

ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ



май
№111 / 2026

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

16+
JUNWEX
MAGAZINE


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

АГЕНТУРА — НЕ КОЛЛЕКЦИЯ

Интервью с Анастасией Долгополовой,
руководителем отдела продаж
компании SANIS, читайте на странице 8


SANIS
JEWELRY

XXII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX
МОСКВА

23–27 СЕНТЯБРЯ 2026

Москва, **ВДНХ**

Стенд В-401



talantgold.ru

TL

TALANT

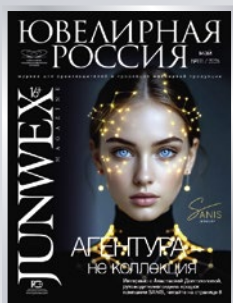


ENAMEL&ANIMAL*

Воплощение анималистичного принта в новом прочтении — смелый, живой, притягательный. Мы соединили дикую природу и блеск серебра. Зебра, змея, тигр и леопард — выбери свой характер и добавь выразительный акцент этим летом.

*эмаль и животные

Содержание



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
WWW.SANIS.RU

УЧРЕДИТЕЛЬ

ООО «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»

Т. В. Носкова

главный редактор

А. С. Горыня

председатель Союза ювелиров СЗФО

Г. Н. Ковалева

председатель жюри конкурсов
Программы «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

Е. В. Епимахов (Новосибирск), Сибирский 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. М. Юдин (Хабаровск), Дальневосточный ФО

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

РЕДАКЦИЯ

В. В. Будный – издатель

Т. В. Носкова – главный редактор

И. С. Федорова – литературный редактор

А. Н. Добров – арт-директор

Е. И. Окочутина – технический редактор

Т. Н. Юдина – корректор

А. В. Андропова – отдел распространения

А. Н. Добров, П. А. Щукин – фотографы

АДРЕС УЧРЕДИТЕЛЯ, ИЗДАТЕЛЯ И 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 ООО «Типографский комплекс «Девиз».

190020, Санкт-Петербург, Вн. тер. г.

МО Екатеринбургский, наб. Обводного канала,

д. 138, к. 1, литера В, пом. 4-Н-6-часть, ком. 311-часть.

Тираж 10000 экз.

Дата выхода в свет 25 мая 2026 г.

Распространяется бесплатно

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», 2026 © Авторы публикаций, 2026

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



6

8

12

ОТ ИЗДАТЕЛЯ

Приветствуем участников и посетителей
XXV Международной ювелирной выставки
«JUNWEX Новый Русский Стиль»! 4

СЕКРЕТЫ УСПЕХА

SOKOLOV 2026: от солнечной символики
и морской эстетики до покрытия «вермель» 6

SANIS. Агентура: из бизнеса «на красоте»
в бизнес «на больших данных» 8

ФИТ. Новое — хорошо забытое старое 11

GRIGORIEV. Законы диалектики ювелирного рынка 12

ВЫСТАВКИ

«JUNWEX Петербург 2026» 16

RoseGrace на выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль» 19

АКТУАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ

Интернет — зона безответственности? 20



31



68



32



74

КРУГЛЫЙ СТОЛ

«Есть выставка — и мы в ней участвуем!» 22

КЛУБ «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

Встречаемся в Клубе 30

ДИЗАЙН

Всероссийский конкурс ювелиров «Признание Петербурга» 32

МАРКЕТИНГ — НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

Кешбэк на участие в выставках 64

КАМЕННАЯ АЗБУКА

Искусство в диалоге с камнем 66

Цвет как новая ценность 68

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПАНОРАМА

Китай: горизонты бизнеса 74

Золотая клетка 78

78



Приветствуем участников и посетителей XXV Международной ювелирной выставки «JUNWEX Новый Русский Стиль»!



Оргкомитет Программы «Ювелирная Россия» из года в год неизменно предлагает всем игрокам рынка — от крупнейших предприятий отрасли до художников-ювелиров — эффективные площадки для развития бизнеса, поиска деловых контактов, живого общения с партнерами и розничными покупателями, творческого роста и повышения узнаваемости бренда.

Выставка в этом году, несмотря на период, объективно являющийся непростым для всех нас, вновь собрала весь цвет ювелирной индустрии России, по-прежнему готова дать импульс развития тем компаниям, которые не боятся трудностей, и остается своеобразным индикатором эффективности ювелирного сектора экономики.

Отрадно, что российские ювелиры даже в сложных условиях сохраняют верность своему делу, создают яркие новинки, оригинальные драгоценные коллекции и эксклюзивные шедевры, инновационные технологические решения и дизайнерские разработки.

Желаем участникам выставки хороших результатов, полезного общения, поддержки надежных партнеров и благодарности покупателей!

*Валерий Будный от имени Оргкомитета
Программы «Ювелирная Россия»*

TALANT

DIAMONDS

ЛАБОРАТОРНЫЕ

БРИЛЛИАНТЫ + СЕРЕБРО 925°

ОСОЗНАННЫЙ ВЫБОР СОВРЕМЕННОСТИ

Мы представили коллекцию украшений из серебра 925 пробы с лабораторно выращенными бриллиантами — как отражение нового подхода к ювелирным изделиям. Меньше формальности, больше повседневной эстетики и осознанности.

Красота здесь не существует отдельно от контекста своего создания.

Это не альтернатива привычному, а самостоятельная категория, в которой украшение становится продолжением внутреннего состояния.

Выбор серебра 925 пробы далеко не случаен: его современное звучание в сочетании с лабораторными бриллиантами формирует новый тип роскоши — более живой, но не менее выразительный. Здесь бриллианты не про статус, а про личность и её отражение.



Стенд В-401



talantgold.ru

На правах рекламы

SOKOLOV 2026:

ОТ СОЛНЕЧНОЙ СИМВОЛИКИ И МОРСКОЙ ЭСТЕТИКИ ДО ПОКРЫТИЯ ВЕРМЕЛЬ

В преддверии оптовой выставки мы традиционно подготовили широкий пул новых коллекций, а также расширили предложение за счёт ассортимента, доступного эксклюзивно для оптовых партнёров. Эта линия выстроена как органичное дополнение к основному ассортименту бренда, она расширяет выбор и усиливает коммерческий потенциал витрины, не дублируя уже существующие коллекции.

