ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

ЖУРНАЛ КЛУБА «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

май
№108 / 2025

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

JUNWEX MAGAZINE 16+

Выпускается при содействии информационного агентства «РЮЭ»
www.junwex.com

BRILLIANT STYLE

BS

Brilliant
Style
Jewelry

bsgold.ru
156009, г. Кострома, ул. Юбилейная, 10Б
opt@bsgold.ru
BrilliantStyle_official
brilliant.style
На правах рекламы

16+

Реклама на обложке:
SANIS
JEWELRY
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
ХЕРСОНСКАЯ УЛИЦА, 39,
ОФИС 8-02 (8-Й ЭТАЖ)
+7 (812) 363-47-44
SALES@SANIS.RU
SANIS.RU

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 (Кисловодск), Северо-Кавказский 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. Г. Яровов (Ростов-на-Дону), Южный ФО

РЕДАКЦИЯ

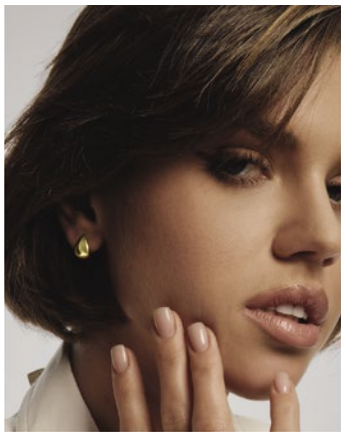
В. В. Будный – издатель
Т. В. Носкова – директор ИД «Ювелирная Россия»
И. С. Федорова – литературный редактор
А. Н. Добров – арт-директор
Е. И. Окочутина – технический редактор
Т. Н. Юдина – корректор
А. В. Андронова – отдел распространения
А. Н. Добров, П. А. Щукин – фотографы

АДРЕС РЕДАКЦИИ
197110, Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., д. 5, лит. А
Тел.: (812) 303-98-60, 320-01-41
E-mail: **noskova@junwex.com**
КОНТАКТНОЕ ЛИЦО Татьяна Вячеславовна Носкова
www.junwex.com

ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ «БЛИКФАНГ»
191167, Санкт-Петербург, ул. Атаманская, д. 3/6
Тел. (812) 380-03-99
Общий тираж 10 000 экз.
Номер подписан в печать 23 апреля 2025
Дата получения тиража из типографии 5 мая 2025

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», 2025 © Авторы публикаций, 2025
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

Содержание



16

14

6

22

ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Приветствие участникам и посетителям XXIV международной ювелирной выставки «JUNWEX Новый Русский Стиль» 4

СЕКРЕТЫ УСПЕХА

SANIS. AURA: три импульса энергии 6
ORTAGOLD: весенние новинки и тренды 2025 8
GRIGORIEV: форум как формула роста 12
Mariola: от мечты к серебряному сиянию 14
Vesna: 9 лет гармонии, красоты и женственности 16
ФИТ: настрой на нормальную работу 18

ВЫСТАВКИ

«JUNWEX Петербург 2025» 20

КРУГЛЫЙ СТОЛ

Выставочная мозаика 24
«Тимирязев Центр»: ожидания оптимистические 26
Спрос изменился 30
Выставка глазами молодых 42

16

16

16

ДИЗАЙН

RoseGrace: качество, красота, современность 45

Признание Петербурга 46

КЛУБ «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

Первая Клубная встреча года 80

Покупатель меняется 82

МАРКЕТИНГ

Чтобы быть заметным 84

РОСЮВЕЛИРЭКСПЕРТ

Кешбэк на участие в выставках 86

КАМЕННАЯ АЗБУКА

Лабораторные и природные: что выбрать? 88

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПАНОРАМА

Строить не стены, а мосты! 90

Традиционные ювелирные выставки

JUNWEX

меняют локацию!

В **мае** и **сентябре** встречаемся в **Тимирязев Центре**

Москва, Верхняя аллея, 6с1

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

14–18 мая 2025

JUNWEX

МОСКВА

24–28 сентября 2025

5 минут от станции метро «Петровско-Разумовская» (выход 5)

20 минут на автомобиле от Садового кольца

20 минут на такси от аэропорта Шереметьево

На правах рекламы

Поздравляем участников и посетителей XXIV международной ювелирной выставки «JUNWEX Новый Русский Стиль» с открытием ежегодного весеннего форума!

Мы желаем вам плодотворной работы на форуме, который является центром притяжения представителей отрасли в преддверии лета, когда ювелирные магазины будут стараться представить своим покупателям самые актуальные и свежие новинки!

Уверены, что потенциал современной выставочной площадки «Тимирязев Центр», высокий профессионализм и колоссальный опыт отечественных ювелиров, достойно прошедших многие испытания, и, конечно, весенний оптимизм, помогающий преодолевать трудности, откроют для всех участников рынка новые перспективы развития бизнеса.

Оргкомитет Программы «Ювелирная Россия»

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ДЕКАБРЬ • МОСКВА

МАЙ • МОСКВА

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

www.junwex.com

На правах рекламы

SANIS

AURA

Три импульса энергии

импульс

ДВИЖЕНИЕ

Интерактивность, движение, трансформация. Украшения AURA способны адаптироваться к настроению, стилю и желаниям. В них инновации встречаются со свободой, а динамика становится синонимом гармонии

импульс

СВОБОДА

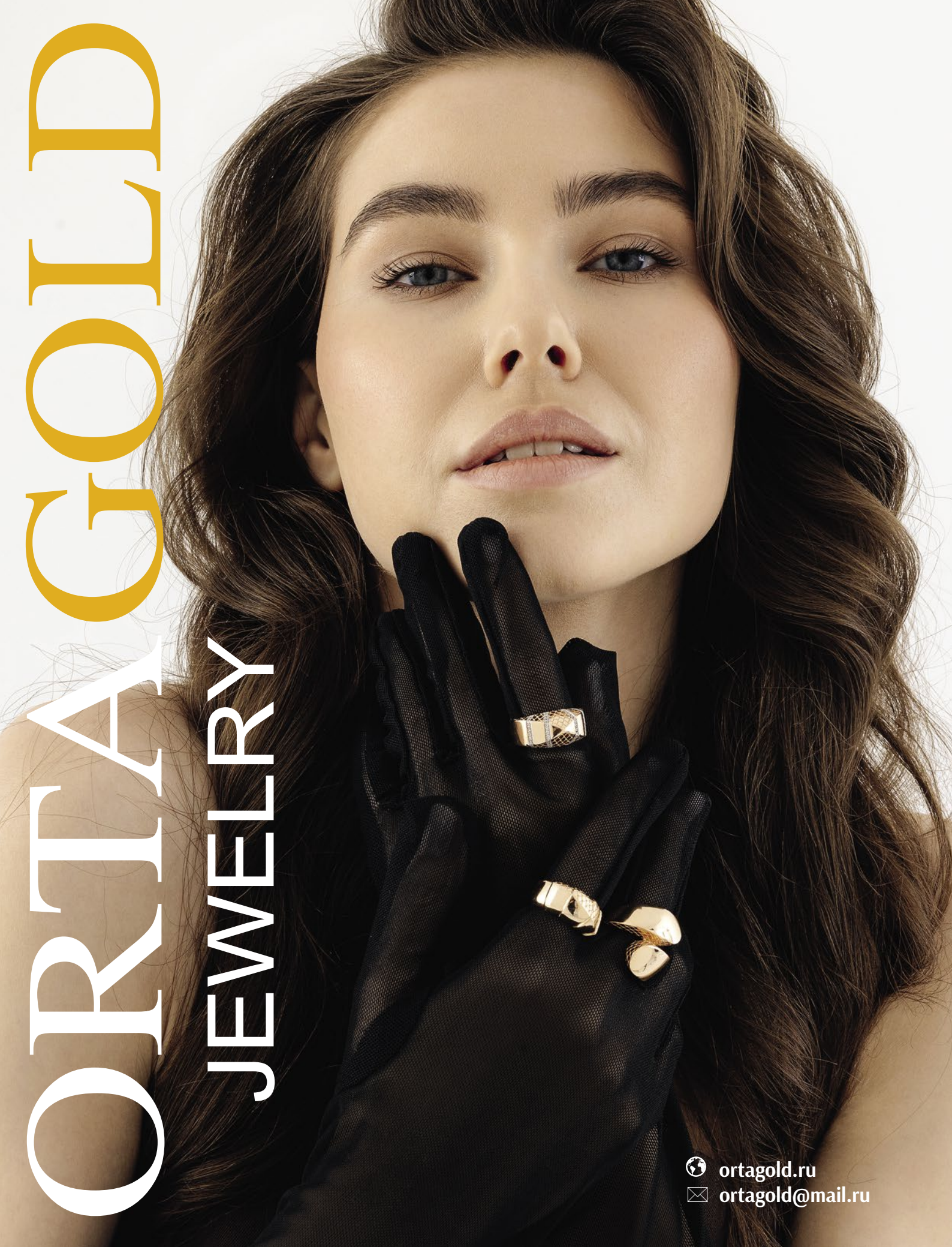
Манифест поколений, живущих здесь и сейчас, ценящих свободу и верящих в силу настоящих эмоций. Не важно кто ты, где ты и сколько тебе лет — создавай свою ауру

импульс

ГАРМОНИЯ

Эстетика комфорта, понятных форм и знакомых образов. Гармония между внешним и внутренним, между трендами и личными предпочтениями. Почувствуйте мир вокруг и внутри себя

AURA
СОБЕРИ СВОЮ АУРУ
Коллекция AURA — это гармония смелых решений и утонченной эстетики. Украшения созданы специально для тех, кто ценит многообразие и свободу выбора. Мы объединили лаконичные, близкие каждому из нас образы, запоминающийся дизайн и интерактивные элементы, чтобы каждая смогла найти то, что отражает ее настоящее, ее характер, ее ауру
ОПТОВЫЙ ЗАЛ В СТЕНД В-300
SANIS
JEWELRY
На правах рекламы

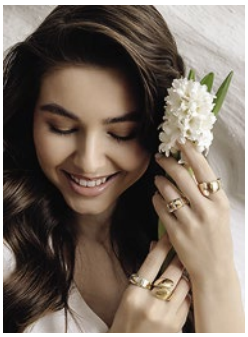

ORTA GOLD
JEWELRY
ortagold.ru
ortagold@mail.ru

Весенние новинки и тренды 2025

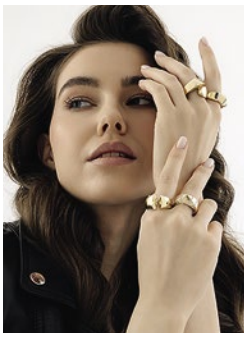
Новый сезон в ювелирной моде ознаменуется игрой фактур, объемов и инновационных форм. Бренд ORTAGOLD уже давно зарекомендовал себя как символ элегантности, безупречного качества и креативного подхода к ювелирному искусству. Весна 2025 года открывает новые горизонты в дизайне украшений, а ORTAGOLD продолжает вдохновлять ювелирное сообщество, создавая коллекции, отражающие главные модные тенденции, сохранять высокое качество продукции и удерживать выгодные цены.

Новинки от ORTAGOLD: совершенство в деталях

ORTAGOLD остается верным своему стилю, сочетая утонченную классику и современную экспрессию. В этом сезоне бренд делает акцент на крупных и необычных формах, оригинальных текстурах и, конечно, на сиянии золота. Ювелирные тенденции этого года строятся на балансе между минимализмом и выразительностью. Среди ключевых дизайнерских решений можно выделить:



- объемные формы — массивные кольца, браслеты и серьги, создающие акценты в образах;
- игра фактур — глянцевые и матовые поверхности, текстурированные детали, нестандартные гравировки;
- блеск без излишеств — украшения из золота без дополнительной инкрустации становятся «новой роскошью»;
- тактильность — текстурированные поверхности, которые хочется ощущать.



ORTAGOLD точно воплощает эти идеи, предлагая стильные модели для женщин, которые ценят уникальность, элегантность и уверенность в себе.

Весенние новинки бренда — это не просто украшения, а способ выразить индивидуальность!

Будущее ювелирного искусства уже наступило, и ORTAGOLD уверенно задает в нем тон!

ORTAGOLD
JEWELRY

Ждем вас на JUNWEX
Новый Русский Стиль

14–18 мая 2025
ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР
СТЕНД **B-214**
(зал Вавилов)

На правах рекламы

Браслет — замкнутая линия,
несущая в себе наследие
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ
украшения
с русской душой
СТЕНД
В-308

ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ

украшения
с русской душой

От талисманов, символизирующих защиту, до украшений, отражающих статус —
браслеты в русской культуре всегда носили глубокий смысл,
являясь символами любви, силы и женской мудрости

На правах рекламы

GRIGORIEV: форум как формула роста

Интервью с основателем и руководителем компании GRIGORIEV Владимиром Григорьевым

Бренд GRIGORIEV успешно реализует стратегию развития на ювелирном рынке, зарекомендовав себя как надежный партнер и производитель высокотехнологичных дизайнерских коллекций из золота с драгоценными камнями. География присутствия бренда охватывает Российскую Федерацию, Беларусь и Казахстан.

В мае бриллиантовый дом GRIGORIEV провел свой уже четвертый по счету масштабный бизнес-форум — амбициозный проект, направленный на обмен опытом представителями ювелирной и ряда других отраслей и совместный с партнерами поиск новых точек роста.

Как все начиналось?

Первый форум GRIGORIEV был проведен 11 мая 2024 года, накануне очередной важной для нас профильной выставки JUNWEX. С момента зарождения мысли о проекте он задумывался как знаковое событие, которое смогло бы не только укрепить партнерские взаимоотношения и объединить участников ювелирного бизнеса, но, прежде всего, обогатить аудиторию стратегическими знаниями и антикризисными решениями, чтобы смело идти вперед в развитии и совместно усиливать позиции отрасли. Год назад мероприятие собрало более ста участников и получило большое количество благодарностей и восторженных отзывов. Наша команда, в свою очередь, укрепилась в мысли о продолжении его сценария и проведении на регулярной основе. К слову сказать, последнее событие посетило более двухсот гостей, чем мы, безусловно, очень гордимся.

Какие составляющие блоки форума Вы считаете ключевыми?

Бизнес-форум GRIGORIEV — это рабочая площадка, состоящая из нескольких важнейших блоков. Один из самых главных — эффективные доклады спикеров — известных экспертов-практиков и коучей. За время проведения мероприятия своими инсайтами и ценной деловой информацией с нашими гостями делились эксперт бизнес-технологий Ангелина Шам, автор и ведущий семинаров, курсов и тренингов Сергей Насибян, эксперт по клиентскому сервису, лояльности и управлению Константин Харский, востребованный эксперт в области сложных продаж Влад Завадский, профессор бизнес-практики школы управления «Сколково», международный эксперт в области управления Марина Починок. При этом мы стараемся

организовать внутренний процесс взаимодействия таким образом, чтобы у партнеров GRIGORIEV была возможность для живого общения со спикерами в части обсуждения острых и наболевших вопросов.

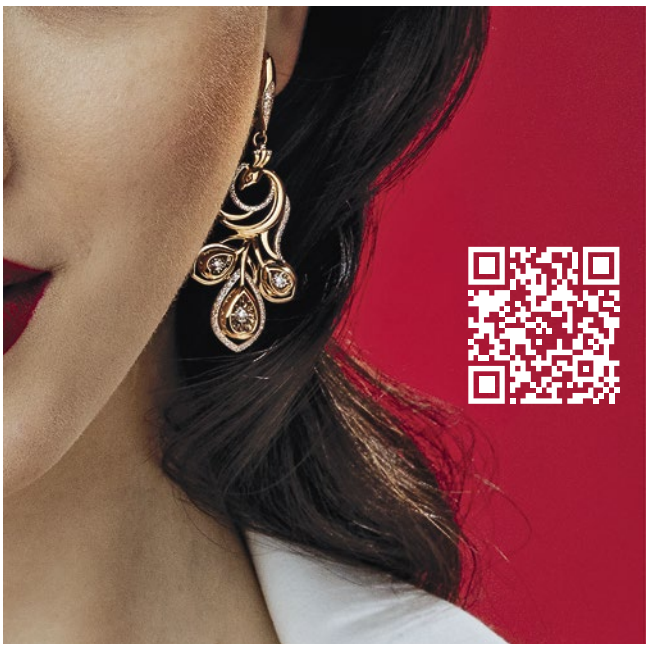
Именно с этой целью мы инициируем круглые столы и зоны для нетворкинга, где слушатели становятся активными участниками обсуждений, могут делиться своими мыслями и генерировать идеи для продуктивного сотрудничества и развития.

Программа форума традиционно включает и выступления партнеров — клиентов GRIGORIEV, которые делятся с аудиторией реальными кейсами, важными с точки зрения обмена опытом и эффективной настройки бизнеса.

Кроме деловой части в рамках события наша команда прорабатывает блок дружеских afterparty, где можно завершить вечер в более непринужденной атмосфере — продолжить общение или просто с удовольствием отдохнуть.

Каким содержанием вы стараетесь наполнять мероприятия?

Мы заботимся о том, чтобы программа каждого форума была максимально конструктивной, актуальной, наполненной бизнес-решениями, которыми можно воспользоваться здесь и сейчас. Говорим о трендах, возможностях и перспективах отраслевого рынка, особенностях покупательского поведения, действенных инструментах продаж, способах привлечения и удержания клиентов, системной работе с персоналом и в целом настраиваем продуктивное сотрудничество с партнерами. На прошлых мероприятиях, в частности, мы разбирали проблемы развития региональных компаний ювелирного рынка в эпоху быстрых перемен.



Обсуждали мотивацию и способы формирования успешных команд нового поколения. Осваивали «экологичные» приемы увеличения продаж, основанные на считывании ситуативных эмоций и мотивов клиента и чутком удовлетворении их запросов. Рассматривали подходы к коммуникации с покупателем в условиях конкуренции с маркетплейсами и падения доверия к традиционным продажам.

Что для Вас форум GRIGORIEV?

Наш большой бизнес-форум — это история профессионального сплочения и непрерывного развития, бесценный организаторский опыт, укрепление партнерских отношений и единение с собственной командой. Сегодня я не могу представить себя в отрыве от этого события — взаимодействия с уникальными специалистами и вовлеченными в диалог партнерами, волнительных моментов подготовки мероприятия, искренней радости от эмоционального сближения с единомышленниками. Форум — пульс, позволяющий неустанно двигаться вперед, это формула роста, которой мы с удовольствием готовы делиться, чтобы ювелирная отрасль развивалась с завидным успехом.

GRIGORIEV
diamond house

«JUNWEX Новый Русский Стиль» 14–18 мая
павильон «Вавилов», **стенд B-506**

На правах рекламы

Mariola: от мечты к серебряному сиянию

История бренда, создающего ювелирные шедевры

В мире, где тренды сменяются с головокружительной скоростью, Mariola — бренд ювелирных украшений из серебра — выделяется своей вневременной элегантностью и бережным отношением к традициям, сочетая их с современным дизайном. Но за каждым сияющим украшением Mariola скрывается вдохновляющая история, которая делает бренд особенным и ценным для его поклонников.

НАЧАЛО ПУТИ: ОТ УВЛЕЧЕНИЯ К ВОПЛОЩЕНИЮ

История Mariola началась с небольшой мастерской, где генеральный директор компании Марина Александровна Мартышева, вдохновленная красотой серебра и искусством ручной работы, решила воплотить свои мечты в реальность. Любовь к деталям, стремление к совершенству и желание создавать украшения, которые будут не просто аксессуарами, а отражением индивидуальности каждой женщины, стали фундаментом бренда.

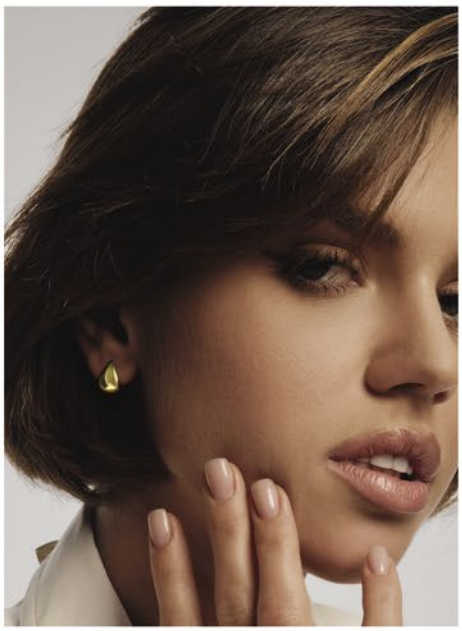
С каждым новым эскизом, с каждым изящным изгибом серебра бренд Mariola укреплял свою веру в то, что ювелирное искусство — это не просто ремесло, а способ выразить чувства, эмоции и создать связь между мастером и обладателем украшения.

