскими валькириями. Наследница богатого рода, скульптор, учившаяся мастерству у самого Родена, и основательница Музея американского искусства в Нью-Йорке, Уитни знала толк в прекрасном. Интересно, что эти же драгоценности шейха Моза надевала в 2010 г. в Цюрихе на презентацию заявки Катара на проведение ЧМ-2022.



Оксана Арсенюк — создательница марки Xana Jewellery



Кольцо Infinity
бренда Piranes

орика (вид антилопы), одного из национальных символов Катара, изумруды с вырезанными на них фрагментами сур Корана, гигантские барочные жемчужины, новейшие коллекции haute joaillerie ведущих европейских домов, традиционные золотые украшения, которые катарские невесты надевают на свадьбу... Главными хитами DJWE 2023 стали ожерелье Louis Vuitton Fantasy с центральным бриллиантом огранки «цветок» весом 2,56 карата, и эксклюзивная коллекция аксессуаров Valentino, выпущенная ограниченным тиражом в поддержку благотворительной инициативы в партнерстве с катарским фондом «Образование превыше всего», цель которого — оказание помощи нуждающимся детям по всему миру, которые не имеют доступа к образованию или сталкиваются с серьезными препятствиями на пути к его

получению, будь то бедность или дискриминация. Все изделия Valentino украшены логотипом EAS, выполненным из хрусталя, металла или жемчуга. Компания Piranesi показала кольцо Infinity с натуральным цейлонским сапфиром общим весом почти 30 карат в уникальной «Бесконечной оправе». А венецианский бренд Luvog представил коллекции Blue Lagoon с синими сапфирами овальной формы и бриллиантами, вдохновленную образом голубой лагуны, и Paradise, в которой солируют грушевидные изумруды и желтые бриллианты.

С 2017 г. выставка развивает проект Young Qatari Designers, помогающий продвигать местные творческие таланты. Так, живущая уже несколько лет в Катаре россиянка Оксана Арсенюк в соавторстве с Хамадом



Аль Мохаммедом создали марку Xana Jewellery, представляющую изделия из желтого золота с малахитом, бирюзой, черным ониксом, перламутром и бриллиантами. Молодые компании имеют возможность продемонстрировать свои работы рядом с прославленными мэтрами мировой индустрии



в самом центре выставочного комплекса. Каждый из участников проекта получает финансовую поддержку от государства на развитие своего дела. Эмир Катара в окружении свиты традиционно посещает главные павильоны DJWE, а в это время одна из его супруг подробно знакомится с работами молодых ювелиров. Такое внимание власти придает уверенность в светлом будущем не только молодым маркам, но и всему рынку роскоши, именуемому Middle East.

Что касается крупных игроков локальной индустрии драгоценностей, то особого упоминания заслуживает Alfardan Jewellery. Семья Альфардан — важнейший в арабском мире торговый клан. Их современный бизнес начался с ювелирного магазина, открытого в 1954 г. сыном торговца жемчугом. За полвека дело превратилось в империю роскоши с собственными торговыми центрами, отелями и моллами. Компания не только представляет мировые бренды Chopard, Chaumet, Dior, Vacheron Constantin, Faberge, Stephen Webster, Robert Wan, является крупнейшим дилером натурального жемчуга и обладателем уникальной коллекции



Alfardan Jewellery



жемчужин из Персидского залива Tawach Gallery, но и создает изысканные украшения. Ali bin Ali — крупнейший дистрибьютор часов и украшений. Сегодня компания, появившаяся в 1945 г., управляет 38 бутиками, в том числе Cartier, Audemars Piguet, Montblanc, Panerai, Van Cleef & Arpels, Richard Mille, Vertu, а также мультибрендом Ali bin Ali Watches & Jewellery с огромным ассортиментом марок премиум-класса. Среди ключевых ритейлеров в сфере эксклюзивных драгоценностей можно также назвать Al Majed Jewellery, Al Muftah Jewellery, Fifty One East, Blue Salon, Amiri Gems.

Наиболее известный в России бренд родом из Катара — WITR. «Крупные камни и идеально текстурированное золото помогают мне передать свои ощущения, — рассказывает его основательница Рим Аль-Шамари. — Кроме

«Семья Альфардан — важнейший в арабском мире торговый клан.