Скульптурные украшения с волнообразной пластикой

Открывает нашу Летнюю коллекцию ультрамодная линейка скульптурных украшений с волнообразной пластикой, одно из самых заметных и востребованных направлений в современной ювелирной индустрии. Мы первыми вывели эту эстетику на рынок и в этом году сделали на неё особый акцент, представив на выставке полноценную капсулу. В центре коллекции лёгковесные золотые кольца с пластичными волнообразными линиями, которые уже стали

ключевым визуальным кодом сезона. Дополняют их модели с крупными выращенными бриллиантами самых актуальных огранок — овала и груши, закреплённых с эффектом свободного движения, словно камни замерли в полёте. В серебряной части капсулы представлены сетовые кольца, сконструированные для многослойных сочетаний — её одного важного тренда, который усиливает выразительность этой стилистики.

Морская эстетика и солнечная символика

К летнему сезону мы подготовили расширенное предложение — на выставке представим сразу шесть новых капсул, каждая из которых отражает ключевые сезонные настроения.

Главным символом этого года стали ракушки: вдохновлённая морской эстетикой коллекция с крупными акцентными украшениями — морскими звёздами, ракушками и жемчугом станет безусловным хэдлайнером летней линейки и привлечёт внимание в витрине.

Также мы покажем капсулу с солнечной символикой, где образ солнца раскрывается через декоративную работу с перламутром, и коллекцию с кристаллами необработанных форм.

Жёлтые выращенные бриллианты

На выставке мы также представим украшения с жёлтыми выращенными бриллиантами — капсула, вдохновлённая эстетикой мягких летних закатов. В её основе благородный светло-жёлтый оттенок камней, который особенно тонко раскрывает их сияние и придаёт коллекции изысканный, утончённый характер.



Пирсинг и браслеты на ногу

Отдельное внимание мы уделили направлению пирсинга: множественные проколы окончательно закрепились как новая база, и специально к выставке мы разработали комплексное витринное решение с широким ассортиментом во всех ключевых категориях.

Ещё один важный акцент сезона — это браслеты на ногу, которые в этом году выходят за рамки летнего аксессуара и становятся полноценным элементом стайлинга. Мы представим капсулу в бохо-эстетике с усложнёнными формами, дополненными многоуровневыми цепями и декоративными символами.



Эстетика аристократии

Мы продолжаем усиливать наше лидерство в сегменте украшений с жемчугом и представим обновлённую капсулу, ориентированную на многослойные образы в эстетике современной аристократии. В неё вошли многослойные чокеры, изящные серьги-джекеты, боди-чейны и слэйв-браслеты — украшения, которые позволяют собирать сложные и выразительные сочетания.



Персонализация: буквы и медальоны

Персонализация и личные смыслы остаются одним из самых заметных направлений в современной ювелирной моде. В рамках этого тренда мы представим обновлённую линейку букв и миниатюрных медальонов — украшений, которые позволяют создавать индивидуальные и по-настоящему личные истории.

Коллаборация с Дашей Соул

На выставке мы представим один из ключевых проектов сезона, коллаборацию с дизайнером и инфлюенсером Дашей Соул. Коллекция, посвящённая теме души, объединяет более 80 ювелирных миниатюр, каждая из которых наполнена собственным смыслом и историей.

Украшения с покрытием Вермель

Мы также представим нашу коллекцию украшений с покрытием Вермель. Это новый формат украшений, который отвечает сразу нескольким запросам — как дать возможность клиентам носить золото в условиях выросшей в два раза цены металла и как найти баланс между золотом и сильным визуальным эффектом.

В этом сезоне мы сосредоточились на создании ассортимента, который одновременно отвечает ключевым трендам и остаётся коммерчески сильным. Новые коллекции позволяют партнёрам гибко формировать витрину — от базовых решений до акцентных и эмоциональных продуктов, усиливая как продажи, так и визуальную привлекательность бренда в ритейле.

«В этом сезоне мы подготовили для партнёров по-настоящему стратегический инструмент: эксклюзивную оптовую линейку, которая усиливает витрину и не дублирует основной ассортимент. Мы выстроили предложение так, чтобы вы могли гибко решать любые задачи — от внедрения ярких трендовых акцентов до работы с коммерчески надёжными позициями. Приглашаем на наш стенд лично оценить потенциал новых коллекций, а наши офисы всегда открыты для развития ваших проектов — мы на связи круглый год», — комментирует Жанна Костюшкина, директор департамента оптовых продаж SOKOLOV.



Агентура:

из бизнеса «на красоте» в бизнес «на больших данных»

Интервью с Анастасией Долгополовой,
руководителем отдела продаж ювелирной компании SANIS



На обложке этого номера — не новая коллекция SANIS, не дизайнерское украшение, а загадочное слово «агентура». Вы привлекли внимание. Расскажите, что это значит?

Ответ на вызовы времени. Сегодня ювелирная отрасль находится на пике своего развития по количеству вариантов дизайна. Только в нашем производстве десятки тысяч матриц изделий, и так почти у каждой компании.

Рынок упирается в потолок. Возможности выдать что-то новое подошли к пределу. Новизна ради новизны больше не работает. Вопрос теперь не в том, как придумать еще одну красивую вещь, а в том, что производить сегодня, чтобы завтра это гарантированно продалось.

Мы перестали гнаться за «новеньким». Мы сосредоточились на том, чтобы делать украшения, которые нравятся конкретным людям. Здесь и сейчас. Реальным покупателям.

А как Вы поняли, что нужно людям?

Изучать спрос, с одной стороны, просто. Есть ГИИС ДМДК, в которой отражена вся статистика продаж по стране. С другой стороны — нам пришлось серьезно поработать, чтобы научиться читать эти данные не как «историю», а как прогноз.