MARIOLA СЕГОДНЯ: СОЧЕТАНИЕ ТРАДИЦИЙ И ИННОВАЦИЙ

Сегодня Mariola — это узнаваемый бренд, известный своим уникальным стилем и высоким качеством исполнения украшений. Его главные ценности остаются неизменными.

- Ручная работа: каждое украшение Mariola создается вручную опытными ювелирами, которые вкладывают в него частичку души.
- Высококачественное серебро: Mariola использует только серебро 925º, гарантируя долговечность и безупречный внешний вид украшений.
- Уникальный дизайн: Mariola сочетает классические мотивы с современными тенденциями, создавая украшения, которые всегда актуальны и подчеркивают индивидуальность своих обладательниц.

Mariola — больше, чем просто украшения.
Это история, воплощенная в серебре.
Это индивидуальность, подчеркнутая стилем.
Это роскошь, доступная каждой женщине.



MARIOLA

JEWELRY

СТЕНД В-321

На правах рекламы

Vesna 9 лет гармонии, красоты и женственности

Ювелирный бренд Vesna продолжает создавать украшения, в которых живет дыхание весны. Каждое изделие — не просто аксессуар, а частица обновления — как первый луч солнца, растопивший лед. Оно подарит своей обладательнице энергию расцвета — от нежного трепета новых чувств до уверенности в своей уникальности.

За годы работы компания не только сохранила верность этой философии, но и сформировала узнаваемый код: украшения как инструмент самовыражения, где эстетика находится в балансе с функциональностью, а эмоции — с безупречным качеством.

ФИЛОСОФИЯ ЕСТЕСТВЕННОГО СВЕТА

Бренд доказал, что понимание глубинных потребностей аудитории — основа коммерческого успеха. Драгоценности Vesna — это способ сделать внутренний свет женщины видимым. Плавные линии, переливы камней, игра света на металле — все работает на то, чтобы подчеркнуть природную гармонию, а не заменить ее. Vesna переосмысляет саму концепцию женской притягательности.

www.vesna.gold

МОДА КАК ВЕЧНОСТЬ

Мы ежегодно посещаем самые крупные мировые выставки, анализируем тенденции, изучаем новые технологии в производстве. Именно поэтому украшения бренда Vesna всегда актуальны, технологичны и соответствуют модным трендам. В каждой коллекции воплощены наиболее инновационные идеи в сфере ювелирной моды. Дизайнеры Vesna создают не сезонные линейки, а украшения, которые вдохновляют, как первый весенний день, — вневременные, наполненные символами роста и обновления.

МИССИЯ: ПОМОГАТЬ ЖЕНЩИНАМ ЦВЕСТИ

В коллекциях бренда воплощена идея женственности и весеннего настроения. Каждый день с украшением Vesna — это диалог с самой собой. Когда металл мягко переливается на солнце, а камень ловит свет, вы вспоминаете: женственность не нужно конструировать — ей нужно позволить прорасти. Именно поэтому клиентки называют Vesna своим «драгоценным символом уверенности»: украшения напоминают о том, что красота рождается из гармонии с собой. Драгоценности Vesna стали для своих обладательниц символами личных побед, материнства или романтических моментов.

Бренд Vesna — не только про ювелирные изделия. Он про то, как найти свою весну и носить ее в сердце!

Vesna
В-206
ЗАЛ
ВАВИЛОВ
www.vesna.gold
На правах рекламы

Настрой на нормальную работу

С какими планами подошла компания «ФИТ» к майской выставке? Об этом мы побеседовали с руководителем предприятия Кириллом Масловым

Как прошел для компании февральский форум «JUNWEX Петербург»?

Ситуация с оптовиками была не столь радужной, как хотелось бы, но на удивление очень порадовала розница. Рекламные кампании JUNWEX в городе традиционно заметные, и в этом году по работе нашего стенда я особенно хорошо почувствовал результаты того, как организаторы эффективно привлекают именно массовую потребительскую аудиторию.

До майской выставки осталось немного времени, какие планы у предприятия на этот период?

На текущий момент металл стал дешевле, чем мы закладывали в план, поэтому оптовый отдел получил возможность предоставления дополнительных скидок при покупке без отсрочки платежа. Это хороший аргумент для ритейла: у нас много достаточно тяжеловесных изделий, поэтому скидка превращается в весьма приятную сумму. Судя по отчетам комиссионеров, апрель прошел в розничной торговле со слабыми продажами. Да и ряд коллег-производственников, с которыми я постоянно общаюсь, говорят о неуклонном снижении спроса. Я с гордостью могу сказать, что наши изделия действительно хорошо продаются. Уж не знаю, в чем именно мы угадываем, но наш ассортимент востребован. Особых провалов спроса я не вижу, впрочем, как и подъемов. Исходя из всех перечисленных

обстоятельств, когда сотрудники обратились ко мне с вопросом «будем ли работать на майских праздниках?», я честно ответил, что есть два равновероятных сценария.

Первый — базовый: до первого мая загруженность работой будет полная, даже с запасом, а в праздники традиционно отдыхаем. Затем — выставка, при подготовке к которой я сознательно не разрешаю себе надеяться на то, что «звезды сойдутся». Хотя, конечно, этого очень хочется. Так было, например, два года назад, когда майская выставка «выстрелила»: по ее итогу у нас сделали закупки двадцать три новых оптовых клиента. Но в любом случае форум будет серьезный. Те ритейлеры, кто не был на февральской выставке, наверняка приедут в Москву. Кроме того, нам очень важна розница в мае. Надеюсь, новая локация откроет для нас в этом смысле широкие перспективы. Плюсы «Тимирязев Центра» я вижу уже заранее, и самый важный, пожалуй, — наличие парковок.

Второй вариант развития событий может быть в случае, если те дополнительные скидки, которые я ввел на определенный срок, сработают и повысят наши объемы продаж. Мы живем в России, однако все бизнес-процессы у нас так или иначе связаны с тем, что сегодня творится с «зелеными бумажками». Поскольку сейчас я могу купить металл дешевле, то приглашаю клиентов разделить со мной эту радость. Если они откликнутся, будем работать на полную мощность в течение всех майских праздников!

Ювелирная компания
ФИТ
СМОТРИТЕ НАС НА
YouTube
БУДЬТЕ С НАМИ
На правах рекламы
ОПТОВЫЙ ОТДЕЛ:
+7 (812) 333-41-47
РОЗНИЧНЫЙ ОТДЕЛ:
+7 (911) 926-64-10
На правах рекламы

JUNWEX ПЕТЕРБУРГ

Выставка в цифрах:

Площадь экспозиции
20 000 м^2

Число участников
375 компаний

Число посетителей
23 478 человек

Число оптовиков
5 583 человека

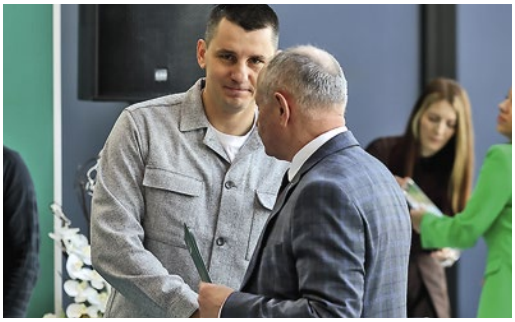
Выставка показала, что отраслевое производство по-прежнему характеризуется снижением числа игроков: округляя данные, можно сказать, что из 10 000 предприятий осталось чуть больше 2000. Недостаток собственного производства в стране восполняет импорт, не всегда официальный. Власти статистику засекретили, нам трудно ориентироваться, но знаем, что перед выставкой таможня еле справлялась с потоком импорта. А сколько на «невидимом фронте»? И эксклюзивы в большинстве «в тени»... Результат ужесточения условий работы? Стремления проследить движение товара? Желания повысить собираемость налогов? Пусть власть сама ищет ответ.

Рыночные процессы идут не на пользу развитию собственного производства, начался его перевод в «спокойные» страны с более выгодными условиями для бизнеса. Что-то в этом ЕврАзЭСе не так! Ювелиры уже понимают это, а власти?..

В рамках выставки традиционно состоялось совместное совещание Совета Ассоциации «Гильдия ювелиров России» и Высшего совета Клуба «Российская Ювелирная Торговля». Итогом встречи стало согласование общей платформы по вопросу полномочий ФОИВов в сфере ДМДК. Вопрос

этот рассматривался уже неоднократно, но в текущей ситуации приобрел особо важное значение. Позиция участников отрасли включает несколько основных тезисов:

- необходим один четко обозначенный ФОИВ, отвечающий за развитие ювелирной индустрии;
- ФОИВ должен обладать всем набором компетенций, дающих ему право на разработку не только новых нормативно-правовых актов, но и стратегии развития ювелирной отрасли в целом;



- ФОИВ должен иметь полномочия на поддержку ювелиров субсидиями и иными инструментами, поддержку малого бизнеса и экспорта продукции из ДМДК, что должно быть четко обозначено в законодательстве;
- Контрольно-надзорный орган в ювелирной сфере должен исполнять полномочия, определенные именно задачами организации контроля и надзора, но он не должен формировать правила оборота ДМДК на рынке.

Мнения участников совещания оказались едины: ни один ФОИВ не имеет сегодня компетенций в ювелирной отрасли больше, чем Минфин России. Соответственно, он и должен заниматься стратегическим планированием.

Что касается оптово-розничного спроса, выставка выявила несколько определенных тенденций.

- Количество оптовых покупателей в этом году снизилось по сравнению с показателем прошлого февраля, а розничных посетителей зафиксировано, наоборот, больше.
- Клиентов меньше, но все покупают. В этом феврале на обмены и возврат товара не отвлекались.
- Оптовики закупали меньше по объемам, но больше по деньгам.
- Уже третий год мы видим на выставках ритейлеров из «новых территорий», а в этот раз на выставке появились и оптовики из Тирасполя, Молдавии, Румынии.
- Заполняемость оптовиками стендов заводов, имеющих собственные торговые сети, все дни была полной. И это при статистическом сокращении зарегистрированных юридических лиц в торговом сегменте с 12 000 до 4000. Явное свидетельство глобализации и монополизма. Количество точек в крупных сетях увеличивается, других магазинов становится меньше.
- Рост стоимости золота воспринимается оптовиками философски: «Надо брать: дешевле, чем сегодня, уже не будет!»

Стенд B-402
talantgold.ru
TALANT
silver
На правах рекламы

Выставочная мозаика

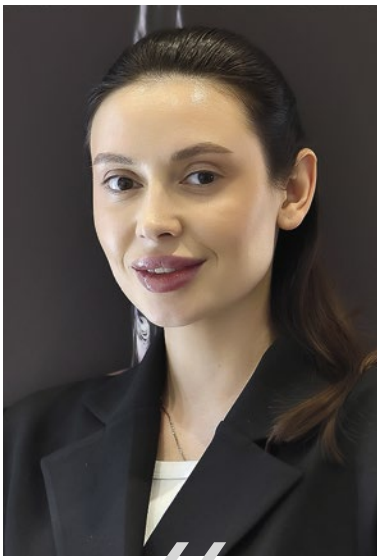
Виктория Коваленко, «Сигма Голд»

Несмотря на то, что наша компания работает на рынке очень давно, и с JUNWEX мы с самых первых его шагов, в течение последних лет участие в выставках Программы «Ювелирная Россия» мы не принимали. Отсутствие объясняется легко — у нас в Калининграде фирменная сеть из восьми магазинов, которая и обеспечивает реализацию значительного объема производимой нами продукции. Сравнивая выставки прошлых лет с нынешней, мы видим, что оптовиков приехало гораздо меньше. И если раньше они проводили здесь два–три дня, то в этот раз приехали на один, что оказалось довольно неожиданным. Многие из тех ритейлеров, кто работал с золотом и янтарем, перешли на серебряный ассортимент. Сейчас далеко не первый год в череде тяжелых для ювелирной отрасли, но участники рынка, которых не «добили» предыдущие годы, кто пережил ГИИС, в итоге не выдержали НДС. Среди наших партнеров есть компания, с которой мы сотрудничали более двадцати лет по золоту с янтарем, и она впервые отказалась от этого ассортимента, распродала золотые изделия и перешла полностью на серебро. Это очень обидно, потому что владельцы компании — талантливые люди, умеющие видеть и понимать красоту, сами работающие с металлом, янтарем и деревом. Многие изделия для этой фирмы мы выполняли по заказу. Именно такие люди и делают ювелирную отрасль искусством. И становится очень грустно, когда подобные компании вместо развития входят в режим выживания...

> «Сейчас наш рынок сильно поменялся, и у целевой аудитории уже нет определенного возраста, янтарь воспринимается вне времени.

Специфика нашего предприятия — в особом, нетипичном для большинства участников янтарного рынка пути развития. Много производителей украшений с янтарем перешли от бус к ювелирным изделиям, у нас же наоборот: изначально мы выпускали украшения с камнями первой группы, продолжаем это делать до сих пор и, начав работать с янтарем, расширили имеющийся ассортимент. Поэтому профессиональный уровень наших мастеров позволяет создавать уникальные вещи — такие как, например, серия миниатюр «Мотоциклы».

На сложившуюся в отрасли ситуацию сильно влияет и постоянный рост цен на золото. На нынешней выставке к нам пришла розничная клиентка, несколько лет назад купившая у нас кольцо, его оптовая цена составляла восемь тысяч рублей. Сейчас стоимость этого же кольца в опте — двадцать пять тысяч рублей. Если говорить о сегменте янтаря, то спрос здесь развивается волнообразно. Я пришла работать в янтарную отрасль в 2001 году, основной целевой аудиторией тогда были женщины «55+», которые «выросли» на продукции еще советского Калининградского янтарного комбината. Потом возрастная категория покупателей постепенно начала становиться моложе. Затем — «китайский бум», который был хорош тем, что дал бизнесу рывок и подстегнул интерес самих россиян к янтарю, сделал янтарь модным. Появилось много молодых компаний, работавших на станках с ЧПУ, сотрудничавших с креативными дизайнерами, создававших что-то новое, красивое и необычное, демонстрировавших свежий взгляд на янтарь. К сожалению, как я уже сказала, ряд таких фирм не пережили испытания последних лет и закрылись. В отрасли в целом наблюдается спад, а ведь янтарь покупают, как правило, только тогда, когда уже есть фианиты, бриллианты и жемчуг. Но, в любом случае, сейчас наш рынок сильно поменялся, и у целевой аудитории уже нет определенного возраста, янтарь воспринимается вне времени.



«Все видят преимущества и выгоду от работы с выращенными бриллиантами: изделия получаются шикарными — и по привлекательным ценам.

Юлия Белова, IQ Diamonds

Наша компания работает в сегменте выращенных бриллиантов и изделий из них уже пятый год. В последнее время мы активно расширяем наше производство в Москве, и поэтому пришло время представить свои коллекции на JUNWEX. Нам важно посмотреть, какие бренды есть на рынке, проанализировать, где мы отстаем, в каком направлении двигаться дальше. Многогранность и масштабность выставки впечатляют, но хотелось бы видеть здесь больше молодых марок. По десятибалльной системе наше имиджевое участие я бы оценила на «десять», коммерческие результаты — на «семь». Чем больше мы будем рассказывать клиентам о выращенных бриллиантах, тем лучше! Оптовики отмечали красоту наших изделий, оригинальные формы и высокое качество. Удалось заключить контракты с несколькими торговыми сетями, есть потенциальные договоренности о партнерстве. Мы были одними из первых, кто начал на нашем рынке выпускать украшения с CVD-бриллиантами. В то время статистика Яндекс по России ежемесячно составляла пять–восемь подобных запросов, в настоящее время — более 3000–10000. Но в течение двух–трех лет мы вели огромную работу: рассказывали в СМИ, обучали экспертов, отвечали на вопросы розничных клиентов, объясняли, что это не какая-то новая «синтетика», не аналог муассанита. Сейчас многие сети успешно продают такую продукцию, и это значительно повысило лояльность к ней покупательской аудитории. И мастера, и ритейлеры видят преимущества и выгоду от работы с выращенными бриллиантами: изделия получаются шикарными — и по привлекательным ценам. Но «дешевле дешевого» — не наша концепция. Мы большое внимание уделяем созданию ценности бренда и продукта: выпускаем красивые и оригинальные коллекции, рассказываем о наших мастерах, предлагаем уникальные виды фантазийных огранок, постоянно ищем новые дизайнерские решения. В каждую коллекцию мы вкладываем определенный смысл, символическое значение. Например, серия подвесок — выращенных бриллиантов в форме букв — позволяет не только выразить индивидуальность их обладателей, но и предложить им персонализированные подарки, которые могут стать памятью об особых моментах в жизни.

Яна Карасова, JOYANA

Бренд JOYANA молодой: в 2022 году мое хобби перешло в бизнес. И он начал развиваться такими активными темпами, что, помимо розничных продаж, мне стало интересно сотрудничество с постоянными торговыми партнерами. Изначально организаторы выставки пригласили меня в качестве спикера на круглый стол «Синергия дизайна», и я подумала, что это хороший повод для участия в качестве экспонента. Все сложилось очень удачно: приятно было встретить и своих постоянных покупателей, и коллег, которые говорили, что рады видеть меня на JUNWEX. На мое выступление в рамках деловой программы выставки пришло много слушателей. Это означает, что они разделяют ценности бренда. Наши украшени — цветотерапия, которая влияет на состояние и настроение человека. Мы стремимся компенсировать украшениями недостаток солнца и ярких красок в повседневной жизни. Я благодарна организаторам выставки за всемерную поддержку и теплое отношение. Результаты работы — бизнес-контакты и обмен опытом — оцениваю однозначно положительно. Я получила от оптовых покупателей множество вопросов и предложений по закупкам наших изделий. Даже не ожидала, насколько широкой окажется география партнеров: Челябинск, Новгород, Воронеж, Москва, Крым — как крупные сети, так и небольшие торговые компании.

«Тимирязев Центр»: ожидания оптимистические

Михаил Стрельников, SANIS

Есть рынок, есть профессиональное сообщество, а любые события в его рамках могут восприниматься по-разному — как трудности, барьеры или возможности. А могут вообще нейтрально: вот новая площадка, она расположена в определенном месте, мы все собираемся там и все хотим, чтобы наше общение было максимально комфортным и открытым. Людям сегодня не хватает общения. На этой выставке я услышал: мы стали меньше делать отборки товара, но больше разговаривать. Если рассматривать вопрос локации с этой точки зрения, то мы сделаем красивый стенд и эффектную выкладку, привезем новые коллекции (у нас уже много идей!) и будем рады всем, кто не поленится, выделит время, деньги и найдет возможность приехать на выставку. Я твердо уверен, что это обязательно окупится с лихвой. Даже если собственник торговой компании не делает отборок и приезжает один, без товароведов, он все равно должен находиться в этой среде, ведь это его жизнь! Поэтому новую площадку я воспринимаю как место, где мы опять все соберемся и будем иметь возможность поговорить, поделиться чем-то, порадоваться друг за друга. Сейчас рынок сужается, остается не так много людей, с которыми работаешь. И люди эти становятся интереснее, чем были раньше, потому что в сложные времена успешно вести бизнес могут лишь те, кому хватает терпения и таланта. Талант такая штука, если он есть, ты им не можешь не делиться с окружающими: тебе хочется что-то сказать, сделать что-то и показать.

> «Новую площадку я воспринимаю как место, где мы опять все соберемся и будем иметь возможность поговорить, поделиться чем-то, порадоваться друг за друга.

Кроме того, я доверяю JUNWEX: организаторы занимаются этим бизнесом не первое десятилетие и являются профессионалами в своем деле. Мы видели не одну альтернативу, которая пыталась пробиться на выставочное поле, но ни разу не получилось. Значит, этот рынок тоже очень жесткий, и в нем остаются только те, кто являются лидерами. Да и ювелирам проще, когда есть один ключевой выставочный оператор: история с конкуренцией никому не интересна. Ведь мы знаем по собственному опыту: если в каком-то городе много лет сотрудничаешь с партнером, а потом рядом открывается магазин его конкурента, торгующий нашим товаром, то, по сути, в объемах мы не растем. При этом работать нам становится сложнее: два контрагента вместо одного, две статистики и т. д. А сейчас любые действия достаточно затратны, поскольку осложнены усилиями в сфере ГИИС ДМДК и маркировки, расширением штата или выгоранием сотрудников, на которых возлагаются дополнительные функции...