WITR



Здание Национального музея Катара, открывшееся в 2019 г., — своеобразный символ Дохи. Этим изображением, как правило, украшают обложки путеводителей по Катару. Оригинальная форма сооружения, по словам его создателя Жана Нувеля, была вдохновлена очертаниями уникальной разновидности минерала гипс, встречающейся в основном в песчаных дюнах. За сходство с распустившимися цветочными бутонами такой камень называют «розой пустыни». Сложная структура здания, выполненная из стали, стекла и фибробетона, представляет собой множество различных по размеру и геометрии дисков, которые благодаря разнообразию углов пересечения создают не только впечатляющий внешний облик, но и необыкновенные внутренние пространства. Из-за песочного цвета фасада диски кажутся довольно хрупкими, но в реальности они настолько прочны, что отлично выполняют самые разные инженерные и архитектурные функции. Навесы спроектированы таким образом, чтобы затенять участки центрального двора и защищать интерьеры от прямых солнечных лучей. В промежутках между дисками расположены бескаркасные стеклянные проемы, благодаря которым открывается вид на внутренний двор, сады музея и залив. Экспозиция включает 11 масштабных залов с эффектом полного погружения с помощью всевозможных инновационных технологий в историю жителей полуострова от древности до наших дней.

«Когда-то именно жемчуг приносил жителям Персидского залива богатство.»

того, меня восхищают старинные королевские украшения, особенно те, что принадлежали императорам, монаршим особам древних эпох. Этими роскошными и эффектными драгоценностями гордились. И я хочу, чтобы мои клиенты испытывали те же чувства, чтобы они наслаждались красотой. Прошлые времена служат для меня неисчерпаемым источником вдохновения, в WITR мы внимательно изучаем старинные украшения, переосмысливаем их и добавляем свои культурные коды, в результате чего получаются драгоценности, в которых выражается наша любовь и преданность ювелирному искусству». На эстетику коллекций WITR напрямую влияют декоративные

мотивы эпохи Античности и стиль барокко. Несмотря на это, большинство украшений бренда — кулоны, браслеты и запонки с уникальным дизайнерским элементом, отпечатком радужки глаза, — считаются в Катаре повседневными. Рим Аль-Шамари объясняет идею оригинального дизайна таким образом: «Людам свойственно собственничество по отношению к тем, кого мы любим, — порой до такой степени, что мы никак не можем принять возможность их потерять. Лично я бы предпочла, чтобы все, кого я люблю, вечно оставались рядом со мной, и из этого ощущения я и черпаю вдохновение. Люди состоят из тела и души. Мы не можем сохранить тело, но мы способны буквально сохранить душу. Как? Радужка глаза уникальна так же, как ДНК, — двух людей с одинаковыми радужками не встретишь. Глаза — это не только окно, но и лицо человеческой души. Так что, добавляя эти божественные детали, мы увековечиваем души на драгоценных металлах, ведь люди будут носить, видеть, хранить и трогать эти украшения вечно».

В ассортименте большинства катарских ювелирных домов можно найти коллекции с жемчугом, и неслучайно. Когда-то именно это морское сокровище (а не нефть, которую обнаружили там гораздо позже) приносило жителям побережья Персидского залива богатство. Катарцы были искусными пловцами — ныряльщиками за жемчугом. С начала июня артели ныряльщиков отправлялись в море на полтора–два месяца, надеясь вернуться с хорошим уловом. Но удача улыбалась им не всегда: мало того, что жемчужину содержит примерно одна из 10 000 устриц, а глубокие погружения плохо влияют на здоровье ныряльщиков, так их еще и подстерегало множество внешних угроз — нападения барракуд, морских змей и акул. Как дань благодарности этим людям на побережье залива в Дохе установлен памятник — фонтан с подсветкой, изображающий раскрытую раковину с массивной жемчужиной. А в Национальном музее Катара есть даже специальные залы с аттракционами, где с помощью 3D-технологий можно почувствовать себя древним пловцом и «нырнуть» за жемчугом. Эти игры увлекают не только детей, но и взрослых.

ПРОГРАММА «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

XXXII Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

31 января – 4 февраля 2024
ЭКСПОФОРУМ

E-mail: junwex@junwex.com; Internet: www.junwex.com  [junwex_fair](https://t.me/junwex_fair)

TALANT

silver

у каждого свой....