Сегодня многие используют ИИ для генерации референсов и идей. Вы тоже его применили?

Да. У нас есть ИИ-агент, который делает референсы. Но самое главное в том, где он берет информацию для своей работы: у него есть поставщик — другой агент, который добывает ее из разных источников, в том числе ГИИС ДМДК. На самом деле, чтобы референсы максимально точно отвечали задаче создать именно продаваемое изделие, работает целая команда ИИ-агентов с разными функциями. Между собой мы ее называем «агентура». Это название прижилось как рабочее, и мы решили рассказать об этом, ничего не придумывая.

Агентура — это просто команда ИИ-агентов?

Да. Это не коллекция, не линейка продукции. Агентура — это принцип нашей работы.

То есть вы не выпускаете «коллекцию, созданную ИИ»?

Нет. Мы производим украшения, которые «родились» из аналитики. Агенты пока с нами недавно. Они постоянно учатся, развиваются, мы оттачиваем взаимодействие между ними. Когда система войдет в зрелую стадию, мы сможем так оптимизировать ассортимент, что каждое изделие сразу будет хитом продаж.

А как же региональные предпочтения? На юге и на севере страны — разные представления о прекрасном.

В том и дело. Наши агенты обрабатывают не только общероссийскую статистику, но и региональную. Они видят, что в Екатеринбурге предпочитают крупные, акцентные формы: там длинная зима, украшение должно «читаться», даже когда на женщине надета шуба. А в Краснодаре — классику с обилием камней, флористику, более нарядные вещи. Мы не усредняем — мы адаптируем. И агенты — ключ к этой адаптации. Они собирают данные по каждому региону, анализируют, сравнивают. И на выходе дают рекомендацию: для этой точки — такой ассортимент, для другой — иной.

А если я, ритейлер, не верю в ИИ и хочу полагаться на свой вкус?

Пожалуйста. Вкус никто не отменяет. Но мы предлагаем добавить к нему данные. Возьмите одну витрину под «интуитивную» коллекцию, а другую — под ту, что собрала агентура. Через два месяца сравните оборачиваемость. Мы за то, чтобы вкус не стоил вам миллионов замороженного неликвида.

Регион не проблема для алгоритма. Регион — переменная, которая делает прогноз точнее.

Что получает ритейлер, когда работает с SANIS?

Он получает ассортимент, который уже прошел через нашу агентуру. Мы не продаем данные как услугу. Мы по-прежнему производим и продаем украшения. Но создание каждого из них основано на данных, которые говорят о том, что оно продается.

Звучит как магия. А если агенты ошибаются? Данные ведь не дают стопроцентной гарантии.

Конечно, ошибаются. Мы не боги, ИИ-агенты — тем более. Никто не даст гарантии, что каждое украшение станет хитом. Но мы в этой ситуации можем управлять риском, мы его снижаем, опираясь на данные.

Раньше ошибка закладывалась на этапе «нравится — не нравится». Кто-то в компании решил: «Думаю, это пойдет» или «В прошлом году такое брали».

Сейчас у нас есть база: данные, аналитика, прогноз. Агенты говорят: «Вот три варианта. У первого вероятность продаж 85%, у второго — 70%, у третьего — 55%. Третий можешь не брать».

«Потому что главный вопрос не «что купили вчера?», а «что будут покупать завтра?». И с этим нам помог разобраться искусственный интеллект.





То есть вы готовы отвечать за то, что продается?

Отвечаем своей репутацией и тем, что дорожим отношениями с партнерами. Мы не берем с ритейлера плату за аналитику. Мы просто поставляем ассортимент, который прошел через агентуру.

Да, вкус субъективен, а данные продаж объективны. Вы можете привести пример, когда решение о выборе ассортимента принималось на основании статистики и это оказалось верным?

Самый яркий — с золотом 375°. В 2024–2025 годах, когда цена золота пошла в вертикальный рост, интуиция (а вернее — привычка и стереотипы) многих ритейлеров кричала: «Клиенты не купят “низкую пробу”, это ударит по имиджу. Нужно просто сделать более легкие изделия в золоте 585°». А стоимость металла все росла, и малый вес не решил проблему «дорого, не могу себе позволить» для конечного покупателя. И в начале 2026 года рынок изделий из золота 585° рухнул.

А данные ГИИС ДМДК за 2025 год и продажи на маркетплейсах показали нам обратное. Покупатель готов «жертвовать пробой», если визуально украшение выглядит как полноценное золото, а цена изделия позволяет взять его, не задумываясь, импульсивно, без кредита.

Мы выпустили линейку продукции в золоте 375°. Визуально кольцо не отличить от «585-го», а стоит на 40% дешевле. И выглядит на пять граммов, хотя весит меньше.

Как рынок отреагировал на такой ассортимент?

Данные оказались правы, а не интуиция. Линейка выстрелила. Это был показательный

кейс, когда мы сказали: «Ребята, доверьтесь цифрам». И цифры не подвели.

Анастасия, что бы Вы хотели сказать читателям в завершение беседы?

Мы живем в эпоху, когда старые методы перестают работать. Это пугает. Однако время не только ставит перед нами проблемы, но и предлагает их решения. Нужно только уметь видеть. Мы увидели. Мы настраиваем новую систему — систему агентов, работающих на разных этапах. Вместе они создают статистически выверенные референсы ювелирных украшений, которые точно соответствуют запросу конечного покупателя. Мы с удовольствием вместе с нашими художниками превращаем эти референсы в новые коллекции.

Мы приглашаем партнеров к диалогу. Вместе мы сможем точнее «попадать в цель». А это значит — меньше неликвида в витринах, больше живых, искренних покупок и роста выручки!



«Ритейлер может не знать, как работает ГИИС ДМДК, не разбираться в нейросетях. Он просто видит: то, что он взял у нас, уходит с витрины быстрее, чем то, что он взял у других.»