Евгений Хохлов, BaltSilver

Переезд выставки на новую площадку меня не пугает. В нашей жизни постоянно что-то меняется, приходится адаптироваться. Лично впечатление о «Тимирязев Центр» пока не составил, доверяю менеджеру JUNWEX.

Времена сейчас сложные, торговля в ювелирных магазинах слабая. Раньше мы работали с отсрочкой платежа, теперь — только по предоплате. Некоторые наши клиенты говорят, что не готовы делать отборки, так как долгов и без того много. Тем не менее, если до выставки были определенные опасения, то сейчас от майского форума у меня хорошие ожидания. Благодаря тому, что мы скорректировали ассортимент, оставив только высоколиквидные изделия в ценовой категории, позволяющей сделать значительную торговую наценку, а также во многом благодаря «вкусной подаче» наших коллекций, результаты «JUNWEX Петербург» нас порадовали. Не знаю, как моей жене Дарье удается, воспитывая троих детей, находить силы на создание оборудования и оформление витрин, которое никого не оставляет равнодушным! Все клиенты обращают внимание, хотят сделать в своих магазинах такую же выкладку, заказать такое оборудование. Крупных клиентов, кстати, за выставку у нас прибавилось, и это не только сети. Интернет-торговля сейчас на подъеме. Мы уже давно изготавливаем продукцию для компаний, которые торгуют на WB и OZON, и таких клиентов становится только больше. А на этой выставке заключили контракт с одним крупным маркетплейсом, специализирующимся на ювелирных изделиях. Поэтому ожидания у меня очень оптимистичные! Теоретически можно предположить, что в новой локации может уменьшиться поток розничных покупателей, но мы на них не рассчитываем. А для опта она гораздо удобнее, чем ВДНХ.

Виталий Мухортов, «Альтмастер»

Идея с выставками JUNWEX на ВДНХ была в свое время отличной! Это был для всех нас прекрасный период, но нужно менять формат, потому что на ВДНХ категорически не идет VIP-клиент. Никак его туда не заманишь! Не ассоциируется Выставка достижений народного хозяйства с дорогими ювелирными изделиями. «Тимирязев Центр» прекрасно расположен, туда гораздо удобнее добираться из «богатых» пригородов — с Ленинградского шоссе, Новой Риги и т. д. Площадка современная, новая, все свежее и приятное взгляду. Вокруг уже построены престижные ЖК, расположен парк «Дубки». Поток розничных клиентов значительно увеличится за счет жителей близлежащих микрорайонов. Сама площадка — достаточно камерная, не широкоформатная, что позволяет делать сегментарные проекты, представляя ювелирный рынок в более «люксовой обертке».

Татьяна Стародубцева, La Nordica

Мы мечтаем о новой красивой, презентабельной выставочной площадке, которая бы привлекала нашу клиентуру. Потому что, несмотря на кризисы, проблемы, сложные условия, мы продолжаем делать свою работу — создавать прекрасные коллекции, вкладываться в развитие бренда. Нам хочется, чтобы российские ценители драгоценностей в ситуации, когда границы закрыты, могли, никуда не выезжая, прийти на замечательное мероприятие, увидеть стильно оформленные стенды, спокойно выбрать потрясающие украшения — ничем не хуже тех, что представлены за рубежом. Новую площадку мы пока не изучали, но планируем это сделать в ближайшее время. Думаю, она в любом случае будет удобнее, чем ВДНХ. Надеемся, что «Тимирязев Центр» окажется более лояльным к застройщикам и экспонентам, учтет специфику работы ювелирного бизнеса.

Игорь Высоков, «Высоковы 585»

Узнав новость о смене площадки, мы обрадовались. На ВДНХ работать трудно, мы испытываем там множество сложностей. Во-первых, выставка размещается в двух отдельных павильонах, следовательно, оптовые покупатели вынуждены переходить из одного в другой. Это определенное время и две разные локации. Во-вторых, когда стенд находится на втором этаже, погрузочно-разгрузочные работы выполнять физически тяжело. Как и все участники выставки, на ВДНХ мы сталкиваемся с проблемами подъездов и парковок. Рядом нет гостиниц хорошего качества, и даже из тех, которые есть, идти до павильона долго. На площадке нет приличного фудкорта: выйти перекусить или попить кофе — тоже потеря времени.

Я посмотрел презентацию «Тимирязев Центр» на сайте и обсудил вопросы расположения комплекса и погрузочно-разгрузочных зон с менеджером JUNWEX. Увидел, что есть большой фудкорт, туалетные комнаты хорошего уровня, все новое, современное — а это немаловажно. Гостиницы пока не выбирал, но в любом случае они будут лучше, чем Cosmos. Кроме того, новая площадка позволила найти оптимальное место для нашего стенда. Поэтому у нас есть надежда на положительные эмоции от работы в «Тимирязев Центр»!

ТВОЁ СОЧНОЕ ЛЕТО

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

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

opt@leto-j.ru

leto-j.ru

Leto_jewellery

leto.jewelry

На правах рекламы

Спрос изменился

Иван Кудрявцев, ЮЗ «Злато»

Наша команда начала подготовку к «JUNWEX Петербург» задолго до начала выставки, так как мы стремились максимально эффективно использовать эту площадку для встречи с клиентами. Процесс согласования дизайна стенда в новом формате занял довольно много времени, но результат превзошел ожидания: стенд получился необычным и запоминающимся. Мы ориентируемся на свою целевую аудиторию — это как ценители и поклонники ювелирных украшений из жемчуга, так и продавцы «массовочного» ассортимента. Мы искренне любим наших клиентов, всегда им рады и ждем на стенде. В ассортименте у нас в основном представлены классические модели — невычурные, на любой возраст, которые пользуются устойчивым спросом и хорошо продаются в магазинах партнеров. Качество этих изделий соответствует высоким стандартам, они всегда востребованы на рынке. Потому наши ожидания от работы на выставке, как правило, совпадают с фактическими продажами. Несмотря на то, что «JUNWEX Петербург» по результатам для нас традиционно слабее московских форумов, мы остались довольны: все поставленные задачи были успешно решены. Теперь с нетерпением ждем мая, когда вновь сможем представить клиентам новинки и серийную продукцию. Что касается «Тимирязев Центр», мы пока его не видели, но планируем посетить в ближайшее время, чтобы подготовиться к предстоящему мероприятию. Надеемся, что эта площадка станет местом хороших продаж, а следующий выставочный опыт окажется для нас таким же успешным, как нынешний. Мы готовы к новым вызовам и возможностям!

Сергей Ярутин, Prestige

К выставке мы как всегда подготовили большое количество новых моделей, пригласили на стенд партнеров. Предварительные переговоры с клиентами показали, что в Петербург приедут не все из них: если сравнивать с прошлым годом, то в рознице продажи упали на 30%, Новый год не оправдал ожиданий и, как следствие, в магазинах скопились значительные остатки товара. Закупать на выставке по более высоким ценам для ритейлеров не имело смысла. Отсутствие оптовиков из Сибирского и Дальневосточного округов можно связать и с логистическими трудностями — это общая проблема для многих региональных компаний. Несмотря на такую ситуацию, первые два дня работы в Экспофоруме показали, что отборки у нас не меньше, чем в прошлом году. Нельзя сказать, что какой-то ценовой сегмент «просел», заказы идут и по массовой, и по премиальной продукции. Широкий ассортиментный диапазон позволяет привлекать торговые компании разных форматов и бюджетов, что важно в условиях нестабильности рынка.

Выставка — отличная возможность презентовать новинки и укрепить отношения с партнерами. Позитивный настрой команды и готовность адаптироваться к изменениям на рынке играют при этом важную роль, помогая и привлекать новых клиентов, и удерживать существующих. Принципиально не сотрудничаем с маркетплейсами — это наше стратегическое решение: не хотим создавать конкуренцию торговым партнерам, которым сейчас и так трудно выживать. Сегодня

Стенд B-402
talantgold.ru
TALANT
silver
На правах рекламы

ювелирным магазинам важно предлагать уникальные и привлекательные изделия, чтобы выделяться на фоне других игроков, а не конкурировать по цене. Непрерывное совершенствование модельного ряда и стремление удивить покупателя чем-то необычным — это ключевые факторы успеха. Мы за год практически полностью обновили линейку моделей, стараемся следить за трендами, развивать идентичность бренда и поддерживать связь с клиентами, чтобы оставаться конкурентоспособными. Наша компания молодая, активно набирает обороты и с уверенностью смотрит вперед. На рынке есть много игроков, с которыми мы пока не работаем, поэтому возможность для развития у нас есть.

Александр Климов, «СВ Групп»

Мы впервые приняли участие в выставке JUNWEX, впечатления у нас очень позитивные. Объем продаж — и оптовых, и розничных — даже несколько превзошел наши ожидания. Мы были приятно удивлены большим количеством соотечественников, которые проявляют интерес к продукции из янтаря. Покупательская аудитория в таком сегменте значительно «помолодела»: сегодня это, как правило, люди двадцати пяти — тридцати лет. Азиатские баеры тоже присутствовали на выставке. Но если в Китае традиционно ценится в основном матовый, пейзажный янтарь, то российские клиенты предпочитают камни широкой цветовой палитры — от классических коньячных оттенков до зеленого. За 2024 год мы сделали серьезный рывок в развитии ассортимента: продолжая выпускать «каменку» — бусы и браслеты, мы освоили производство изделий с серебром и посеребрением, сувенирное направление. В выставке такого масштаба мы смогли принять участие благодаря Центру «Фонд поддержки предпринимательства Калининградской области» в рамках коллективного стенда. В целом по пятибалльной системе я бы оценил наши результаты на твердую четверку. Мы получили очень важный выставочный опыт и планируем принять участие в «JUNWEX Москва» уже с индивидуальным стендом.

Александр Кислов, ГК «Бархатный сезон»

Ювелирный рынок продолжает меняться. Переход на новые налоговые режимы, усиление позиций маркетплейсов и федеральных игроков создают серьезные вызовы для всей отрасли. В условиях жесткой конкуренции важно своевременно принимать управленческие решения и адаптироваться к требованиям разных сегментов. На выставках все чаще заметно, что многие клиенты не ищут новые возможности, а придерживаются привычных схем. Торговые представители закупаются у крупных игроков и, не изучив предложения выставки, быстро покидают мероприятие. Такой подход тормозит развитие розничного рынка. Будущее отрасли связано с возвращением к качеству и индивидуальному подходу. Покупатели становятся все более требовательными и осознанными в выборе. Компании, которые смогут адаптироваться к этим изменениям, сохранят свои позиции и продолжат успешно работать. Несмотря на текущие трудности, развитие рынка неизбежно. Маркетплейсы активно завоевывают рынок, но офлайн-продажи остаются значимой частью ювелирной индустрии. Большинство клиентов по-прежнему хотят увидеть, выбрать и примерить украшения перед покупкой, а также получить подробную консультацию, которая влияет на их решение. Поэтому, несмотря на популярность маркетплейсов, традиционные магазины останутся востребованными. Региональные компании могут использовать свои сильные стороны: известность в своем городе, знание местного рынка и личное общение с клиентами. Вместо того, чтобы

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

Статус

Мужские изделия из золота и серебра

Держим цены, сохраняя качество!

Павильон «Вавилов»

Стенд В-208

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

На правах рекламы

конкурировать с крупными сетями, стоит сосредоточиться на создании уникальных предложений и развитии собственных каналов продаж.

Два года назад мы инвестировали значительные средства в производство, чтобы минимизировать зависимость от внешних факторов. Нам удалось справиться без кредитов. Сегодня мы предлагаем партнерам не только стандартные коллекции обручальных колец и крестов, но и эксклюзивные изделия, разработанные специально для их магазинов. Это позволяет им успешно конкурировать с сетями и маркетплейсами, ассортимент которых зачастую однотипен.

Елена Воротникова, Medea

За последние два года спрос значительно изменился: люди долгое время находились в замкнутом пространстве из-за пандемии, а теперь они стремятся к самовыражению и ярким образам. Клиенты выбирают крупные и эффектные украшения. В нашем ассортименте представлено большое разнообразие таких изделий — от массивных до изящных — в бронзе, латуни, серебре с различными гальваническими покрытиями. Большинство украшений — с натуральными камнями. Мы ждем переезда выставки в «Тимирязев Центр»: пока трудно оценить эффективность новой площадки, но мы настроены оптимистично и не боимся перемен, надеемся на продолжение сотрудничества с нашими партнерами.

Анастасия Андросова, ЮД Cassiopea

Наш бренд совсем молодой, и предновогодняя выставка «JUNWEX Лучшие украшения в России» стала для него дебютной. Участие в петербургском форуме, гораздо более масштабном, чем декабрьский проект, — второй наш выставочный опыт, и мы надеемся на долгосрочное сотрудничество с JUNWEX. Благодарим коллектив медиахолдинга за профессионализм, прекрасную организацию мероприятий, поддержку и оперативное решение всех возникающих вопросов.

Несмотря на молодость, бренд уже успел зарекомендовать себя, позиционируясь как инновационный игрок в премиум-сегменте. Наша цель — сохранить высокое качество изделий, эффективно комбинируя современные технологии и классическую ручную работу мастера. Такой подход позволяет создавать элементы украшения, которые собираются, как в популярном конструкторе, где все детали идеально подогнаны для соединения друг с другом. Производственные технологии мы держим в тайне, постоянно ищем новые решения и методы улучшения качества изделий. Основной фокус делаем на автоматизации процессов, минимизируя ручной труд и сохраняя высокие стандарты. Материалы используются исключительно премиальные: золото 750º и 958º, природные бриллианты различных характеристик. Наш бренд ориентирован в первую очередь на розничных покупателей, хотя готов к сотрудничеству и с оптовыми партнерами. Посетители выставки высоко оценили оригинальность моделей, многие клиенты отметили, что стиль украшений вызывает в памяти произведения известного бренда «Ювелирный театр», что особенно приятно.

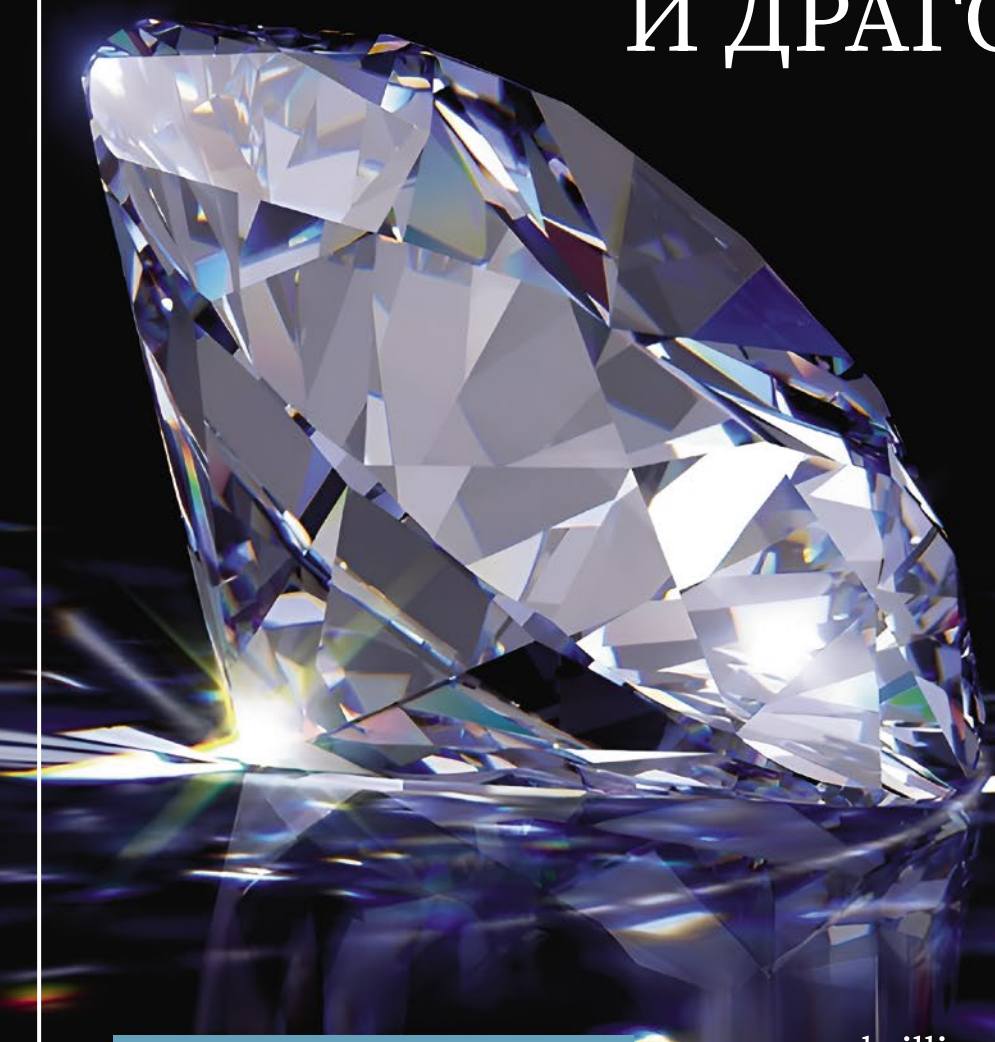
Несмотря на сложную экономическую ситуацию, мы верим в перспективность российского ювелирного рынка и намерены занять на нем свою нишу. Драгоценности будут востребованы всегда. Сейчас сложно найти интересные камни, но мы готовы к новым вызовам и продолжаем поиски. На «JUNWEX Петербург» мы отметили повышенный спрос на цветные бриллианты, особенно фантазийных огранок. Участие в выставке дало нам ценную обратную связь, на основании которой мы планируем расширять ассортимент. Впереди много работы и новых произведений искусства, которые будут радовать и вдохновлять наших покупателей.

«Мы отметили повышенный спрос на цветные бриллианты, особенно фантазийных огранок.

РУССКИЙ
БРИЛЛИАНТ

КОСТРОМА

ПРОДАЖА БРИЛЛИАНТОВ И ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЕЙ



- www.rus-brilliant.ru
- 156001, Кострома, Ключевской проезд, д.1
- 8-800-550-82-00
- russale@rus-brilliant.ru

На правах рекламы

Сергей Паников, «Фабрика гальваники»

Экспофорум на сегодняшний день — лучшая выставочная площадка, она всегда была местом, где участники могли встретиться в начале года, обменяться опытом и предложениями, провести время в неформальном общении и после рабочего дня. Здесь рождаются новые идеи, и важность этого сложно переоценить. Многие рассматривают выставку как платформу для обсуждения очередных вызовов суровой реальности.

В 2022 году наша компания стала членом Гильдии ювелиров России — это осознанный выбор, стремление быть активным участником отраслевого процесса. На последнем собрании Гильдии обсуждался законопроект, ограничивающий торговую наценку 100%. Это, на мой взгляд, прямое посягательство на коммерческую деятельность предприятий. Ведь между закупкой и продажей проходит время, на стоимость изделия влияют инфляция и скачки цен на драгоценные металлы. Ограниченная наценка не в состоянии покрыть всех затрат. Этот сырой проект нуждается в серьезной доработке, иначе он может стать еще одним ударом по частному бизнесу. Отрасль переживает кардинальную перестройку, что особенно заметно на выставке, где появилось много новых игроков рынка. Как и в обществе, в ювелирной индустрии наметились крайности: спросом пользуются либо роскошные, баснословно дорогие изделия, либо демократичные, доступные каждому. Один из наших клиентов заметил, что продажа дешевых изделий гораздо выгоднее: получается большая экономия на клеймении и покрытии. Это, в свою очередь, отражается и на нас: экономят и на гальванике, загоняют в рамки стоимости покрытия, заведомо нарушающие технологию процесса. А для нас главное — качество наших услуг.

> «Отрасль переживает кардинальную перестройку, что особенно заметно на выставке, где появилось много новых игроков рынка.

Покупательская способность ощутимо снизилась. Если раньше технический раздел выставки занимал большие площади, была четко выделена зона JUNWEX Tech с понятной навигацией, то сегодня эта экспозиция скромно ютится в углу павильона по соседству с непрофильными участниками. Это явное свидетельство упадка в отрасли. Кто-то предпочитает закупать технологии напрямую у производителей, но для многих это нерешаемая задача, и они по-прежнему нуждаются в поставках импортируемого оборудования. Изменения, происходящие в обществе и на рынке, требуют гибкости и быстрого реагирования на вызовы. Но, несмотря на все сложности, выставка демонстрирует, что сообщество стремится адаптироваться к новым условиям и искать решения.

Вазген Бабаев, «Магия золота»

После шести лет отсутствия на JUNWEX наш бренд принял участие в выставке, чтобы вновь заявить о себе. Это было не просто участие, а демонстрация того, как классические коллекции, ставшие визитной карточкой бренда, гармонично переплетаются с современными трендами и свежими идеями. Каждый член нашей команды вложил в подготовку к выставке частичку своей души, работая с невероятным энтузиазмом и вдохновением. Мы не просто представили нашу продукцию — мы создали атмосферу, которая отражает наш новый облик, нашу динамичность и готовность к большим свершениям. Этот шаг стал для нас не только возвращением на отраслевой рынок, но и началом очередного этапа в истории компании. Мы открываем двери новым возможностям, партнерствам и перспективам. Сейчас, как никогда, мы уверены в своем пути и готовы покорять новые вершины, вдохновляя наших клиентов. Будущее нашего бренда начинается здесь и сейчас, и мы с радостью делимся этим моментом с вами!

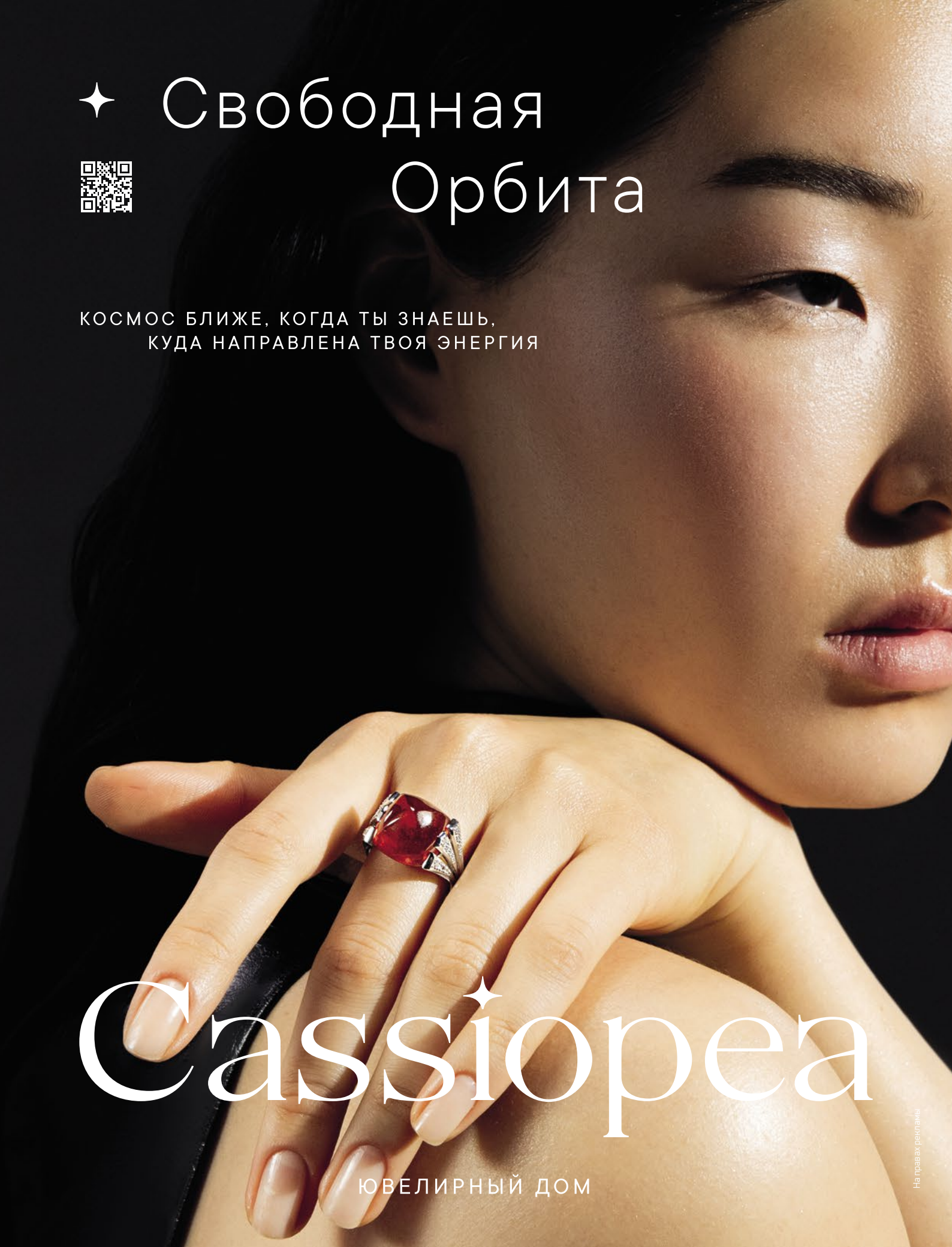
На правах рекламы

Лаура Петриченко, Gevorkyan

Бренд присутствует на ювелирных выставках с момента своего рождения в 2014 году в рамках компании «Эстет», но в этот раз мы впервые приняли участие с отдельным стендом, что позволило нам показать более широкий ассортимент изделий. В Петербурге покупатели отличаются высоким уровнем требований и изысканным вкусом. У нас здесь много постоянных клиентов, собирающих фамильные коллекции, которые передаются по наследству. Одна из покупательниц в течение многих лет приходит к нам на выставки: начинала с приобретения пуссет для себя, а теперь уже выбирает украшения для внучки. В этот раз купила ей на день рождения кольцо с аметистом — камнем нашего фирменного цвета. С каждым годом клиенты становятся все более требовательными, грамотными в области геммологии и производства ювелирных изделий, что делает процесс их выбора более осознанным и экспертным. Петербуржцы предпочитают сложные техники и комбинации камней, тогда как московским покупателям нравятся изделия с акцентом на размер и каратность камня. Однако оба города объединяет любовь к качественным и уникальным украшениям. Мы представляем изделия в диапазоне от демократичного среднего сегмента до роскошных экземпляров стоимостью в несколько миллионов. Кульминацией нашей работы на выставке стала продажа кольца «Архыз», создание которого было вдохновлено величавой красотой Карачаево-Черкесии и снежных вершин хребта Архыз. Это произведение стало одним из победителей конкурса «Признание Петербурга». Было сложно найти камень, способный передать кристальную чистоту льда и искрящиеся блики солнца на горных склонах. Наш завод осуществляет полный цикл производства ювелирных изделий. Нам важно демонстрировать, что мастерство живо и по-прежнему способно удивлять. Я убеждена: секрет успеха кроется в работе, выполненной от всего сердца. Коллектив, окрыленный позитивом и любовью к своему делу, может творить настоящие чудеса.

Вера Кабаровская, ЮД Kabarovsky

Основные трудности у игроков ювелирного рынка сегодня связаны с сокращением объемов производства и изменением потребительского спроса. Раньше наблюдался кадровый голод, теперь же отраслевые специалисты активно ищут работу, что указывает на определенные проблемы у некоторых предприятий. Ситуация с продажами также неоднородна: в одних регионах они идут успешно, в других есть значительные сложности, которые усилились с июля–августа, когда многие потенциальные покупатели предпочли положить средства на банковские депозиты вместо того, чтобы потратить их, в том числе на приобретение ювелирных изделий. Покупатель, на которого мы хотим быть сегодня ориентированными, все чаще выбирает эксклюзивные украшения, которые отличаются от стандартного ассортимента федеральных сетей. Конкуренция в сфере скидок и массовой продукции приводит к снижению доходов мелких компаний. Чтобы выжить, необходимо фокусироваться на уникальном ассортименте, который соответствует модным трендам, но остается доступным для целевой аудитории. Для успешного развития бизнеса в условиях нестабильности мы расширили ассортимент серебряных украшений и бижутерии премиального качества. Эти направления позволяют удовлетворять спрос разных категорий клиентов и сохранять конкурентоспособность на рынке. Серебро и качественная бижутерия становятся все более популярными — благодаря ценовой доступности


Свободная
Орбита
КОСМОС БЛИЖЕ, КОГДА ТЫ ЗНАЕШЬ,
КУДА НАПРАВЛЕНА ТВОЯ ЭНЕРГИЯ
Cassiopea
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ
На правах рекламы

и способности сочетаться с повседневной одеждой. Кроме того, мы начали работу с винтажной коллекцией известной британской марки, история которой началась в 1920 году. Это предприятие прекратило свою деятельность в 1990-х, не выдержав экспансии китайского экспорта, но его продукция сохранилась на складах в идеальном состоянии благодаря высокому качеству материалов и покрытий (слой 18-каратного золота сохраняется десятилетиями, а современная позолота зачастую требует регулярного обслуживания). Однако активное развитие перечисленных ассортиментных направлений не означает, что у нас нет новых коллекций в золоте: в этом сегменте мы также продолжаем удивлять и радовать наших клиентов, чему подтверждение — наши очередные победы в конкурсе «Признание Петербурга».

Татьяна Рамазанова, ювелирная студия JS

В жизни, как и в ювелирном искусстве, ценность создается через преодоление. Наша отрасль в последние годы испытывает серьезное давление, проверяется на прочность. Пандемия COVID-19 поставила под удар стабильность бизнеса: закрытые магазины, прерванные поставки, падение спроса. Но ювелиры не опустили руки. Мы перестроились: запустили онлайн-продажи, освоили цифровые каталоги, нашли новые способы общения с клиентами. И это сработало. Даже в изоляции люди стремились дарить близким красоту и любовь, а мы в этом помогали. Не менее сложными оказались новые регуляторные требования — внедрение ГИИС ДМДК, усиление контроля финмониторинга, изменения в налогообложении. Все это, безусловно, потребовало от участников рынка времени и ресурсов. Но мы научились работать в новых реалиях, и это сделало нас сильнее. Испытания нас сплотили, мы усвоили уроки, которые преподала нам жизнь. Наше преимущество — гибкость. Отрасль доказала, что способна быстро адаптироваться. Цифровизация, экологичные материалы, персонализированные украшения — мы осваиваем тренды, оставаясь верными традициям мастерства. Сложные решения, такие как внедрение ГИИС ДМДК, потребовали консолидации усилий бизнеса и государства. Диалог продолжается, и это дает надежду на дальнейшее улучшение условий работы. Даже в кризис люди ждут от ювелирных изделий эмоций. Мы учимся чувствовать потребности клиентов глубже, создавая истории, а не просто украшения. Спрос на люксовые товары растет, а Россия славится своими мастерами, уникальными дизайнерскими решениями и богатыми традициями. Но сегодня важно не только использовать потенциал, но и инвестировать в инновации: 3D-печать, AR-примерки — эти и другие технологии открывают новые горизонты. Экологичные коллекции, кастомизация, коллаборации с художниками — ключ к сердцам молодых поколений покупателей.

> «Спрос на люксовые товары растет, а Россия славится своими мастерами, уникальными дизайнерскими решениями и богатыми традициями.

История нашей отрасли — это история побед. Мы пережили кризисы, адаптировались к жестким правилам, нашли силы творить даже в темноте пандемии. Каждое испытание делало нас мудрее, а каждое достижение — увереннее. Сейчас, как никогда, важно верить в себя и поддерживать друг друга. Государство, бизнес, мастера — только вместе мы сможем вывести отрасль на новый уровень. У нас есть все: талант, опыт, технологии и, главное, упорство тех, кто не боится. Драгоценное искусство бессмертно, потому что оно говорит на языке вечности. Ювелирные изделия переживают века, а значит, и мы, их создатели, обязаны смотреть в будущее с надеждой. Все будет хорошо, потому что иначе не может быть.

«Основными покупателями выращенных бриллиантов становятся молодые пары, которые ищут модные и этически чистые альтернативы природным камням.

Ольга Гельд, Contessa Diamonds

В 2024 году мы впервые представили новую линейку с бриллиантами, выращенными в лабораторных условиях. Работа с ними — не просто возможность создавать красивые украшения, но и шанс предложить клиентам нечто совершенно новое и оригинальное. По статистике, доля мирового рынка выращенных бриллиантов продолжает стремительно расти. Если в 2019 году было произведено всего два миллиона камней, то к 2023 году их количество превысило тридцать миллионов. Этот рост обусловлен не только увеличением технологических мощностей, но и изменением потребительских предпочтений. Все больше людей начинают осознавать преимущества лабораторно выращенных камней. Процесс создания таких бриллиантов включает в себя высокотехнологичные методы, которые обеспечивают ту же химическую структуру и физические свойства, что и у природных аналогов. Это значит, что по качеству выращенные камни не уступают своим добытым собратьям, а порой даже превосходят их. В отличие от природных, лабораторные бриллианты часто обладают более высокой чистотой, что делает их привлекательнее для покупателей. Кроме того, все камни проходят международную сертификацию, которая подтверждает их подлинность и качество. У каждого бриллианта есть уникальный номер, позволяющий отслеживать его происхождение, что особенно важно для современных потребителей, стремящихся к прозрачности и ответственности в своих покупках. Основными покупателями выращенных бриллиантов становятся молодые пары, которые ищут модные и этически чистые альтернативы природным камням. В последние годы наблюдается рост интереса к таким изделиям и со стороны более зрелых клиентов, рассматривающих их как «роскошь на каждый день». Это связано с тем, что выращенные бриллианты часто предлагаются по более доступным ценам по сравнению с природными. Особую популярность среди покупателей приобрели крупные выращенные бриллианты весом от одного до пяти карат. Мы уверены, что в будущем этот сегмент рынка будет только расти. Таким образом, мы не только поддерживаем традиции ювелирного мастерства, но и активно участвуем в формировании нового подхода к выбору драгоценностей, который основывается на этичности и устойчивом развитии. Нашим клиентам мы предлагаем сделать персонализированную гравировку на рундисте камня (весом от 0,5 карата) в виде любого личного символа. Мне кажется, это должно понравиться каждому владельцу украшений.

CONTESSA
diamonds
РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ БРИЛЛИАНТОВ

ЗАЛ B
СТЕНД B-410
тел.: 8 800 350 0500

На правах рекламы

Выставка глазами молодых

В рамках Школы коммуникаций в ювелирной индустрии, организованной медиахолдингом JUNWEX совместно с Клиникой коммуникационных проектов СПбГУ, уже второй раз на петербургском форуме работали студенты — будущие журналисты, маркетологи, PR-специалисты, которые поделились своими выставочными впечатлениями.

Мне посчастливилось пройти свою первую практику на «JUNWEX Петербург», это очень интересный и полезный опыт. Масштаб выставки поразил — огромное количество экспонентов, разнообразные коллекции и сложные технологии. Мне удалось познакомиться с продукцией ведущих ювелирных брендов России, пообщаться с профессионалами отрасли и узнать об актуальных последних тенденциях дизайна. Наша задача как PR-специалистов, стремящихся работать в ювелирной индустрии, — рассказывать о компаниях, их историях и особенностях, делиться этой информацией с потенциальными покупателями украшений, предлагать новые рекламные идеи и стратегии.

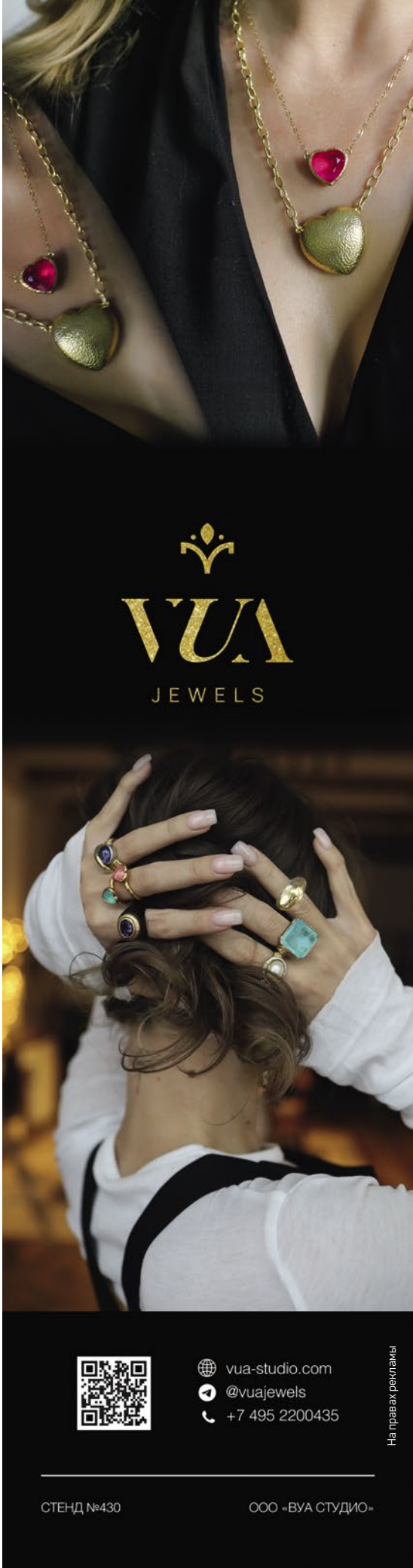
Дарья Балашова

Являясь любительницей украшений, я шла на выставку с большими ожиданиями. Я знала, что смогу не только погрузиться в рабочий процесс, но и увидеть вдохновляющие шедевры ювелирного искусства, созданные современными мастерами. Атмосфера на выставке была поистине волшебной: вокруг все сверкало, каждое изделие было непохоже на другие и цепляло взгляд. Я открыла для себя множество новых брендов и познакомилась с работой отраслевых предприятий. Каждую фотографию на выставке я старалась сделать особенной, чтобы передать детали и безупречное исполнение украшений. Я счастлива, что мне довелось стать частью этого мероприятия!

Дана Шакер

Одна из компаний — участниц выставки, чей стенд сразу привлек наше внимание интересными коллекциями, — VUA STUDIO. Мы побеседовали с создателями бренда, узнали его историю и особенности. «Выставка для нас — возможность почувствовать, куда движется ювелирная индустрия, — говорят Анна Шабалина и Наталья Тимофеева, — поиск новых форматов работы, знакомства с клиентами, вдохновение. Выставка дает нам идеи, опыт, энергию для роста. Санкт-Петербург — особенное место, город пропитан искусством и историей, а значит — это идеальная площадка для VUA. Нам важно не просто работать с материалом, но и передавать ощущения и настроения через камни, текстуру поверхностей, формы изделий. Настоящее удовольствие — видеть, как человек проникается авторским замыслом. Ключевой элемент для нас — цвет. В сегодняшнее трудное время, когда все тускнеет, в мире достаточно негатива, наши украшения — вспышки красок, энергии, жизни. Кто сказал, что нельзя сочетать яркие камни, неожиданные формы, экспериментальные текстуры? Кто сказал, что украшение должно быть только вечерним или повседневным? Мы убираем границы, соединяем традиции, «приправляя» их технологичными решениями. Так рождаются драгоценности, которые живут вместе с вами и подстраиваются под ваш ритм».

Полина Смолькина, Елизавета Соколова



JUNWEX — это мир красоты, роскоши и мастерства. С первых шагов на выставке ощущается атмосфера волшебства, сказки, где каждое украшение рассказывает свою уникальную историю. Пространство Экспоцентра наполнено яркими огнями и блеском драгоценных камней, которые притягивают взгляд и завораживают. Общение с мастерами позволяет не только узнать о процессе создания произведений, но и почувствовать ту страсть и вдохновение, которые они вкладывают в свою работу. С первого дня практики, которую я проходила в качестве smm-специалиста, у меня появился колоссальный интерес к ювелирной индустрии. Я получила огромный опыт и объем знаний, которые смогу использовать в будущем. В целом выставка оставляет незабываемые впечатления!

Екатерина Безлюдько

Передо мной развернулась широчайшая палитра ювелирного искусства — от классики до современного дизайна. Я была поражена количеством участников выставки и разнообразием их коллекций. Кроме того, многие мастера активно взаимодействовали с гостями: делились историями создания украшений, объясняли, как выбрали камни и какие техники использовали. Это создало особую атмосферу — я почувствовала себя частью сообщества, увлеченного искусством. Выставка не только расширила мои знания о ювелирном бизнесе, но и показала, насколько социальные сети могут помочь в продвижении отраслевых компаний и брендов.