Отдел продаж:
+7 (812) 363-47-44
www.sanis.ru

Новое — хорошо забытое старое



Сегодня основная задача большинства игроков ювелирного рынка — сохранить коллективы и производственную базу. В связи с колоссальным подорожанием серебра и золота приходится что-то придумывать. Люди — не роботы, которых можно выключить из розетки и на время отставить в сторону, а потом, когда понадобится, снова включить. У всех семьи, ипотеки, кредиты — это нормально, это жизнь. Поэтому мы начали эксперимент, который, надеемся, позволит нам сохранить обороты: выпуск изделий из мельхиора — довольно привычного для российского рынка сплава. Многие фирмы именно с него и начинали свою деятельность в 1990-х годах.

У нас есть ряд моделей, которые всегда были востребованы, и сейчас на выставках мы видим, что

покупатели хотят их приобрести. Но зарплаты людей не растут с той же скоростью, что цены. А цены повышаются не от жадности ювелиров: ключевое здесь — стоимость материалов. Розница купила бы эти украшения, но ее смущает сумма чека. Выполненные в мельхиоре и визуально ничем не отличающиеся от серебряных, они будут стоить в четыре–пять раз дешевле!

Но нам важно в первую очередь выдать продукт, гарантировано отвечающий всем требованиям, предъявляемым к ювелирным изделиям. Поэтому мы используем серебряное покрытие соответствующей толщины, надежность которого проверяем в галтовках, имитируя бытовой износ. Прежде чем предложить украшения покупателю, мы обязательно тестируем их на себе. Я прошу сотрудниц носить эти изделия и отмечать все возможные нюансы.

К летней выставке мы планируем выпустить полноценную коллекцию из мельхиора, чтобы представить ее оптовикам. Многие владельцы магазинов уже выразили заинтересованность в таком товаре, хотя нашлись и те, кто засомневался. Но их, к моей большой радости, меньшинство. Понимаю их опасения и необходимость продвижения новой для них ассортиментной ниши, поэтому

рассматриваю индивидуальные условия в каждом отдельном случае. В целом я оцениваю финансовую результативность этого проекта на 80–85% и вижу в нем перспективы. Я оптимист и верю, что потихоньку все вернется: цены на сырье если и не упадут, то рост доходов догонит их, и люди снова пойдут в ювелирные магазины. А при этом у нас останутся компетенции в работе и с драгметаллами, и с мельхиором.

Кроме того, вполне возможно, что этот проект будет развиваться как отдельное направление нашего бизнеса с дополнительной базой точек по продаже сувениров, книжно-печатной продукции и т.д. Это значительно расширит наш рынок сбыта и позволит охватить те покупательские потоки, которые не попадают в ювелирные салоны.

Кирилл Маслов, «ФИТ»



Ювелирная компания
ФИТ

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



GRIGORIEV

ЗАКОНЫ ДИАЛЕКТИКИ ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА

В условиях стремительных перемен и экономических трансформаций особенно трудно найти единственное правильное решение для движения вперед — через тернии хаоса и страха, без четких ориентиров. Учитывая, что ювелирное дело насчитывает много веков развития и прогресса, динамика его изменений по-прежнему величина нелинейная, и каждый виток — не просто выход на новую орбиту, это еще и вызов, и испытание для всех игроков рынка, будь то производители или продавцы украшений.



Рынок — единый живой организм, где одновременно происходят процессы метаболизма и катаболизма. Важно понимать, что их интенсивность и локация четко зависят от наших действий — как планируемых, так и завершенных, которые, в свою очередь, уже спроецировали результат, хотя само действие было совершено ранее.

Настало время умных продаж, взвешенных стратегических решений, совместных с партнерами программ по продвижению и усилению продаж. Кризис в отрасли, о котором так много говорят и которого так боятся, — это возможность посмотреть на свою работу под новым углом.



Здесь нелишним даже вспомнить про законы диалектики, которые изучали еще в школе. Один из важнейших — это переход от количества к качеству. Да, не удивляйтесь, история идет по спирали и, стало быть, нужно пользоваться опытом, полученным ранее, и выводить его на новый уровень. Работать так, как мы делали это, скажем, пять лет назад, год назад, уже нет смысла, это не даст результата. Бездумно наполнять рынок разного рода украшениями — это путь в никуда. Сейчас важно отслеживать путь каждого украшения до конечного покупателя! Создавать продукт, который откроет новый тренд, станет уникальным, стильным и своей магией, очарованием притянет армию поклонниц. Настало время умных продаж и взвешенных решений, если хочешь остаться на рынке и продолжать свой путь. Количественная составляющая уже не работает, спрос не растет с геометрической прогрессией. Все меньше ювелирные

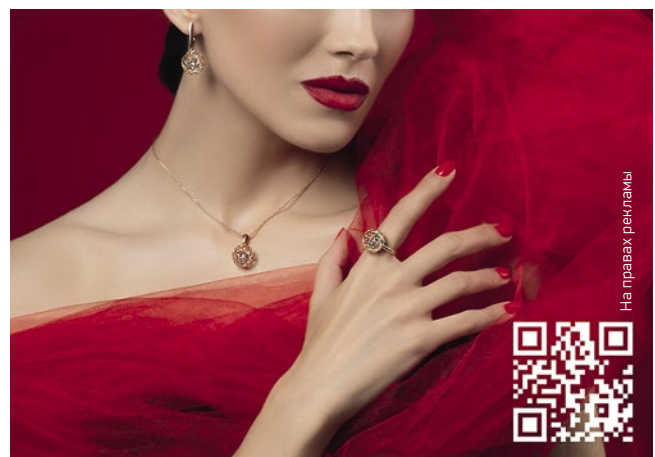


украшения рассматривают как инвестиции, но они по-прежнему лидируют как эмоциональная покупка, то, что дарит женщинам счастье. И здесь важно понимать, какого уровня эмоцию мы готовы дать им — это будет «одноразовое вау» или любовь на всю жизнь. Логично, что качество сменяет количество.