Анна Руткова

Выставка «JUNWEX Петербург» стала для меня настоящим открытием мира ювелирных изделий. Это мероприятие позволило глубже понять, как работает ювелирная индустрия, заглянуть за «выставочные кулисы», пообщаться с представителями известных российских брендов, получить важный опыт для дальнейшего профессионального развития. Выставка вызвала множество эмоций: потрясающие работы мастеров, стильное оформление стендов, волшебная атмосфера праздника. Каждый день на выставке мне открывалось что-то новое и особенное. На стенде ELEMENT 47 понравились оригинальные и многофункциональные аксессуары для сумок. Элегантные и эффектные украшения «Циркон С» удивляли необычными формами. Благодаря работе на выставке я узнала много нового о процессе изготовления ювелирных изделий и очень благодарна медиахолдингу JUNWEX за возможность участия в таком значимом событии!

Милана Клыкова

RoseGrace

качество, красота, современность

В ювелирном деле важно не только создавать прекрасные украшения, но и понимать современные реалии. Поэтому 2025 год компания RoseGrace начала с выявления и анализа потребностей розничных покупателей, основанного на итогах продаж 2024 года по всем ценовым сегментам. В конце декабря руководитель нашего отдела аналитики предоставил детальный отчет, данные которого обеспечили нам уверенность в правильности выбранных действий. Мы твердо знаем, что и в каком объеме нужно сейчас выпускать!

Профессиональный подход

Аналитический подход к работе позволяет быть на шаг впереди других компаний. Мы всегда готовы предложить клиентам выгодные условия сотрудничества, основанные на четкой и адекватной оценке ситуации в отрасли. Активное взаимодействие в совместных с партнерами мероприятиях помогает нам поддерживать стабильные продажи в их ювелирных салонах.

Выгодное сотрудничество

Тщательно проанализировав спрос, мы уже выпустили готовые решения по ассортименту в низких и средних ценовых сегментах, а также подготовили коллекции, выполненные по ультрасовременным технологиям. Кроме того, мы создали эксклюзивный гарнитур в неизменном и узнаваемом стиле нашего бренда. Эти уникальные украшения будут представлены на конкурс «Дни лидеров российского ювелирного рынка», что несомненно привлечет внимание широкой публики и продемонстрирует наши возможности. Нам под силу создавать в «бриллиантовом» качестве украшения из любых ювелирных материалов, что является залогом уверенности наших партнеров в стабильных продажах.

Производство любой сложности

Конечно, мы не только провели аналитическую работу, но уже внедрили ее результаты в практику. Высокотехнологичное оборудование и контракты с новыми поставщиками позволяют нам значительно расширить производственные возможности, чтобы предлагать клиентам только лучшее. Мы инвестируем в обучение сотрудников, что делает нашу команду еще более профессиональной и готовой к вызовам современного ювелирного бизнеса.

Приглашаем к сотрудничеству

Уважаемые партнеры, 13 мая в 10:00 мы ждем вас на выставке в Москве («Тимирязев Центр», зал «Вавилов», стенд B-204). Убедитесь в качестве и красоте наших украшений, получите консультации опытных менеджеров и начните успешное сотрудничество с RoseGrace!

С нами можно быть уверенным: вместе мы добьемся новых высот в ювелирном деле!

Приглашаем на стенд ***B-204****, где всегда* ***живые розы!***

RoseGrace

• JEWELRY HOUSE •

rosegrace.ru

зал «Вавилов», стенд B-204

На правах рекламы

Всероссийский конкурс Признание Петербурга 2025

ВЫСШАЯ ЭКСПЕРТНАЯ КОЛЛЕГИЯ КОНКУРСА:

Галина Ковалева председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия», руководитель международного объединения поддержки ювелиров «Образ и Форма».

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ:

Татьяна Бабошина искусствовед, научный сотрудник Государственного Эрмитажа;

Наталия Коровина искусствовед, художественный критик;

Ольга Костюк кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник Государственного Эрмитажа;

Анна Ратникова независимый эксперт;

Елизавета Тапакова-Боярская искусствовед, научный сотрудник экспозиций и коллекций Санкт-Петербургского Государственного Университета.

Социально-экономические вопросы всегда играли одну из решающих ролей в художественной и технологической эволюции ювелирного искусства, определяя перспективы развития направлений в мировой моде. Сейчас время стремительных перемен, и люди все большее внимание стали обращать на быстротечность окружающих событий: мы удивляемся необычным изменениям климата, условий бытовой жизни и требований в привычных форматах работы. Для выполнения поставленных задач катастрофически не хватает времени. Возможно, поэтому выбор тем для своих творческих поисков художники-ювелиры ищут в произведениях живописи, литературы, музыки, прошедших проверку временем. Возвращение к классике — основной тренд 2025 года. Объясняется это необходимостью уравновесить состояние, в котором мы живем. Представленные на нынешний конкурс работы в своем формообразовании осторожны и тщательно продуманы, при этом присутствует много ярких и уникальных решений. Новые предложения отличаются выверенностью пропорций, использованием современных технологий и необычных способов выражения задуманных поэтических образов. Интересные эксперименты взаимодействия ювелирных изделий с архитектурой костюма представили дизайнеры — создатели индивидуальных разработок.

Галина Ковалева

Приглашаем Вас посетить наш стенд
на XXIV Международной
ювелирной выставке
«JUNWEX Новый Русский Стиль»
Москва, Тимирязев Центр,
зал «Чаянов»,
стенд А-102
На правах рекламы
АРИНА

Серии украшений «Дамские штучки» и «Ландшафт»
Костромской ювелирный завод (Кострома)

Лучшее украшение или коллекция сезона

Наталия Коровина

Две коллекции Костромского ювелирного завода — «Дамские штучки» и «Ландшафт» — стали обладателями первого места в номинации. Художники предприятия проявляют творческую фантазию и изобретательность в выборе сюжетов и тем при создании брошей. Иногда предметом изображения становятся обыденные вещи — как, например, в серии «Дамские штучки», где женские кошельки и сумочки преподнесены с легкой долей юмора и позволяют заглянуть в их сокровенное содержимое, обычно недоступное для постороннего взора. Внешние формы брошей обозначены легкими контурными линиями из драгоценных материалов, а таинственное содержимое, представленное на просвет, помогают распознать ограненные цветные камни и миниатюрные изображения предметов из белого и желтого золота. Подобные милые броши можно назвать украшениями с настроением.
Изделия коллекции «Ландшафт» отличаются изысканной пластикой золота как самоценного ювелирного материала и нежной красотой голубых топазов, подчеркивающих уникальные эстетические свойства благородного металла. Деформация форм золотых пластин художественно продумана и создает неожиданные эффекты игры отблесков и теней в геометрической конфигурации брошей. Эти драгоценные украшения позволят их обладательнице создать модный, современный образ.

Украшение интерьера — ожерелье «Жук»
«Ювелирная студия Ильи Палкина» (Кострома)

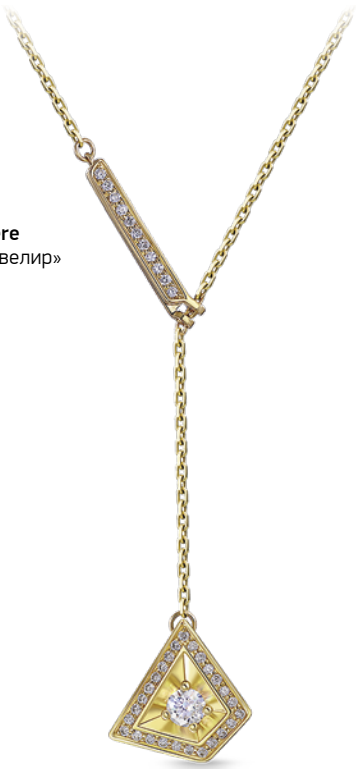
Илья Палкин — художник-ювелир, который нашел свой стиль и занял определенную нишу в сегменте оригинальных сувениров, выполненных на самом высоком уровне с большой долей ручного труда. Созданная им «Ювелирная студия Ильи Палкина» (Кострома) с успехом развивает это направление. Получившая первое место как лучшее украшение сезона сложная, со множеством подвижных элементов композиция «Жук» может существовать в двух ипостасях. В закрытом виде это оригинальный, сдержанный по цвету арт-объект, уместный в интерьере, а при раскрытии с помощью специального механизма превращается в необычное колье, изображающее насекомое с большим размахом крыльев в момент полета.

Per Sempre
ювелирный дом
A202 стенд
Зал "Чаянов"
persempre.ru
8 (936) 888-11-00
На правах рекламы

1

Коллекции Blush и Enigma
Grusha Diamonds
(«Бронницкий ювелир», Бронницы)

Первым местом отмечены четыре коллекции — Blush, Motion, Lumiere, Enigma, созданные компанией «Бронницкий ювелир». Восхищение благородной красотой жемчуга нашло отражение в сетах Blush и Enigma, представленных предприятием под брендом Grusha Diamonds. Они близки по дизайнерскому решению и состоят из ожерелья, кольца и серег. Колье обоих гарнитуров выполнены из одинакового количества идеально подобранных по размеру и цвету круглых жемчужин — в одном случае это нежно-розовый пресноводный жемчуг как воплощение рассвета, в другом — черный жемчуг Таити, символизирующий тайну и магию ночи. Привлекательной драгоценной деталью являются фермуары ожерелий. В прекрасном ювелирном исполнении с включением сапфиров огранки «груша» в Blush и бриллиантов в Enigma — фермуары стали притягивающим внимание акцентом шейных украшений. Серьги и кольца с жемчужинами — классическое дополнение этих ожерелий.



Большая коллекция золотых украшений с бриллиантами Motion включает колье, подвески, кольца, серьги. Компания «Бронницкий ювелир» всегда славилась искусством плетения цепей, которые стали ее визитной карточкой. Дизайн коллекции демонстрирует совершенно новый взгляд на использование цепей при создании современных стильных драгоценных украшений. В коллекции Lumiere, включающей броши, колье, браслеты, кольца и серьги, преобладают четкие геометрические — в основном треугольные — формы, в золотых гранях которых преломляется и отражается свет. Сияние бриллиантов подчеркивает и усиливает этот эффект. Все четыре коллекции демонстрируют большой творческий потенциал и виртуозное мастерство ювелиров прославленного завода.

Коллекции Motion и Lumiere
«Бронницкий ювелир»
(Бронницы)

Эксклюзивные изделия с драгоценными камнями

Наталия Коровина

В двух великолепных сетах «Загадка любви» и «Поцелуй розы» компания «Антал», многократный обладатель наград конкурсов JUNWEX, вновь продемонстрировала изысканный художественный вкус и высочайший уровень владения мастерством, получив первое место в престижной номинации. В кольце и серьгах «Загадка любви» все сияет, сверкает, искрится, вызывая восхищение красотой драгоценных камней в искусной аранжировке. Этот эффект достигнут благодаря ритмичному чередованию бриллиантов и шпинелей, заключенных в деликатные крапаны. Сет с романтичным названием «Поцелуй розы» — произведение высокого ювелирного искусства и воплощение элегантности, великолепия и роскоши. В кольце и серьгах тонко проработаны все элементы композиционного решения. Уникальный ограненный турмалин предстает в окружении разнообразного рисунка тонко исполненных элементов с бриллиантами. Они формируют и завершают выразительный пластический образ драгоценного гарнитура.

1

Комплекты «Загадка любви» и «Поцелуй розы»
«Антал»
(Нижний Новгород)

Сет «Ледник»
I'm Ivan Markov
(Таганрог)

Компания I'm Ivan Markov из Таганрога успешно утверждает себя в сфере создания эксклюзивных изделий с драгоценными камнями. Представленный брендом сет «Ледник» получил второе место в номинации. Строгий дизайн, удлиненные пропорции колье и серег, где идет чередование оригинальных геометрических элементов, выстроен так, чтобы преподнести как особую драгоценность великолепный турмалин Параиба небесно-голубого цвета. Редкой красоты минерал, как на пьедестал, помещен в завершении массивного кольца. Композиционное решение, гармония светлых тонов белого золота, бесцветных бриллиантов и турмалина Параиба хорошо соответствуют «ледниковому» замыслу сета.

Прослеживается некоторая тенденция, когда на конкурс представляется украшение, предусматривающее возможность трансформации, которую нужно произвести с помощью дополнительных инструментов, прилагаемых с ним в комплекте. Такая возможность заложена и в кольце-трансформере из коллекции I'm Cassiopea, получившем второе место. Украшение выполнено из белого золота 750º; его внешняя окружность покрыта дорожками бриллиантов. Интрига заключается в том, что с помощью элегантной золотой отвертки, которая прилагается к кольцу, его можно раскрыть и обнаружить, что внутри находится еще одно кольцо, где часть ободка составляет декоративно выполненная надпись Cassiopea. В результате два разных кольца могут носиться по отдельности и составить стилистически единый ансамбль. Золотая отвертка тоже украшение, которое является подвеской. Благодаря монументальному лаконичному облику, перстень «Стоик» воспринимается как миниатюрная скульптура, демонстрирующая совершенство простых и ясных форм. Вызывают восхищение идеально отполированные поверхности яркого желтого золота 958º и, что является особой ценностью перстня, редкий бриллиант Fancy Deep Brown 5,69 ct. Уникальный перстень с такими характеристиками драгоценных материалов — вещь редкостная, а его дизайн — воплощение элегантной красоты статусного мужского украшения.

Кольцо-трансформер из коллекции I'm Cassiopea, перстень «Стоик»
Cassiopea (Москва)

Гарнитур «Тайны Вселенной»
«Яспис»
(Санкт-Петербург)

Современный человек пытается все глубже проникнуть в космос и познать тайны Вселенной. Эта тема оказалась близка и ювелирам санкт-петербургской фирмы «Яспис». В гарнитуре, состоящем из кольца и серег, с названием «Тайны Вселенной» его создатели представили свое видение космического пространства, используя прозрачные искусно ограненные кристаллы кварца в композиционном единстве со сложного рисунка серебряными элементами. Таинственное преломление света в гранях кристалла, замысловатое объемно-пластическое решение будят фантазию и помогают мысленно заглянуть в глубины Вселенной. Гарнитур занял второе место в номинации.

Природные мотивы

Наталия Коровина

Благодаря хорошо сохранившимся в вечной мерзлоте останкам вымерших древних млекопитающих, иногда целым скелетам с остатками шерстяного покрова, ученым удалось с большой долей достоверности воссоздать внешний облик мамонтов, а их бивни стали драгоценным сырьем для украшений и сувениров. В интерьерном украшении «Путь мамонта» искусный резчик как бы переносит нас на тысячелетия назад и представляет перед нами объемную картину неспешного шествия семейства мамонтов, используя в качестве выразительного средства натуральный бивень животного. Один и тот же материал в этом произведении выглядит совершенно по-разному. Мягкий изгиб бивня, по которому продвигается семейство, хорошо отполирован и покрыт коричневато-бежевых тонов налетом, который со временем образуется на поверхности ископаемых образцов. Фигурки самих мамонтов вырезаны из материала белого цвета, который сохраняется неизменным во внутренней части бивней.

Интерьерное украшение «Путь мамонта»
ИП Харлампьева С. С.
(Якутск)

Сюжетный изобразительный элемент композиции помещен на небольшую подставку из капа, что придает завершенный вид изделию, предназначенному для украшения интерьера. «Путь мамонта» получил второе место в номинации.

Каждый самоцвет в изделиях компании Gem Silver всегда преподносится ее мастерами как уникальное и неповторимое создание природы, а сюжетная, композиционная составляющая выстраивается так, чтобы максимально подчеркнуть исключительную красоту минерала. В кольце «Камень прозрения» горный хрусталь обработан и закреплен так, что в его глубине можно увидеть нечто таинственное, во что невозможно проникнуть без помощи этого «магического кристалла». Крупный камень с четырех углов удерживают на весу, словно охраняют, серебряные змеи. Название двух колец «В кругу друзей» (в центре одного закреплен голубой топаз, в центре другого — цитрин) звучит явно провокационно, так как самоцветы заключены в плотные объятья клубка змей, чьи извивающиеся тела обильно украшены осыпью мелких цветных камней. Может, не каждая женщина отважится носить на пальце подобный серпентарий, но в яркой декоративной привлекательности этим кольцам не откажешь. Аксессуар «Отражение иллюзорного мира» хоть и имеет конфигурацию очков, но совершенно далек от обычного функционального использования подобных изделий. В таких «очках» что-то увидеть, например, красоту пейзажного агата, вставленного вместо стекол, можно, только разглядывая их снаружи, но не надевая. Они, как определенного рода украшение, хорошо смотрятся приподнятыми на голову, как мы это иногда делаем с обычными очками, либо зацепленными с помощью одной дужки за вырез футболки или джемпера, либо как подскажет фантазия. И, как всегда, в работах художников Gem Silver главной задачей здесь является показать неповторимую природную красоту камня, а серебряная оправа «очков» должна подчеркнуть и усилить этот эффект. Изделия, представленные на конкурс этой московской фирмой, отмечены третьим местом в номинации.

3

Кольца «Камень прозрения» и «В кругу друзей», Очки-аксессуар «Отражение иллюзорного мира»
Gem Silver (Москва)

Коллекции «Наследие Византии», «Аркадия» и «Каванди»
ЮД Kabarovsky (Кострома)

Современный историзм

Ольга Костюк

В этой номинации объединены работы нескольких предприятий, которые находят современное звучание в исторически сложившихся образах.

Первое место разделили две компании. Мастера ЮД Kabarovsky (Кострома) представили три многокомпонентных коллекции — «Аркадия», «Наследие Византии», «Каванди». Линейка «Аркадия» объединяет группы серег, подвесок и колец из белого золота с «каплями» цветных минералов. Акценты из бриллиантов и эмали подчеркивают выразительность решения и лаконичность дизайна.

При работе над украшениями, образующими коллекцию «Наследие Византии», мастера предприятия использовали различные материалы, характеризующие тот или иной аспект художественного решения. Наиболее законченными и выразительными представляются два комплекта, состоящие из ожерелий, колец и серег. Семь нитей ожерелий — в одном случае из сероватого кварца, в другом из темных шпинелей — прерываются металлическими вставками с оригинальной монтировкой. А самыми главными компонентами ожерелий являются художественно оформленные подвесы из перламутра. Они элегантно прерывают монотонность бусин и придают завершенность композиции. Аналогичные декоративные элементы повторены в кольцах и серьгах гарнитуров.

Коллекция серебряных украшений «Каванди», напротив, отличается полихромной яркостью. Алланиты огранки «сахарная голова» представлены в декоре из многоцветной ювелирной эмали контрастных сочетаний. Желтоватый тон золоченого серебра дополняет эффектное этническое звучание изделий комплекта.

PRESTIGE
JEWELRY
JUNWEX Новый Русский Стиль | 14–18 мая 2025
Москва, ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР, **стенд B-510**
+7 (4942) 641-969
pj-gold.ru pj_gold
На правах рекламы

Парюра «Эликсиры» и браслет «Шелк»
Sarkissian (Москва)

Еще один обладатель первого места — фирма Sarkissian из Москвы, в очередной раз показавшая группу выразительных изделий. Необычным решением отличается парюра «Эликсиры», состоящая из кольца и серег. Выпуклые, яркозвучащие центральные минералы помещены в оправы из серебра. Сочетания зеленоватых тонов бериллов с розоватыми оттенками турмалинов создают насыщенный и выразительный аккорд.
Но особенно хочется отметить браслет «Шелк»: при всей лаконичности образа он грациозен и выразителен. Матовая поверхность обруча не кажется выполненной из серебра, она ассоциируется с мягкостью ткани или пластичностью кожи. Внутренняя сторона изделия декорирована орнаментом, а художественным акцентом браслета является круглый мерцающий опал.

Гарнитур «Лоза»
«Самородок»
(Екатеринбург)

Третье место было отдано компании «Самородок» из Екатеринбурга за гарнитур «Лоза», композиция которого построена вокруг трех граненых топазов, помещенных в удлиненных пропорций золотые оправы, напоминающие побеги растений. Декор из бриллиантов в сочетании с яркостью полированного золота и голубоватым тоном топазов способствует выразительности пластичного решения.

Primo Prezioso
Приглашаем на наш стенд
B-401
Зал «Вавилов»
Москва, Тимирязев Центр
На правах рекламы

Кольцо

Ольга Костюк

Кольцо является, пожалуй, самым распространенным предметом ювелирного искусства из известных с глубокой древности. Историки считают, что еще более 5000 лет назад появились выполненные из различных материалов изделия, которые носили на пальце. В настоящее время репертуар колец чрезвычайно широк: от символических оберегов, помолвочных и обручальных до знаковых драгоценностей.
На февральской выставке в петербургском Экспофоруме также был представлен широкий спектр художественных работ этого ассортиментного направления.

Кольца «Аврора», «Сокровища океана» и «Властелин любви»
«Антал»
(Нижний Новгород)

Первое место за интереснейшую и многочисленную группу ювелирных произведений, каждое из которых уникально, получила и фирма «Антал» из Нижнего Новгорода. Кольцо «Аврора» изготовлено из желтого золота и сплошь украшено сапфирами, в определенном ритме расположенными на шинке. Нежный кунцит в оправе бриллиантов создает то настроение утренней зари, которое созвучно богине Авроре. Кольцо «Сокровища океана», напротив, пронизано энергией и холодом. Белое золото и множество мелких бриллиантов, подобно волнам, в постоянном и регулярном движении охватывают большой голубоватый аквамарин. Благодаря интересной обработке не только внешней, но и скрытой от глаз стороны центрального камня, отражение света от золотой основы изделия создает дополнительную игру цветных бликов. Кольцо «Властелин любви» хочется отметить за интереснейшее сочетание оттенков и форм. Крупный кабошон танзанита ярко выделяется на фоне золотого декора с блестящими бриллиантами. Щиток и верхняя часть шинки сплошь вымощены сапфирами, которые перекликаются своей игрой с блеском центрального камня.

Кольцо «Женское счастье»
Matveev&Co
(Санкт-Петербург)

Второе место присуждено фирме Matveev&Co из Санкт-Петербурга за кольцо «Женское счастье». Основа образа — розовый кварц удивительно нежного, манящего тона, ограненный «в шашечку», потому полный блеска и цветных переливов. Цвет камня и теплого оттенка золотой оправы, перекликаясь с естественным светом, производят яркое впечатление при внешней простоте кольца.

Кольцо «Мое почтение ар-деко»
ФГУП Центр «Русские Ремесла» (Ярославль)

В номинации «Кольцо» конкурсов Программы «Ювелирная Россия» неоднократно первые места занимал ФГУП Центр «Русские ремесла» из Ярославля, ставший победителем и в этот раз. Мастера предприятия остаются приверженцами определенной стилистики. В кольце «Мое почтение ар-деко» основой является гренадил — африканское черное дерево в декоре белого золота, акцентирующем художественный образ. Ритм подчеркнут цветом — круглой коралловой бусиной ярко-красного тона и насыщенного оттенка гранеными зеленоватыми цаворитами. Это кольцо может быть украшением, но может рассматриваться и как скульптура малых форм.

Кольца Pearl Glow и Twist
Plata (Ставрополь)

Третье место было отдано компании Plata из Ставрополя, представившей две работы — Pearl Glow и Twist. Первое кольцо, как и следует из названия, посвящено движению: фианиты закручены в динамичном ритме, сформированном серебряной оправой. Второе — более романтично: серовато-стальная круглая жемчужина помещена на рельефный золотистый фон, который, контрастируя с серебряной основой, элегантно создает образ морской глубины.

BELLISSIMA
TENTAZIONE

УКРАШЕНИЯ, КОТОРЫЕ ПРИНОСЯТ ВАМ ПРИБЫЛЬ

ВДОХНОВЛЕНО Италией
ITALY

ВСТРЕТИМСЯ **НА JUNWEX**

13-16 мая 2025

стенд **B-408**

На правах рекламы

bt-diamond.ru

Коллекция «Стихия огня»
Julia Boro
(Welements,
Санкт-Петербург)

Модные тенденции

Татьяна Бабошина

Ювелирное искусство отражает дух времени. В XXI веке мастера продолжают находить новые формы украшений, разрабатывают оригинальные концепции, интегрируют в изделия подвижные элементы. В этот раз в номинации «Модные тенденции» участники конкурса продемонстрировали уникальные интерпретации современных трендов ювелирной моды: динамику и игру света во взаимодействии с движениями человека, многозначные символы и переосмысление традиционных элементов костюма. Авторы объединяют в своих работах художественную выразительность и своеобразный взгляд на дизайн, гармонично вписываясь в актуальные тенденции в мире украшений.

Петербургская компания Welements, занявшая первое место, покорила жюри коллекцией «Стихия огня». Эти украшения могут быть исполнены как в серебре с цирконами, так и в золоте с бриллиантами, что делает драгоценности универсальными и доступными разным группам покупательской аудитории. В центр каждого изделия помещена звезда — солнце — символ энергии и силы, в окружении орбит планет. Кроме того, что эти украшения эстетически выразительны, они несут мысль о сопричастности человека к космическим процессам, о его взаимодействии с природными стихиями.

Серьги «Брызги шампанского»
DELTA Diamonds
(Кострома)

Первое место в номинации получил и костромской бренд DELTA Diamonds за серьги «Брызги шампанского» — асимметричную пару из белого золота с бриллиантами классической огранки. Украшение отличают удачно найденные ритм, композиция и масштаб. Жесткая по конструкции удлиненная серьга передает ощущение движения составных элементов, благодаря ее выгнутой форме, взаимодействию сверкающих бриллиантов со светом и возникающим при ношении изделия колебаниям. Оригинальный дизайн позволяет носить серьги как в паре, так и по отдельности, создавая идеальный акцент для любого праздничного образа. Выверенная ритмика зигзагообразной линии, торжественное сияние драгоценных камней делают эту работу ярким примером гармонии, где сочетание формы и света создает настроение праздника, наполненного сиянием фейерверков.

Еще одно первое место было отдано Наталии Устиновой (Санкт-Петербург), которая представила на суд жюри коллекцию брошей «Паше», в которой автор предложил оригинальное прочтение классического элемента гардероба. Паше — это небольшой платок, который вставляют в нагрудный карман мужского пиджака. Серебряные броши с чернением имитируют такие карманы с выглядывающими платками; два изделия из серии дополнены тонкими цепочками с декоративными подвесками, напоминающими швы. Эта коллекция сочетает концептуальный дизайн с тонкой ювелирной работой, переосмысливая привычные формы и подчеркивая актуальный тренд на игру с текстилем в металле.

Коллекция брошей «Паше»
Наталья Устинова
(Санкт-Петербург)

Великолепие ювелирного мастерства

Татьяна Бабошина

Ювелирное мастерство — это тонкий баланс между техническим совершенством и художественным замыслом, где каждая линия, каждый камень служат созданию идеального образа. В этом году в номинации «Великолепие ювелирного мастерства» победители продемонстрировали интересные и разнообразные решения — от классической роскоши и традиционной символики до творческих экспериментов с цветом и светом. Все эти произведения — примеры тонкой ювелирной техники, умения работать с разными материалами и способности строить гармоничные композиции.

Кольца Sea Foam и Snake, серьги Black & Pink
Bagiryan jewelry
(Санкт-Петербург)

Петербургская компания Bagiryan Jewelry получила первое место в номинации за три представленных на конкурс изделия, каждое из которых раскрывает глубину и выразительность ювелирного искусства. Серьги Black & Pink из родированного золота, инкрустированные белыми и черными бриллиантами, с каплевидными морганитами нежно-розового цвета в центральной части создают ощущение загадочной роскоши, сочетающей мрачную торжественность и благородный блеск. Кольца Sea Foam и Snake раскрывают разные грани ювелирного искусства. Центральную часть первого из них занимает потрясающего зелено-голубого цвета турмалин, огранка и закрепка которого позволяют наиболее ярко воплотить эффект игры света на поверхности морских волн. Кольцо Snake, лаконичное и остроумное, демонстрирует силу пластической выразительности минималистического подхода.

Компания Gevorkyan (ЮД «Эстет») получила первое место за два выдающихся ювелирных произведения. Турмалин с «шахматной» огранкой и расположенным вверх шипом в кольце «Архыз» своей формой и цветом напоминает о красоте снежных хребтов, чистоте воздуха и игре солнечного света в горах. Закрепка усиливает сияние этого прекрасного камня и визуально увеличивает его размеры, благодаря оставленным просветам между ним и блестящим отполированным металлом. Бриллианты в украшении расположены таким образом, что создают впечатление сверкающего на солнце снега, делая кольцо не только зрительно выразительным, но и тактильно притягательным. Вторая работа — серьги «Минор» — отражает магию светотеневых переходов: черный жемчуг, раухтопазы, турмалины и бриллианты формируют завораживающую градиентную растяжку. Розовый цвет драгоценных камней придает украшению романтичное, лирическое настроение.

Серьги «Минор», кольцо «Архыз»
Gevorkyan
(Москва)

Компания «Бриллианты Беломорья» заняла второе место, представив две работы. Гарнитур «Полет Сирина» — это кольцо и трансформируемые серьги-пусеты, которые можно носить как в лаконичном виде (при разборе остается их центральная часть), так и в более нарядном — с внешним ободком. Такая вариативность делает украшение универсальным. Кольцо «Богиня ночи» с бриллиантом в два карата — образец изысканной строгости. Неродированное белое золото подчеркивает естественное сияние камня, позволяя ему играть всеми оттенками цвета.

2

Комплект «Полет Сирина» и кольцо «Богиня ночи»
«Бриллианты Беломорья» (Северодвинск)

На правах рекламы

Ювелирный эксперимент

Татьяна Бабошина

Колье «Вне времени и пространства»
RIM Jewellery Lab
(Санкт-Петербург)

Ювелирное искусство всегда было пространством для поиска выразительных художественных форм, и именно эксперименты раздвигают границы привычного и открывают новые горизонты. В номинации «Ювелирный эксперимент» жюри отметило изделия, продемонстрировавшие новаторский подход к решению форм украшений, использованию материалов, концептуальному и функциональному наполнению. Такие эксперименты — не просто вызов традициям, а возможность двигаться вперед, открывая для ювелирного дизайна новые направления, идеи и способы взаимодействия с человеком.

Первое место было присуждено петербургскому бренду RIM Jewellery Lab за колье «Вне времени и пространства». Это крупное выразительное украшение из пластика с шипами-контрфорсами, серебряными вставками и фианитами, демонстрирующими цветовую растяжку в оттенках от коньячного до шампань и белого. Ключевая идея — «воздух в оправе» — делает колье легким как по физическим характеристикам, так и по визуальному восприятию. Это яркое и необычное украшение является результатом долгой интересной работы Людмилы Сомовой, и поиск идеального воплощения идеи в материале автором еще не завершен.

Броши-карманы «Осенняя лирика»
Ольга Мешкова
(Владивосток)

Второе место присуждено художнику-ювелиру из Владивостока Ольге Мешковой за серию брошей-карманов «Осенняя лирика». Эти изделия из мельхиора с чернением — не просто украшения, а функциональные объекты: в них можно что-нибудь поместить, например, ручку, небольшой букет или платок. Визуальная и реальная легкость украшений достигнута благодаря прорезанным в металле рисункам: нежным и изящным листикам с прожилками.

Гарнитур Kuyaara, серьги «Лилия» и «Сакура» из серии «Дыхание весны»
«Namyn, авторские украшения»
(Якутск)

Еще одно второе место было отдано якутскому бренду «Namyn, авторские украшения», представившему сразу два ювелирных проекта. Серьги из серии «Дыхание весны» — это сочетание ручной вышивки по шелку, золота, чернения и драгоценных камней. В серьгах «Сакура» — приглушенные розовые и зеленые оттенки камней — бериллов, аметистов, изумрудов — и вышивки по шелку передают настроение умиротворения, возникающего от созерцания весеннего цветения. Центральная часть в композиции серег «Лилии» создана в технике батик, художественной росписи по ткани. Подвижные элементы, сверкание золота и хризолитов добавляют украшению игры света и динамики. Второй проект бренда — гарнитур Kuyaara («Вселенная») из латуни и горного хрусталя. На поверхности изделий лазерной гравировкой передан хорошо прочувствованный ритмический узор. Сама концепция украшений связана с якутской космогонией, согласно которой Вселенная состоит из трех частей: верхнего, среднего и нижнего миров. В художественном решении колье автор Наталья Намын попыталась передать идею о том, что жизнь — это баланс, а подобное украшение играет роль инструмента, благодаря которому человек черпает энергию из материального и духовного миров.

Классика XX столетия

Елизавета Тапакова-Боярская

Серьги «Пифия»
PRIMOSSA
(Санкт-Петербург)

Второго места удостоены уникальные золотые серьги «Пифия» в виде змеи, обвивающей ухо, от петербургской компании PRIMOSSA. Пифия — жрица-прорицательница Дельфийского оракула в храме Аполлона, расположенном на склоне горы Парнас. Именно туда обращался Александр Македонский за пророчествами. Серьги «Пифия» олицетворяют мудрость и силу великой жрицы. Образ змеи символизирует цикличность жизни и трансформацию, отражая древние представления об этих рептилиях как хранителях тайных знаний. Желтые сапфиры, сверкающие солнечным светом, воплощают жизненную энергию и оптимизм, а синие — добавляют украшению глубину и загадочность. Дизайн серег — это обращение к философским смыслам и древним традициям, которые продолжают жить в современности.

Серия подстаканников «Золотое кольцо России»
«Вера Ангел» (Кострома)

Молодой семейный ювелирный бренд из Костромы «Вера Ангел» впервые принял участие в выставке и представил на конкурс два вида изделий из серебра, которые также удостоены второго места в этой номинации. Подстаканники из серии «Золотое кольцо» — «Кострома», «Ярославль» и «Владимир» — выполнены по форме изделий, ставших обязательным атрибутом железнодорожного путешествия еще при министре финансов С. Ю. Витте: на ножках (для устойчивости), с историческим панорамным рельефом городского пейзажа, оттененным гравировкой и чернением, с гербом города в центре композиции. «Серебряные мундиры» для стаканов созданы в продолжение традиций русского чаепития, неспешного любования столовым серебром — символом благополучия и семейного наследия. Возможен заказ изделий с подарочной чайной ложкой, произведенной специально для каждой модели подстаканника.

Третье место — комплекты из коллекций «Династия» и «Комета», а также кольцо с турмалином бренда KRASNOE, которые произведены на Сидоровской ювелирной фабрике, основанной более ста лет назад. Мастера предприятия до сих пор бережно хранят традиции создания ювелирных изделий, с большим вниманием при этом относясь к пожеланиям современного искушенного потребителя. Серебряные сеты с лунным камнем и чароитом выполнены в классических формах, симметричных, с растительным и орнаментальным украшением оправы и вставками фианитов для придания изделиям большей нарядности и блеска. Смысловой центр кольца из белого золота — турмалин зеленого цвета в огранке «октагон». Россыпь бриллиантов на шинке оттеняет глубокий оттенок камня, подчеркивает элегантность и благородство художественного образа изделия.

3

Комплекты из коллекций «Династия» и «Комета», кольцо с турмалином
Krasnoe (Кострома)

Традиционные ювелирные выставки

JUNWEX

меняют локацию!

В **мае** и **сентябре** встречаемся в **Тимирязев Центре**

Москва, Верхняя аллея, 6с1

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ
14–18 мая 2025

JUNWEX
МОСКВА
24–28 сентября 2025

5 минут от станции метро «Петровско-Разумовская» (выход 5)

20 минут на автомобиле от Садового кольца

20 минут на такси от аэропорта Шереметьево

На правах рекламы

Интерьерное украшение «Драккар»
ЮД «Фоменко» (Калининград)

Первое место в номинации — интерьерное украшение парусник «Драккар» от ЮД «Фоменко», изготовлен из гладких полированных пластин янтаря в технике янтарной мозаики, расположен на подставке из ясеня. Изделие отличает изящная, мастерски выполненная ювелирная работа с тонкой детализацией — веслами и мачтами из кости мамонта и закрепкой серебряными гвоздями. Модель корабля имеет исторический прототип — узкую парусно-гребную ладью викингов, отличающуюся высоко поднятыми носом и кормой. Драккар (drakkar — буквально «корабль-дракон», от древнескандинавских drage — «дракон» и kar — «корабль»). Лодки викингов могли перемещаться как по узким заливам, так и по широким морским просторам, став символом побед и талисманом удачи на все времена.

Ювелирная и камнерезная пластика

Елизавета Тапакова-Боярская

Второго места в номинации удостоены предметы интерьера под названием «Яблоко познания» из прессованной бумаги и серебра, созданные компанией «Невский-Т». Это две выразительные пластические формы, контрастные по цвету, которые выступают арт-объектами и подставками для моносерег. «Яблоко познания» — итог многолетнего философского размышления художников о мире, красоте, гармонии форм, цветов и материалов, представленный в двух линиях. Одна — про яблоко как библейский символ, аллегорию рая, дома и семьи. Из первой следует вторая: поиск магической связи с домом. Серьга, вынутая из основы, является для своей обладательницы оберегом вне дома. В собранном виде объект не привлекает внимание окружающих к «личному пространству», оставляя возможность любоваться предметом интерьера.

Моносерьга — предмет интерьера «Яблоко познания»
«Невский-Т» (Санкт-Петербург)

1

Наборы рюмок «Гуляния», «Русское воинство», коньячный фужер «Георгий Победоносец»
«Альтмастер» (Кострома)

Костромская компания «Альтмастер», постоянный участник и многократный победитель конкурсов JUNWEX, в этот раз представила комплекты рюмок-перевертышей «Русское воинство» и «Гулянья», а также хрустальный коньячный фужер «Георгий Победоносец», удостоенные первого места в номинации. Все изделия выполнены из серебра полностью вручную по авторским эскизам. Рюмки «Гулянья» из серебра с хрусталем созданы по мотивам русской народной пословицы «Пляши, да не заплясывайся». Сюжет был очень популярен в русском серебре начала XX в., что подчеркивает преемственность традиций. Подарочные рюмки «Русское воинство» выполнены в форме головных уборов воинов: гусарский кивер, папаха, уланка, гренадерка, кивер штабс-капитана. В фужере массивная серебряная ножка представлена композицией «Георгий Победоносец, побеждающий змия».

2

Интерьерное украшение «Гусар 1812 года. Нет выше чести, чем носить русский мундир»
«Сувениры Балтики» (Калининград)

Эффектным дополнением ассортимента патриотической тематики от компании «Сувениры Балтики» из Калининграда стала интерьерная скульптура «Гусар 1812 года». Эта новая авторская работа полностью выполнена вручную из янтаря и представляет гусара верхом на коне, в наброшенном на одно плечо ментике, отдающего честь. Величественная осанка всадника, поступь боевого коня и слова М. И. Кутузова на постаменте «Нет выше чести, чем носить русский мундир» придают скульптуре торжественный вид. Часть деталей оружия и обмундирования покрыты сусальным золотом. Детали доломана, седла и кивера — из кости мамонта. Упряжь — из натуральной кожи. Композиция отличается живостью образа, анатомической точностью, деталировкой и удостоена второго места в номинации.

Этнические мотивы

Анна Ратникова

Комплект «Благословение»
«Алтан Арт» (Якутск)

На февральском конкурсе ярко, дополняя друг друга, прозвучали художники и мастера, представляющие ювелирное искусство Республики Саха (Якутия). Первое место в номинации получила молодая фирма «Алтан Арт» (Якутск). Опираясь на традиционный опыт якутских мастеров, компания сосредоточила свое внимание на изготовлении украшений из бронзы и латуни, о чем говорит и ее название: «алтан» в переводе с якутского — «медь». Этот металл издавна считался не только красивым и привлекательным, но и обладающим особой силой и энергией материалом. Пластичность, богатая цветовая гамма, благородный блеск бронзы и латуни позволяют создавать из них интересные украшения, дизайн которых соответствует сегодняшнему времени. Так, в комплекте «Благословение» найдено эффектное сочетание гладкого шейного украшения наподобие чокера с красиво проработанной фактурой поверхности массивной подвески и серег, декорированных просечным орнаментом. Тем не менее, в этих актуальных изделиях просматривается реминисценция на одну из важных частей традиционного свадебного комплекса женских украшений — гривну с подвеской и массивные серьги. Древние символы солнца, вечности, семьи, любви и счастья привносят в украшения глубокую смысловую наполненность и яркую выразительность.