У себя в компании GRIGORIEV мы пересмотрели все основные методы и способы взаимодействия и развития с партнерами, что, безусловно, позволило удержать наши результаты на высоком уровне и не снизить темпы производства. Напротив, мы осваиваем новые технологии, привезли большое количество новинок и видим на практике, что интерес к тому, что мы делаем, весьма велик, — это, безусловно, радует и вдохновляет.

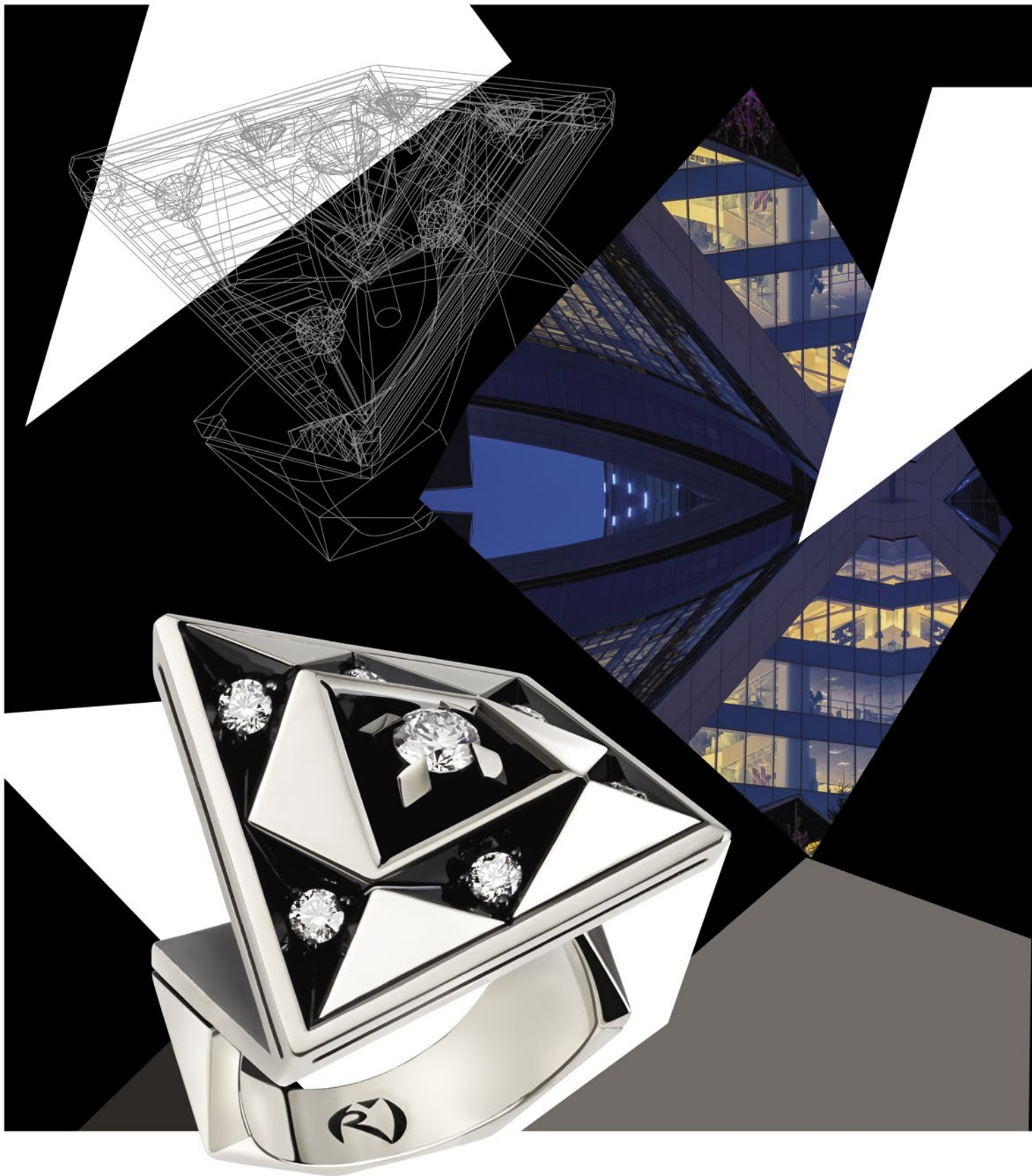
Как гласит еще один постулат упомянутых выше правил — это закон отрицания отрицания. Я его уже упомянул вскользь, история идет не по кругу, а по спирали, выходя на новый уровень. Это касается всего — изготовления украшений, взаимодействия с партнерами. Новое — это переосмысленное старое, но уже без ошибок и без лишних действий. Именно так рождается совершенство.

Владимир Григорьев



GRIGORIEV
diamond house



«JUNWEX Новый Русский Стиль» 3–7 июня
павильон В, **стенд В-500**



15 лет коллекции

КРИСТАЛЛ



«JUNWEX Новый Русский Стиль»: 3–7 июня 2026, ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР
Москва, Верхняя аллея, д. 6, с. 1
Оптово-розничный зал А (Чаянов), стенд № А-101
Единая телефонная линия +7 (343) 380 76 76
или свяжитесь с вашим персональным менеджером   ringojewelry




ringo-jewelry.ru



JUNWEX²⁰²⁶

ПЕТЕРБУРГ

Подводя итоги состоявшейся в феврале в Санкт-Петербурге выставки JUNWEX, уверенно можно сказать только то, что она прошла на высоком организационном уровне. Это нам с благодарностью высказывали многочисленные участники, за что им большое спасибо! Однозначно определить результаты работы игроков рынка невозможно,

но это общая тенденция не только для отрасли, но и для экономики в целом.

Объективно на выставку приехало на 30–35% меньше оптовиков, чем прежде. В связи с непредсказуемостью роста цен на металлы часть ритейлеров предпочли распродавать товарные остатки. Это решение лишило таких торговых специалистов доступа к новинкам,





востребованным розничными покупателями, следствием чего неизбежно станет снижение объемов продаж магазинов. Многие же представители торговли, присутствовавшие на выставке, напротив, отметили правильность своего выбора: они получили заряд положительных эмоций от общения с коллегами, а позитивное настроение и новые коллекции позволят им с большей эффективностью продолжить работу.