Одной из главных наград были отмечены работы петербурженки родом из Калмыкии Цаган Бадаевой. В последнее десятилетие среди авторских работ художников-ювелиров все чаще появляются украшения из дерева или в сочетании его с другими материалами. Среди них работы Цаган выделяются уникальным ощущением и пониманием сущности этого материала, умением вручную открыть его природную красоту — цвет, фактуру, текстуру — и показать его ювелирные возможности. Это неслучайно: в Калмыкии буддийские храмы традиционно украшались деревянной резьбой, отсюда художник и черпает свое вдохновение при создании украшений. Дерево — тактильно приятный, теплый и в первую очередь легкий материал, что позволяет делать украшения крупных размеров, а это сейчас модно. В последнее время Цаган увлечена созданием цепей. Из цельного деревянного бруска вырезаются цельные подвижные звенья, одно внутри другого (пятьдесят и более). Этот уникальный прием требует абсолютной точности человеческой руки, что наглядно и демонстрирует автор в своей большой коллекции «Вариации на тему "Цепи"», в которой есть кольца, броши, браслеты и перевязи с цельными цепями. На конкурс из этой коллекции были представлены большая выразительная брошь и брошь-цепочка. Изделия линейки объединены идеей вариативности ношения: их можно располагать на плечах, груди, поясе и рукаве, вертикально и горизонтально за счет подвижности цепей. Это показывает, что цепь — неисчерпаемый источник возможностей создания новых украшений.

Коллекция «Вариации на тему “Цепи”»
Цаган Бадаева
(Санкт-Петербург)

2

Комплект традиционных женских украшений, ременной пояс, браслет «Перо»
«Мастерские Петра Алексеева» (Якутск)

Образцы мастерства, основанные на обращении к лучшим традициям ювелирного искусства народа саха, продемонстрировал обладатель второго места — компания «Мастерские Петра Алексеева» (Якутск). Массивные и выразительные серебряные украшения завершали монументальный образ якутского праздничного женского наряда. В их числе и представленная на конкурс воспроизведенная максимально точно повязка-начельник, с которой ниспадает целая система длинных подвижных серебряных цепей из небольших ажурных бляшек. Они спускаются на грудь и соединяются с большой круглой пластиной «кюн» («солнце»); к затылочной части начельника подвешены наспинные украшения. Крупные детали искусно украшены гравировкой. Обязательной принадлежностью якутского мужского костюма является ременной пояс с металлическими накладками. Жюри высоко оценило созданный в традиции нарядный пояс с круглыми и фигурными латунными пластинами, украшенными национальным орнаментом, безупречно выполненным в технике гравировки. Нельзя было обойти вниманием и неожиданный в ряду изделий, цитирующих традиционные, браслет «Перо» — современное эффектное украшение. Однако можно предположить, что в генетике его присутствуют широкие якутские браслеты и восхищение красотой белых журавлей — стерхов.

2

Снежные очки — чарапчы, комплект «Легенда о мамонтах»
Izabella Pavlova (Якутск)

Второе место занял и бренд Izabella Pavlova (Якутск). Авторский комплект «Легенда о мамонтах» из трех украшений (подвеска, серьги, браслет) произвел впечатление на членов жюри мастерством исполнения и смелостью фантазии. В подвеску включены три медальона: один с изображением мамонта и два с пластинами из бивня мамонта, поданных как драгоценности. Крупные серьги, как и традиционные якутские, напоминают женскую фигуру. На панбархатном браслете, завязанном шелковой лентой, бусинами выложен национальный орнамент. Используя коричневый итальянский шелк и панбархат, кружево, канитель, французские пайетки, японский бисер и кристаллы Swarovski, автор сумела создать яркий образ именно якутских женских украшений. Отдельно была отмечена экзотичная пара снежных очков — чарапчы — из латуни и мельхиора. Это древнейшее изобретение человека, защищающее глаза от снежной слепоты. Такие очки бытовали у многих северных народов и изготовлялись из дерева, кости, бивня мамонта, рога северного оленя и даже из низкопробного серебра. Представленное на конкурс изделие, хотя и повторяет традиционную форму (одни очки — гладкие прямоугольные с узкими горизонтальными прорезями, другие — овальные с фактурированной поверхностью и крестообразными прорезями), выглядит скорее как дизайнерский аксессуар для экстравагантного человека.

В современных якутских украшениях часто, помимо традиционных форм и орнаментов, используются образы, символизирующие достояние природы края: река Лена и Ленские столбы, стерхи и олени, изображения мамонтов и т. д. В небольшую коллекцию «Кэрэ Эйгэ» («Красота вокруг») включены изящные серебряные серьги с подвесками из бивня мамонта. Богатство мощной природы Якутии, ее животного мира представлено в них в виде миниатюрных искусно и с любовью вырезанных изображений милых и трогательных детенышей нерпы и песца, птиц — пуночек и рыб — чиров, которые никого не оставят равнодушными.

3

Коллекция «Кэрэ Эйгэ»
«Саха Алаас» (Якутск)

LiveWishes

часы и аксессуары

Создайте свой неповторимый образ

+7 (495) 117-95-55 INFO@LWGOODS.RU WWW.LWGOODS.RU

ТехИнКом

Технологии Инновационных Коммуникаций

Управление Ювелирной Торговлей

Отраслевое решение на базе 1С: Управление Торговлей

Подержка функционала ГИИС ДМДК, УТМ, отчетность в РосФинМониторинг

Открытый код и возможность проводить доработки специалистами 1С

Лицензирование без ограничения количества рабочих мест

*Требуются лицензии для работы платформы 1С

+7 (495) 645-09-93 info@jwtrade.ru www.jwtrade.ru

На правах рекламы

Традиционные ценности

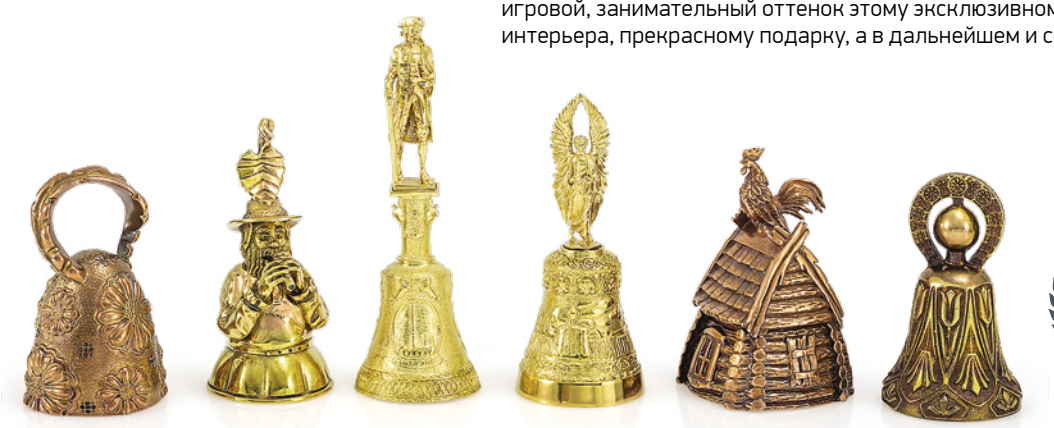
Анна Ратникова

На февральском конкурсе, следуя запросам времени, жюри предложило ввести новую номинацию, которая расширит круг участников, так как под определение «традиционные» подходят и народные, и семейные, и религиозные, и исторические ценности, по-разному формирующиеся у разных сообществ.

1

Шкатулка «Как в сказке»
«Северная чернь»
(Великий Устюг)

В этой номинации жюри единодушно отметило высшей наградой уникальное произведение ювелирного искусства, выполненное мастерами знаменитого предприятия «Северная чернь» в духе сохранения традиций «русского наследия», — серебряную шкатулку «Как в сказке». Образ навеян сюжетом известной всем сказки о Золушке, когда фея превращает в роскошную карету обычную тыкву, о чем и напоминает округлая форма шкатулки. Декор, выполненный в сочетании блестящих и матовых поверхностей с насыщенным черневым узором и частичным золочением, органично подчеркивает пластику произведения. Крышка увенчана кабошоном гематита в обрамлении жемчужин. В убранстве «кареты» также использованы цитрины и фианиты. Подвижные колеса придают особый игровой, занимательный оттенок этому эксклюзивному предмету украшения интерьера, прекрасному подарку, а в дальнейшем и семейной реликвии.



2

Коллекция колокольчиков
«ФИТ»
(Санкт-Петербург)

Компания «ФИТ» (Санкт-Петербург) в режиме нон-стоп предлагает нам все новые и новые идеи. В этот раз жюри рассматривало серию бронзовых и латунных колокольчиков в виде разных сюжетов и образов: «Петр I», «Ангел над Русью», «Прощание славянки», «Цветы», «Изба с петухом», «Лесовичок». Выполненные в одной стилистике, с выдумкой, с настроением, они в интерьере выглядят как небольшие статуэтки, готовые стать коллекцией. Коллекционированием колокольчиков занимается большое количество увлеченных людей, и это оправдано тем, что колокола, бубенцы, колокольцы играли и играют важную роль в жизни России. В глубокой старине бубенцы и колокольчики выполняли функцию оберегов, а в дальнейшем их звон сопровождал жизнь человека повсеместно: это были колокольчики ямские, коридорные, настольные, свадебные. И сегодня их используют для объявления докладов на деловых и научных мероприятиях, в некоторых ритуалах и т. д. Представленные на суд жюри колокольчики имеют приятный мелодичный звон, причем у каждого изделия он свой, неповторимый. Коллекция заявлена как бюджетная, экспериментальная, с продолжением.

2

Подвесы «Крылья ангела» и «Легкость», коллекция колец «Духовные объятия»
«Иордань»
(Красное-на-Волге)

Фирма «Иордань» (Красное-на-Волге) постоянно находится в творческом поиске, каждый раз представляя на конкурс новые разработки индивидуальных святынь современного звучания. Этому соответствуют и две небольшие серебряные подвески, на которых искусно размещены тексты важнейших для православного человека молитв: на подвесе «Крылья ангела» — молитва Ангелу-хранителю, а на подвесе «Легкость» — фрагмент из Нагорной проповеди Иисуса Христа, начинающийся словами «Взгляните на птиц небесных...» (в цитируемой притче заключена мысль о том, что если Господь Бог дал человеку бесценный дар — жизнь, то Он позаботится и о пище насущной). Коллекция «Духовные объятия» состоит из трех серебряных колец (варианты — с позолотой) с текстами молитв. На кольце с полированной овальной верхушкой на внутренней стороне размещена молитва «Во имя Отца и Сына, и Святого Духа. Аминь», сопровождающая крестное знамение. Кольцо необычного дизайна на два пальца украшено молитвой «Трисвятое», входящей в состав обычного начала церковных служб. Кольцо с текстом молитвы Ангелу-хранителю на овальной верхушке также может духовно поддержать своего обладателя и украсить его руку.

2

Фамильный сет «Год Дракона»
«Арт-студия Ювелир»
(Санкт-Петербург)

«Арт-студия Ювелир» (Санкт-Петербург) представила на конкурс выполненный по заказу фамильный сет «Год Дракона» из двух именных браслетов: мужского и женского. Основа мужского — из жгутов ювелирного шелка, женского — из кожи. В наборных элементах и накладках использовано золото 750º, и декорированы они черными и белыми бриллиантами, горячей эмалью и черным родием. В центральной части браслетов на золотых деталях выразительно и пластично размещены изображения драконов, охраняющих драгоценности: в мужском браслете — солидный бриллиант, в женском — натуральный рубин. Дракон как символ выбран неслучайно, во многих культурах он почитался хранителем семейных ценностей, его образ являлся сильным оберегом. Примечательно, что украшения — часть семейной истории, в которой родители сделали дорогой знаковый подарок дочери и зятю в надежде на то, что он принесет им счастье и станет фамильной реликвией.

Лучшая коллекция серийного производства

Галина Ковалева

Компания SANIS (Санкт-Петербург) создала инновационную конструктивную цепь — мужское изделие-трансформер Triple Infinity, которому жюри присудило первое место в номинации. Основа конструкции — уникальный механизм, который позволяет менять длину браслетов в диапазоне до 40 мм за счет эффекта скрутки. Замок в форме головы змеи является элементом, соединяющим два браслета в единую цепь. Змея, кусающая себя за хвост (уроборос), — символ вечного цикла изменений в природе, чередования созидания и разрушения. Вопрос увеличения продолжительности жизни и достижения бесконечности своего существования волнует людей испокон веков и надолго останется актуальным. Контраст черной эмали и золота в Triple Infinity создает имитацию змеиного орнамента и подчеркивает статусность украшения, вселяя в его обладателя уверенность в будущем.

1

Мужское изделие-трансформер Triple Infinity
Sanis (Санкт-Петербург)

2

Обручальные кольца «Фактура» и «Невесомость»
Волго-Камский индустриальный завод (Рыбинск)

Волго-Камский индустриальный завод впервые предъявил свои разработки на суд жюри петербургского конкурса JUNWEX и сразу завоевал второе место. Коллекции «Невесомость» и «Фактура», выполненные из золота, привлекают внимание технологическими особенностями, благодаря которым стоимость этих украшений максимально демократичная.

2

Коллекции «Классика» и «Банты»
Grant (Санкт-Петербург)

Интерес к классике и использование традиционных символических образов, воплощенных в золоте и бриллиантах, легли в основу коллекций «Банты» и «Классика» ЮЗ Grant (Санкт-Петербург). Жюри отметило использование современных технологий и нестандартных дизайнерских решений в этих работах, присудив им второе место.

3

Коллекция Bonbon
Estet Jewelry
(Москва)

Мастерам Estet Jewelry удалось сделать яркие украшения, в дизайне которых лидирующее место отведено крупным топазам, аметистам и цитринам. Изящные золотые изделия с природными камнями искусных огранок — очаровательными драгоценными «конфетками» — станут привлекательными спутниками для своей будущей владелицы.

Первая Клубная встреча года

В преддверии «JUNWEX Петербург», 5 февраля, Клуб «Российская Ювелирная Торговля» и ЮД Kabarovsky организовали первое мероприятие культурной программы выставки, которое состоялось в Николаевском дворце, бывшей резиденции великого князя Николая Николаевича.

На встречу собрались около сорока представителей отраслевых торговых сетей и производственных компаний со всей России — от Калининграда до Сахалина. В этот вечер они не только обсудили важные профессиональные вопросы, которые их волнуют, но и смогли окунуться в атмосферу императорской эпохи, исследуя богатую историю дворца. Интересная экскурсия по залам резиденции, посещение домовой церкви, ужин при свечах под аккомпанемент классической музыки оставили у участников яркого события неизгладимые впечатления.

Галина Хасаншина, «Русское золото»

Это был и праздник, и образовательное мероприятие, и неформальное общение с коллегами. Каждый из нас на местах сталкивается с трудными проблемами, и гораздо легче, когда понимаешь, что ты не один, что сложности у всех схожие. Еще в декабре–январе мы были не готовы ехать на выставку, потому что ситуация со спросом плохая. Новогодние продажи прошли совсем не в тех объемах, которые мы планировали. Товарные запасы оказались очень большими. Но мы приняли решение все же быть на выставке, и не пожалели. На встрече в Николаевском дворце все участники делились своими размышлениями, профессиональными секретами повышения продаж. Те ритейлеры, кто приехал в Петербург всего на один день, очень пожалели, что не запланировали подольше поработать, потому что программа выставки оказалась очень насыщенной, интересной и познавательной!

Галина Калашникова, «Ростзолото»

Организация мероприятия была идеальной: все красиво, культурно, интеллигентно. Знакомство с дворцом и связанными с ним историями оказалось очень увлекательным. Но как человек верующий я получила невероятные ощущения от посещения домовой церкви: в ней чувствовались особая атмосфера и энергетика. Торжественный ужин в роскошном зале под аккомпанемент прекрасной музыки вызвал у всех присутствовавших чувство, что от быта и суеты мы попали в какое-то другое измерение. Там начинает работать воображение, появляется вдохновение. Сама бы я никогда не вырвалась из плотного и насыщенного работой выставочного графика в такое чудесное место. Честно могу сказать, что давно так хорошо не отдыхала!

Отдельно хочется выразить благодарность организаторам за то, что собрали вместе единомышленников — профессионалов, которые много лет трудятся в ювелирном бизнесе, живут им. Во время ужина за нашим столом сидели представители ритейла из Кузбасса, Перми, Иркутска, Сочи — совершенно незнакомые и разные люди, но у нас оказалось множество общих интересов и тем для общения. Мы обсуждали и вопросы регионального спроса, и востребованность ассортимента, и модные тренды, и личные увлечения, и проблемы бизнеса... Я считаю, что формат мероприятия был выбран удачно: люди приезжают на выставку и при этом могут еще получить определенную эмоциональную перезагрузку. Тем более, что Петербург к этому располагает. Я словно в сказке побывала.

Покупатель меняется

Интервью с Мариной Слотиной, руководителем компании Sergey Slotin

У Вас пять магазинов в Кирове, как можете оценить розничные продажи за последние месяцы?

Самым сложным в этом плане для нас оказался декабрь. Я испытывала серьезную тревогу, наблюдая за тем, как поменялось поведение клиентов. Если раньше перед Новым годом магазины были полны людей, а спонтанные покупки были обычным явлением, то теперь ситуация совершенно другая. В последние недели декабря в ювелирные салоны приходили только целенаправленные покупатели, которые четко знали, что хотят приобрести. Но даже их выбор был ограничен: либо изделия очень дешевые, либо премиум-класса. Средний ценовой сегмент практически не интересовал. Обойдя ювелирные магазины Кирова, я убедилась: это не только наша частная проблема, она характерна для всех игроков отраслевого ритейла.

Как Вы считаете, что влияет на изменения в поведении клиентов?

Мы проанализировали ситуацию и поняли, что есть два основных тренда. Многие люди предпочли положить деньги в банк под высокие проценты, это удерживает от совершения импульсивных покупок. Другие оказались скованы долговыми обязательствами, ипотекой — и драгоценности остались при этом за чертой доступного.

Особенно интересным явлением стало внимание к золоту как инвестиционному инструменту. Покупатели все чаще выбирают увесистые золотые изделия, видя в них не просто украшение, а ликвидный актив. Одна из клиенток поделилась историей, как золото помогло ей выстоять в сложной финансовой ситуации.

Сегодня покупатели все чаще задаются вопросом, во что инвестировать свои средства. Доллары и евро больше не кажутся надежными. Кто-то рассматривает недвижимость, но этот рынок требует тщательного анализа. Ювелирные изделия, особенно золотые, становятся одним из вариантов инвестиций. Таким образом, отраслевой бизнес продолжает адаптироваться к новым реалиям, а клиенты все больше внимания уделяют не только эстетической, но и инвестиционной составляющей своих покупок.

Сейчас нередко говорят о том, что на ювелирном рынке выживут лишь те, кто любит свое дело, вкладывает

в него душу. Согласны ли Вы с таким мнением?

Возможно, оно звучит пафосно, но это правда. Если вы хотите украшать мир, восхищаться своими изделиями и вдохновлять других, никакие трудности не сломят вас. Без этой искренней преданности своему делу конкуренция с федеральными сетями и маркетплейсами станет непосильной ношей. Необходимо взращивать лояльность, окутывать заботой каждого клиента — не формально, а с душой. «Растить» и «воспитывать» покупателя, выстраивая с ним долгосрочные отношения. Мы недавно в своих соцсетях запустили серию интервью о фамильных драгоценностях, раскрывая их сакральное значение в жизни семьи. Рассказываем, как раньше в царской России передавались семейные ценности — из поколения в поколение. Ювелирные изделия — не просто украшение, а инвестиция в вечность.

Для того чтобы позиционировать изделия из золота как надежный актив, который никогда не потеряет свою ценность, необходимо быть уверенным в качестве такой продукции...