Действительно, уныния на выставке не было заметно. Ювелиры научились философски относиться к жизни, привыкли к постоянно меняющимся правилам и законам, отсутствию стабильности (правда, порой не без парадоксального мышления и изворотливости ума).

Атмосфере праздника способствовали и величественная выставочная площадка — Экспофорум, и эксклюзивные стенды участников — все подчеркивало значимость события. И коллеги по отрасли, и посетители с восторгом отмечали эффектные дизайнерские







решения по оформлению стендов TALANT, Vesna, Dinastia, GRIGORIEV, RoseGrace, Maxim Demidov, Plata, Grant, «Бронницкий ювелир», ЮД Kabarovsky.

В рамках предъюбилейной, 34-й по счету выставки «JUNWEX Петербург» состоялось награждение ведущих производителей ювелирной продукции Северо-Западного ФО медалью «150 лет Агафону Карловичу Фаберже». Церемония была проведена по инициативе Оргкомитета Программы «Ювелирная Россия» при поддержке Союза ювелиров Северо-Западного ФО и Межрегионального управления ФПП по СЗФО. Медаль и почетный диплом получили компании, показавшие выдающиеся результаты в ключевых сегментах отраслевого рынка в 2025 году:






Российский Экспорт



РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ПРОБИРНАЯ ПАЛАТА



ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИАСОУЗВЕЩАНИЕ

Лидеры отрасли по Северо-Западному федеральному округу в 2025 году

- **«ЮИ ТРЕЙД» (бренд TALANT)** — производство золотых украшений без камней, с цветными и синтезированными вставками
- **ЮЗ «Санис»** — производство коллекций золотых украшений серийного производства
- **«ВИП-2000»** — производство серебряных украшений без камней, с цветными и синтезированными вставками; экспорт ювелирной продукции
- **ЮЗ «Грант»** — производство ювелирных украшений из золота с камнями I группы
- **«Грингор»** — производство ювелирных украшений из палладия с камнями I группы.



ROSEGRACE НА ВЫСТАВКЕ «JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ» С акцентом на выгоду и уникальность



Уважаемые партнеры! Каждую выставку компания RoseGrace радует вас новинками, и июнь 2026 года не станет исключением. Мы подготовили множество стильных украшений, которые займут достойное место в ваших ювелирных салонах.

Мы активно расширяем **базовые бриллиантовые коллекции** в среднем ценовом сегменте.

В новинках — классические украшения, инкрустированные бриллиантами нежных оттенков цвета шампань, а также изящная и эффектная коллекция с «парящими» бриллиантами!



Важную позицию в ассортименте занимают объемные комплекты с современным **геометричным дизайном**, выполненные по технологии трехмерной печати, — привлекательные и легкие.

Особое место занимает коллекция фианитовых украшений — уже более 1300 моделей! Мы добавили линейку изделий с алмазной гранью и камнями необычных огранок — для любителей блестящих акцентов.

Также вы увидите **цепи и браслеты**, изготовленные по технологии «полимер», — с универсальным плетением разного диаметра, чтобы каждый покупатель нашел то, что ему нужно.



И, конечно, лабораторно выращенные бриллианты — это уже не просто мода, а **новая реальность**. Подтверждением их подлинности служит сертификат качества.



Приглашаем в зал «Вавилов»
на стенд В-204, чтобы лично увидеть
все богатство ассортимента
и познакомиться с новинками. У нас
всегда атмосфера уюта и живые розы!

ROSEGRACE

• JEWELRY HOUSE •

rosegrace.ru

павильон В стенд В-204

Интернет — зона безответственности?

Интервью с руководителем компании «Вега» Лидией Рожковой



«Хорошо, мы подумаем» — и пропадают. По сути, случилось то, о чем еще четыре года назад предупреждали все более-менее опытные профессионалы рынка: исчезли (особенно в регионах) ювелирные салоны, которые имели свое лицо, свой рисунок бизнеса. А сетевые бренды с усредненным ассортиментом, хотя и воспользовались ситуацией, но так и не смогли заполнить освободившееся поле. Тем не менее, картина российского ювелирного рынка изменилась: если раньше покупатель, зайдя в «именной» магазин, вполне мог обнаружить уникальный шедевр, теперь чаще всего его ожидает гарантированный масс-маркет, «удовлетворяющий спрос на изделия из драгоценных металлов». Как показала выставка, творчество никуда не делось, а вот способов предложить креативные украшения покупателю стало ощутимо меньше.

Какие тенденции спроса показала февральская выставка?

Интерес покупателей к ювелирной продукции не угас. Просто выставка совпала с периодом хаотичных колебаний цен на драгметаллы. Торговать «с качелей», как известно, непросто. Для устойчивого спроса нужны не только приемлемые цены и понятная биржевая динамика, но и разумная административная и налоговая политика. Рынок ДМДК — неспешен, он плохо переносит нервность, покупатель вернется только вместе со стабилизацией ситуации.

Заметили ли Вы появление новых имен в отраслевом ритейле?

Много тех, кто «играет в бизнес»: запрашивают, просят уточнить, задают кучу как бы важных вопросов и через несколько дней, получив исчерпывающие ответы, говорят:

Тренд сегодняшнего дня — продажи с маркетплейсов?

Маркетплейсы привлекательны своей безответственностью: можно заказать украшение, примерить его ПВЗ и... вернуть. Как только в этом формате торговли распространится правило, запрещающее возврат купленного ювелирного изделия, количество заказов радикально сократится, и эти площадки перестанут быть конкурентами традиционным отраслевым магазинам.



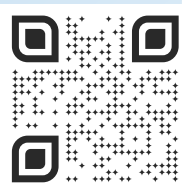
Vesna

10 лет с Вами

Ослепительные коллекции,
технологичный дизайн,
выгодное сотрудничество.

В-206
ЗАЛ
БАВИЛОВ
ТИМИРЯЗЕВ
ЦЕНТР

На правах рекламы



www.vesna.gold



«Есть выставка — и мы в ней участвуем!»



Антон Куколевский, «Циркон С»

Очень рад был видеть всех, кто приехал на JUNWEX. Часть наших клиентов заранее предупредили, что заняли выжидательную позицию и продолжают торговать остатками со своих складов. Но покупатели всегда просят показать что-то новенькое. Те из ритейлеров, кто приехал на выставку, смогли забрать все наши новинки, которые разошлись как горячие пирожки.

К сожалению, цена металла — как белого, так и желтого — ведет себя крайне непредсказуемо. Делать прогнозы сейчас практически невозможно, как и внести какую-либо конкретику по ценам товара. Поэтому сейчас возможны только сиюминутные предложения: это могут быть как акции при падении стоимости металла, так и наоборот, наценки при ее взлете. Нам остается только ждать некоего плато (я имею в виду цены на металлы). Не очень принципиально, на каком уровне оно установится, главное, чтобы все стабилизировалось. Однако существенные скачки еще будут. Мы, к сожалению, не имеем возможности на это повлиять, не наш масштаб. Тут даже не игры нашего правительства — мировые капиталы зарабатывают на этом деньги.

Думаю, что в итоге люди психологически должны привыкнуть к новым цифрам. Когда подорожали автомобили, мы тоже сначала не готовы были покупать по этим ценам, а потом привыкли. Думаю, и на нашем рынке произойдет аналогичный процесс. Но в любом случае следствием является падение объемов продаж. Сегмент, в котором работает наша компания, — не инвестиционный: покупатель наших изделий хочет себя украшать. В стоимости нашей продукции велика доля работы. Рассматривать эти ювелирные изделия как какие-то финансовые вложения не приходится. Тем не менее, розничные покупатели, которые приходят в наш магазин в центре Петербурга, не говорят, что у нас слишком дорого. Клиенты видят повышение цен, но оно их не смущает и не пугает. Серебряные украшения не стоят столько, чтобы это было основной причиной отказа от их приобретения. Большее значение имеет негативное, не очень хорошее настроение в обществе. Люди устали от всех «развлечений» верхушки. Именно общее ощущение усталости и неопределенности влияет на нежелание тратить деньги на что-то, кроме самого необходимого. Люди хотят позитива, а текущая ситуация ему не способствует. Если бы народ чувствовал уверенность в завтрашнем дне, если бы не было такого информационного шума и негатива, то даже при текущих ценах спрос был бы выше. Покупка серебряных украшений — это все-таки для души, для радости. А когда нет радости, то и желания себя украшать не возникает. Мы, конечно, стараемся быть гибкими. Если есть возможность провести акцию при падении цен на серебро, мы это делаем. Также стремимся предлагать более широкий ассортимент, чтобы каждый мог найти что-то по своему вкусу и бюджету. Заметно, что люди стали более внимательно и осознанно относиться к выбору украшений, снизилось количество импульсивных покупок. Кому-то по-прежнему нужна классика, а кто-то ищет нечто необычное и яркое, чтобы добавить красок в серые будни. Но в любом случае главные принципы для нас, конечно, — высокое

«
В стоимости нашей продукции велика доля работы. Рассматривать эти ювелирные изделия как какие-то финансовые вложения не приходится.»

качество и интересный дизайн. Наши клиенты ценят уникальность украшений и ручную работу, и это то, что мы всегда стараемся им предложить. Мы верим, что даже в сложные времена для людей будут важны красота и мастерство, поэтому не можем останавливаться в развитии. Разумеется, мы более осторожно подходим к планированию объемов производства, но полностью отказываться от новых коллекций — значит потерять интерес покупателей. Следование модным трендам в дизайне, использование инновационных технологий позволяют нам оставаться конкурентоспособными.

Я всегда стараюсь смотреть на ситуацию реалистично, но с долей оптимизма. Мы понимаем, что легких времен не предвидится, но верим в наш продукт, в наших мастеров, в наших клиентов. Мы будем продолжать работать, адаптироваться к меняющимся условиям. Я думаю, что ювелирный рынок, как и любой другой, пройдет и через эти испытания: тот, кто сможет сохранить свою идентичность и ценности, выйдет из них более сильным. Мы готовы к этому.

«Покупка серебряных украшений — это все-таки для души, для радости.»



Курош Мусави, Persepol

Мы впервые принимаем участие в JUNWEX, хотя наша компания работает давно. Основной шоурум находится в Казани, недавно открыли шоурум в Москве. У нас семейный бизнес, его основал мой отец. Я продолжил дело, получив геммологическое образование, а также практический опыт на месторождениях и рынках камней. Мы поставили перед собой амбициозную цель собрать коллекцию образцов самых топовых месторождений мира — как правило, это крупные камни высоких характеристик. Пройдя долгий профессиональный путь, на котором были и ошибки, и успехи, теперь мы гарантированно можем делать фокус на самое топовое.

Хотелось показать то, чего на российском рынке либо мало, либо нет вообще. Средний чек на камни у нас примерно 200 000 — 300 000 рублей, но поскольку мы работаем и под заказ, то можем ориентироваться на разные бюджеты, любые пожелания и вкусы. С ювелирами сотрудничаем на условиях оптовых цен.

Если говорить о тенденциях спроса на камни, то номер один везде и всегда — это турмалин Параиба. Для меня стал неожиданностью большой интерес на этой выставке к цирконам различных цветов. По-прежнему популярна шпинель.