Безусловно, каждое изделие должно быть безупречным. Важно предлагать и дополнительные услуги — такие как изменение размера кольца или изготовление украшения по индивидуальному заказу. Наш бренд существует уже 33 года, и это дает нам значительное преимущество. Многие клиенты знают нас

и доверяют нашим магазинам. Однако важно работать не только с постоянными покупателями, но и привлекать новое поколение. Для этого, возможно, стоит освоить технологии искусственного интеллекта и другие современные методы работы с клиентами. Мы пробовали сотрудничать с маркетплейсами, например, с OZON, но попытки не увенчались успехом. Оказалось затратно и неэффективно. Мы продавали там только серебро, но быстро поняли, что это направление не для нас. Нам комфортнее развивать офлайн-продажи, где у нас есть более глубокие связи с клиентами. Я считаю, что бизнес не может успешно двигаться одновременно в двух направлениях — онлайн и офлайн. Если ты силен в одном, то будешь слаб в другом. Поэтому мы сфокусированы на развитии магазинов традиционного формата, которые четко сегментированы. В трех премиальных представлены в основном высококачественные изделия из золота, но и там мы выделяем место для серебра. Однако это не массовая продукция, а уникальные и интересные изделия с особой философией и историей. Именно в рамках офлайн-магазина мы имеем возможность рассказать покупателю легенду, раскрыть смысл, заложенный в украшении. Это делает покупку более личной, эмоционально значимой, чего никогда не будет в бездушном онлайн-пространстве. К тому же, мы получаем уникальный опыт от общения с клиентами, который помогает нам лучше понять их предпочтения и желания.

«Именно в рамках офлайн-магазина мы имеем возможность рассказать покупателю легенду, раскрыть смысл, заложенный в украшении.

Чтобы быть заметным

Как меняется спрос в премиальном сегменте, как производственные компании адаптируются к новым экономическим условиям и чем интересно производство ювелирных изделий, рассказал основатель и визионер бренда Grant Станислав Мазурчик.

«Чтобы быть заметным, производитель ювелирных изделий должен стать пиарщиком, маркетологом, коммуникатором.

Кто он — современный покупатель драгоценностей?

Несмотря на устоявшееся мнение, что украшения и бриллианты женщина получает в подарок от мужчины, наш главный покупатель — именно женщина. Она успешна, интересуется бизнесом, культурой, модными трендами. И она любит меняться. Поэтому украшения как часть ее гардероба должны адаптироваться к быстрому темпу ее жизни.

Можно ли сказать, что сегодня российские ювелиры заменили ушедшие западные бренды?

Это верно, но с одной важной ремаркой. Качество исполнения наших украшений часто выше, а вот цена, наоборот, комфортнее для клиента. С гордостью могу сказать, что за нашими украшениями «охотятся». Кстати, их стали подделывать и копировать. Время от времени на рынках разных стран мы обнаруживаем партии изделий с «нашей» биркой. Логотип и название — Grant, а украшения не наши. С одной стороны, это неприятные инциденты и репутационные риски, а с другой, — своеобразное признание на международном уровне.

В ювелирном искусстве тонка та грань, перейдя которую, можно сделать очень красивый, но непрактичный «выставочный образец», который останется на витрине, в шкатулке, на полке. Мы стремимся адаптировать сложный фантазийный дизайн к реальной жизни, где есть место и театральной премьере, и деловой встрече, и играм с детьми, прогулкам с собакой, спорту, посещению супермаркета, в конце концов.

Что сегодня происходит со спросом в вашем сегменте?

В последний год мы фиксируем нехарактерное ранее перераспределение спроса: идет отток заказов из среднего сегмента в соседние группы — более высокой и более низкой ценовых категорий. Клиенты, которые раньше покупали изделия за 80000–120000 рублей в рознице, распределились почти в равных частях: одни теперь приобретают украшения подороже,

другие — подоступнее. Однако общее количество продаж остается на уровне 2023 года.

С начала нынешнего года стабильны заказы на обручальные и помолвочные кольца (в первом квартале их доля составила 38% от общего объема продаж). Скоро свадебный сезон, поэтому ювелирные сети активно закупают этот ассортимент.

Мы работаем в высоком ценовом сегменте, но ориентируемся на реальные запросы клиентов. Поэтому в наших коллекциях есть капсулы и сложных дизайнерских украшений, и изделий с более спокойным дизайном и доступной ценой. Премиальность бренда мы передаем через безупречное качество даже в недорогих линейках.

А что определяет выбор клиента в ювелирном салоне? Как изменилось покупательское поведение в сегменте B2C?

Главный тренд последних лет — украшения с драгоценными камнями вытесняют «бескаменную» группу. За год золото подорожало на 38%, с начала 2025 года — почти на 15%; себестоимость изделий выросла на 35–40%. В условиях постоянного роста стоимости сырья вес изделия крайне важен, согласитесь. Технологии производства позволили нам объединить в одном изделии сложный дизайн, прочность и облегченный вес. При этом изделие выглядит достойно за счет качества обработки. И вот на витрине оказываются два очень близких по цене украшения: облегченное кольцо сложного дизайна с бриллиантами и полновесное кольцо обычного дизайна без вставок. Покупатели сравнивают и отдают предпочтение украшениям с драгоценными камнями.

Уже несколько лет мы сокращаем производство «бескаменки» в пользу изделий с бриллиантами. Прогнозируем, что к концу этого года доля бриллиантовой группы в витринах ювелирных салонов достигнет 95%.

Какие стратегии вы используете для продвижения бренда?

Я с ностальгией вспоминаю время, когда мог отвечать, что мы — производители и занимаемся исключительно дизайном и выпуском ювелирных изделий. Мир меняется, теперь «нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее!».

Ювелирный завод сегодня — это больше, чем производство. Чтобы быть успешным и заметным, производитель украшений должен стать пиарщиком, маркетологом, визионером. Комплексные маркетинговые коммуникации — профессиональная норма, без них не представить ни один современный бренд. Поэтому мы развиваем соцсети, организовываем фешен-съемки, создаем рекламные ролики и информационные материалы, выпускаем образовательный контент, снимаем обучающие материалы для продавцов и многое другое. Для партнеров — торговых сетей и ювелирных салонов — разрабатываем специальные условия и комплексные предложения, направленные на увеличение конверсии, рост продаж. Готовим и новое: будут уникальный визуальный контент, необычные форматы, интересные коллаборации — все для того, чтобы укрепить эмоциональную связь от взаимодействия с нашим предприятием.

Кешбэк на участие в выставках

Как пользоваться региональными программами субсидирования

В этот непростой период Оргкомитет Программы «Ювелирная Россия» готов оказать максимальную поддержку игрокам отраслевого рынка, в том числе мы предоставляем полную и самую актуальную информацию о вариантах государственного субсидирования их участия в выставках. Оргкомитет также открыт для взаимодействия с администрациями субъектов Федерации для расширения географии программ поддержки малого и среднего бизнеса РФ.

Как это работает?

- Программа субсидирования участия компаний в выставках регулируется правительствами субъектов Федерации.
- Структуры, осуществляющие поддержку малому и среднему бизнесу и реализующие программу субсидирования:
  1) Центры поддержки и развития предпринимательства;
  2) Отделы и комитеты экономического развития и торговли администраций субъектов Федерации;
  3) Центры кластерного развития.
- Размер возмещения — до 50–100% затрат, но не больше определенной суммы.

Субсидии предоставляются для возмещения следующих видов расходов:
- на аренду выставочной площади (выставочного стенда);
- на регистрационный сбор выставочной организации;
- на застройку выставочной площади.

АЛГОРИТМ РЕАЛИЗАЦИИ:

Формирование списка субсидируемых выставок

↓

прием заявок и документов на субсидии

↓

проверка компании на соответствие требованиям для получения субсидий

↓

конкурсный отбор (в ряде случаев)

↓

Выплата

В каждом регионе и ряде городов установлены свои условия для возмещения затрат, поэтому мы подготовили перечень ссылок, где можно узнать подробности:

https://junwex.com/news/vozmestite-zatraty-na-uchastie-v-vystavkah.html

НО САМОЕ ГЛАВНОЕ, О ЧЕМ ВАЖНО ЗНАТЬ!
Во главе угла должна быть ваша собственная инициатива!
НЕ ЖДИТЕ, ЧТО ВАМ КТО-ТО ЧТО-ТО ПРЕДЛОЖИТ.
Подавайте заявки и контролируйте их прохождение по инстанциям!

Опыт участника

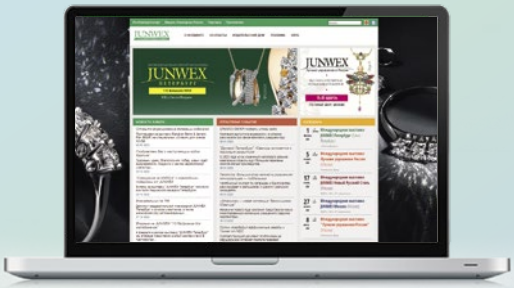
Алексей Пономаренко, ИП Бондаренко И. А.

Мы впервые приняли участие в выставках Программы «Ювелирная Россия», и произошло это благодаря Центру «Фонд поддержки предпринимательства Калининградской области». Эта организация работает с предпринимателями из разных сфер, в последние годы уделяет огромное внимание развитию бизнеса участников Кластера янтарной промышленности. Причем поддержку оказывает комплексную: от прямого выделения средств на расширение производства до информационного содействия. Мы получили софинансирование расходов (порядка 80%) на участие в «JUNWEX Петербург», что позволило нашей небольшой компании выйти на федеральный рынок. Благодаря грамотному сопровождению менеджера Фонда Юлии Абушахмановой и лояльным требованиям к пакету предоставляемых документов, процесс оформления прошел очень быстро и легко. Технические вопросы по участию в выставке мы согласовали с представителем JUNWEX Лидией Шестерниной тоже максимально оперативно. От подачи заявки до окончательного согласования стенда прошло около двух недель. Мы даже сами были удивлены, поскольку ожидали, что бюрократии окажется больше. Прекрасно, что у предпринимателей появились возможности развития бизнеса, которыми надо обязательно пользоваться!

Выставка прошла для нас успешно: нашли новых партнеров, заключили контракты и как поставщики, и как заказчики. Получили опыт участия в масштабном мероприятии и взаимодействия с игроками рынка, у которых есть чему поучиться. Кроме того, до этого мы работали только как производство с оптовыми клиентами. О необходимости собственной розничной торговли задумывались давно, но именно выставка дала нам серьезный стимул для развития этого направления.

БУДЬ В КУРСЕ!

Самые важные новости ювелирной индустрии



Читайте на нашем сайте

www.junwex.com

самую актуальную информацию из мира ювелирной отрасли.

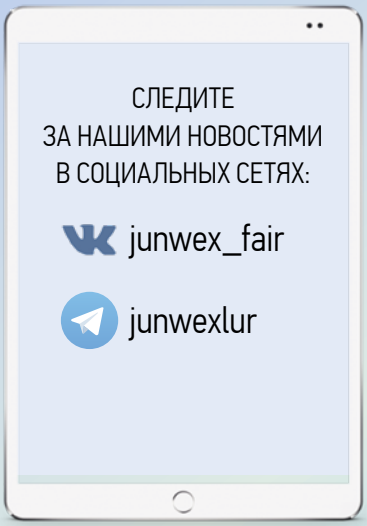
Изменения в законодательстве.

Об опытных игроках рынка и новичках индустрии.

Тенденции и прогнозы российской ювелирной торговли.

Будьте в курсе с **junwex.com!**

Новинки ювелирной моды
Билеты на выставки JUNWEX
Анонсы мероприятий



На правах рекламы

Лабораторные и природные: что выбрать?

Искусственные бриллианты в последние годы начали привлекать внимание в информационном пространстве, что порождает у покупателей множество вопросов. Главный из них — приобретать ли бриллиант, выращенный в лаборатории, или остановиться на натуральных?

«Лабораторные и натуральные бриллианты невозможно отличить невооруженным глазом. Разницу сможет увидеть только эксперт в лаборатории.

Лабораторные бриллианты выглядят и воспринимаются так же, как и природные, они имеют такой же химический состав и физические свойства, одинаковую кристаллическую решетку.

Природные алмазы формируются в земной коре в течение миллиардов лет в результате сильного нагрева и давления. Выращенные в лаборатории алмазы создаются в искусственных условиях, имитирующих процессы в земной коре, но гораздо быстрее — за считаные недели и даже дни.

Лабораторные и натуральные бриллианты невозможно отличить невооруженным глазом. Разницу сможет увидеть только эксперт в лаборатории. Для этого профессиональному геммологу потребуется специальное оборудование: при увеличении можно разглядеть небольшие контрасты во включениях при сравнении алмазов, выращенных в лаборатории и добытых в недрах земли.

Важно понимать, что за пять лет стоимость лабораторных бриллиантов упала в десять раз, сегодня они дешевле природных на 80–90%, и разрыв этот будет только расти. Разница обусловлена предложением: поставки природных алмазов ограничены, а лабораторных — нет. Это приводит к тому, что цена последних с течением времени и развитием технологий неуклонно снижается, тогда как стоимость природных неуклонно растет. Некоторые эксперты ожидают, что в будущем цена синтетического бриллианта новейшего поколения упадет до привычных цифр стоимости фианита и кубического циркония.

Можем ли мы в данном контексте ожидать массового перехода на лабораторные бриллианты? Вряд ли. Премиальные бренды строятся вокруг природного происхождения вставок в своих украшениях, и уйти от него — значит полностью изменить бренд. Хотя невозможно исключать появления отдельных капсульных коллекций с лабораторными камнями, что поможет бренду, оставаясь в своей стилистике, привлечь новую, более демократичную аудиторию.

Особенно этого можно ожидать от признанного новатора ювелирного рынка Tiffany или традиционного лидера алмазной отрасли De Beers, который, к слову, является и лидером в производстве лабораторных камней. Не исключено, что скоро мы увидим коллекции этих брендов с искусственными бриллиантами. В то же время игроки сегмента массовой и недорогой продукции могут начать постепенный переход на лабораторно выращенные камни. При этом маловероятно, что лабораторно выращенные алмазы когда-то вытеснят с рынка природные.

Алмазодобывающие компании движутся вперед семимильными шагами в вопросе устойчивого развития и этичной добычи минералов с минимальным ущербом для планеты. Можно предположить, что по этому параметру камни разного типа скоро сравняются, и выбор одних в пользу других на основании их экологичности уже не будет стоять. Да и сам вопрос экологичности искусственных бриллиантов не совсем однозначен. Сторонники охраны природы забывают указать, что для их производства используется большой объем электроэнергии, всего 13% которой получается от энергии солнца и ветра.

Природные бриллианты навсегда — перефразируя знаменитый слоган De Beers. Так получается, что любая имитация, даже феноменально хорошая, поднимает цену природного оригинала все выше, поэтому рынок лабораторных камней приведет только к еще большей ценности натуральных бриллиантов, как в реальном выражении, так и в сознании потребителей.

Практически в каждом случае лабораторный бриллиант будет иметь такой же блеск и сияние, как природный, поэтому, если вы ищете в первую очередь камень, который выглядит красиво, лабораторные экземпляры могут стать хорошим и достаточно дешевым вариантом.

Отличительной чертой природных бриллиантов является уникальность каждого камня — они отличаются по цвету, чистоте и огранке, что делает их неповторимыми. Лабораторные бриллианты получаются абсолютно одинаковые. Но как же хочется всегда быть особенным и выделяться, а не сливаться с общей массой! Поэтому если важно ощущение, внутренняя сила и естество, то природные бриллианты — единственный выбор.

Несмотря на бум синтетических бриллиантов в Китае и Индии, многие другие страны все еще относятся к ним с большим скепсисом. Главный аргумент критики касается ценности камней, ведь чем меньше количество товара, тем выше его цена и, соответственно, ценность на рынке. Эксперты полагают, что природные бриллианты из-за ограниченности их количества и источника происхождения в обозримом будущем будут цениться выше, а игроки этого сегмента продолжат всячески поддерживать их статус. Искусственные же бриллианты при последующем технологическом развитии с упором на их доступность и неограниченность уже сейчас не имеют весомой ценности при перепродаже или в качестве инвестиции.

Федор Зажогин, VESNA

«Отличительной чертой природных бриллиантов является уникальность каждого камня.

Строить не стены, а мосты!

Ювелирное искусство — одна из «визитных карточек» Италии. Действительно, жители Апеннинского полуострова испокон веков славились тонким чувством прекрасного, пониманием драгоценной красоты, творческой фантазией и мастерством воплощения своих замыслов.

«Время — это постоянно меняющееся отражение, и драгоценный камень становится его свидетелем... — утверждают организаторы выставки OroArezzo 2025. — Концепция “зеркала времени” основана на идее о том, что драгоценные камни — это не только драгоценные предметы, но и хранители памяти. Каждое отражение — это фрагмент жизни».

Итальянцы хранят память не только о своей истории, но и о том, насколько важным в ней всегда было сотрудничество с Россией. Это подчеркивают и представители официальных структур Италии, стремящиеся при первой же политической возможности возобновить деловые и культурные связи, и предприниматели из разных отраслей.

Недавно медиахолдинг JUNWEX принял участие в организованном при содействии Санкт-Петербургской Торгово-промышленной палаты бизнес-мероприятии, посвященном развитию возможностей международного сотрудничества, в частности, с итальянскими партнерами, в условиях геополитической неопределенности. Этот вопрос крайне актуален для формирования официальных делегаций Клуба «Российская Ювелирная Торговля» на ведущие зарубежные выставки и дальнейшего развития программы «Дело & отдых». Выступления спикеров внушали сдержанный оптимизм. По словам главы представительства Итало-российской торговой палаты Максима Осповата, доля итальянских компаний, оставшихся на нашем рынке, наибольшая по сравнению с игроками других стран — 62%. И сегодня итальянские фирмы с нетерпением ожидают возможности возобновления деловых связей с Россией. Целью ИРТП является оказание содействия в развитии экономического, торгового, технического, правового, научного и культурного

сотрудничества между Италией, РФ и странами СНГ, а также поддержка в создании доверительной атмосферы и плодотворного сотрудничества между итальянскими и российскими предпринимателями. За три года впервые к нам приехала из Италии делегация народной дипломатии. Руководитель этой миссии — глава Ассоциации производственных предприятий малого и среднего бизнеса Италии Марио Аттинаси — подчеркнул, что цель работы делегации — начать возрождение сотрудничества именно с Санкт-Петербурга, где более трехсот лет назад и зародилась историческая дружба двух народов!

На февральской выставке «JUNWEX Петербург» присутствовали четыре итальянские компании, стремящиеся не только предложить нашему рынку свою продукцию, но и закупать товар у российских ювелиров.

«Наша компания работает не только в Италии, у нас есть представительство в Армении, и моя задача на выставке — рассказать о возможных путях сотрудничества между итальянскими производителями оборудования для ювелирной отрасли и российскими ювелирами, — рассказывает Габриэле Терроси, Fiorella by JGJ. — Мы готовы привезти на российский рынок станки и технологии самого последнего поколения, позволяющие выпускать продукцию, соответствующую уровню ведущих международных брендов. Однако наша работа не

заканчивается на том, чтобы просто поставить оборудование для демонстрации на выставке или продажи по заказам. Иметь современные станки — лишь половина вопроса. Вторая половина — что на них производить. Речь идет о разработках дизайна, создании моделей, отвечающих fashion-трендам. Кроме того, я заметил на выставке множество коллекций, которые могут заинтересовать итальянских покупателей, — например, изделия религиозной тематики. Поэтому есть все предпосылки для начала обоюдовыгодного, плодотворного и успешного сотрудничества между Италией и Россией. Итальянцы и русские стояли у истоков создания великолепных архитектурных ансамблей Санкт-Петербурга, и сегодня мы хотим строить не стены, а мосты! Я готов показать, что путь, который мы проделали, открыт и для других компаний».

«Итальянцы и русские стояли у истоков создания великолепных архитектурных ансамблей Санкт-Петербурга, и сегодня мы хотим строить не стены, а мосты!

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».

«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 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.

ПРАВИЛА АККРЕДИТАЦИИ:

Подать заявку на аккредитацию можно в рамках выставки на стенде Клуба «Российская Ювелирная Торговля» или по e-mail: **info@jewellerclub.ru**.

На правах рекламы

Традиционные ювелирные выставки

JUNWEX

меняют локацию!

В **мае** и **сентябре** встречаемся

в **Тимирязев Центре**

Москва, Верхняя аллея, 6с1

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

14–18 мая 2025

JUNWEX
МОСКВА

24–28 сентября 2025

5 минут от станции метро «Петровско-Разумовская» (выход 5)

20 минут на автомобиле от Садового кольца

20 минут на такси от аэропорта Шереметьево

На правах рекламы

На правах рекламы