На выставке у нас главная задача не продажи, а реализация двух направлений деятельности. Первое — расширить базу деловых контактов среди ювелиров, в особенности петербургских. Второе — познакомить розничных клиентов с коллекцией, пообщаться вживую с многочисленными подписчиками наших соцсетей, добиться повышения узнаваемости бренда. Мы видим, что людям сейчас очень интересна тема драгоценных камней. За последние годы значительно выросла осведомленность населения в этом вопросе. Если раньше знали только рубин, сапфир, изумруд, то сейчас многие понимают, что есть камни, которые растут в цене быстрее и имеют больший инвестиционный потенциал. К примеру, шпинель Махенге продемонстрировала огромный рост стоимости всего за пять лет. К нам нередко приходят клиенты с конкретными запросами, желающие как минимум сохранить свои средства, а как максимум — их приумножить. Камни — не слитки золота, они не занимают много места, их удобно хранить и транспортировать. Тем более, что институции по выкупу драгоценных камней быстро развиваются. На Западе уже давно действуют брокерские компании, специализирующиеся именно на таких активах. Приятно, что и в России появляется все больше людей, которые хорошо разбираются в этой сфере. С понимающим клиентом, который знает, чего хочет, работать проще.

«Шпинель Махенге продемонстрировала огромный рост стоимости всего за пять лет.»



Ольга Синенко, «Иордань»

Мы живем в эпоху стремительных перемен, и за последние несколько лет мир вокруг нас сильно трансформировался, соответственно изменился и отраслевой рынок. К таким условиям компании вынуждены оперативно адаптироваться. Важно не бояться экспериментировать и пробовать новые подходы. Для небольших фирм это проще — маленькой лодке повернуть легче, чем танкеру.

На нынешней выставке мы решили изменить дизайн стенда, убрать стекло с витрин, чтобы покупатели могли свободно брать и примерять изделия, чтобы снять барьер между клиентом и продавцом, сделать товар более доступным. В эпоху цифровизации и открытости информации лишние преграды только мешают, ведь сейчас люди принимают решения за доли секунды.

Конечно, сначала было сложно убедить коллег, которые беспокоились о безопасности и других нюансах работы на стенде, но реакция покупателей показала, что мы сделали правильный шаг. Они оценили возможность непосредственного контакта с изделиями, это усилило их доверие к нашему бренду и эмоциональную связь с ним.

Формат выставок, на мой взгляд, тоже будет меняться. Встречи с клиентами должны быть более личными и эмоциональными, ведь ювелирные изделия — это всегда про атмосферу, настроение и особые моменты. В современном мире, где многое происходит в соцсетях, живое общение становится еще ценнее. Если на выставках мы будем стоять по разные стороны прилавка, отделенные друг от друга, то теряется смысл таких встреч. Нужно создавать атмосферу, где покупатель чувствует себя комфортно.

Кроме того, мы должны учитывать, что цифровизация не отменяет потребность в живом опыте. Напротив, она усиливает его значимость. Онлайн-пространство дает нам возможность познакомить покупателя с брендом, рассказать историю изделия, показать детали, но именно офлайн-взаимодействие создает ту уникальную эмоциональную связь, которая превращает покупку в событие. Поэтому мы должны формировать такие пространства, где человек сможет не просто увидеть украшение, а прочувствовать его, примерить, получить совет и вдохновение.

«На нынешней выставке мы решили убрать стекло с витрин, чтобы покупатели могли свободно брать и примерять изделия.»



Марина Слотина, Sergey Slotin

Я, в отличие от многих ритейлеров, которые постоянно говорят про федеральные сети, на них внимания не обращаю. Мне некогда этим заниматься. Нас бесконечная гонка по сравнению цен с федералами не спасет. Конкурировать можно только человеческим фактором — душой, сердцем, отношением. Само слово «скидка» — от глагола «кидать», по сути — «кидалово». Это слово надо ювелирам срочно менять на другие — «подарок», «комплимент», «вознаграждение» и т.п. В Кирове около пятисот тысяч жителей, а нашему магазину исполняется уже тридцать четыре года. В городе он известен и любим. У нас активно работают соцсети. С 2017 года внедрена программа лояльности UDS, в которой у нас более сорока тысяч подписчиков. Это прекрасный инструмент маркетинга, непонятно, почему не все магазины им пользуются. Он позволяет непрерывно «подогревать», «подпитывать» клиентскую аудиторию сертификатами, бонусами за отзыв, подарками за совершенную покупку и т.д.

Надо забыть и слово «продавать»: никому из нас не нравится, когда ему что-то «продают». Можно устраивать для клиентов тематические мероприятия. Узнали, что ваша VIP-покупательница увлеклась рисованием картин или начала коллекционировать нумизматические редкости, — сделайте что-то по интересующей ее теме в рамках магазина. Давайте включать голову и думать конструктивно. А если мы будем думать только про федеральные сети с их «кидаловом», то не выкарабкаемся.



Ольга Гельд, «Гранат»

Понимая мировую актуальность выращенных бриллиантов, мы решили предвосхитить события и вывести на рынок новый для компании продукт — ювелирные украшения с лабораторными бриллиантами под брендом GELD. Сегодня они становятся символом нового поколения, у которого абсолютно иные ценности. Это новые люди — активные, целеустремленные и осознанные. Они ценят не только красоту и роскошь, но и этичность, экологичность и прозрачность. И мы должны им дать это. Выращенные бриллианты имеют те же физические свойства и химическую структуру, что и природные, и производятся с использованием передовых технологий. Такие камни ничем не уступают своим природным аналогам. По характеристикам эти образцы более чистые и качественные, что редко встречается в природе. Так же, как и природные, все выращенные бриллианты проходят международную сертификацию, подтверждающую их качество и подлинность. Каждый камень имеет уникальный номер, который гарантирует возможность отслеживания происхождения бриллианта, что очень важно для современного покупателя.

«Все выращенные бриллианты проходят международную сертификацию, подтверждающую их качество и подлинность.»

Единственное отличие природных и выращенных бриллиантов — их происхождение. Вместо того чтобы формироваться в недрах земли миллионы лет, они рождаются в лаборатории при помощи передовых технологий, контролирующих весь процесс и гарантирующих его чистоту, качество и этичность. Хочу отметить, что выращенные бриллианты открывают невероятные возможности для дизайнеров, позволяя создавать то, что раньше казалось невозможным. Более того, новые технологии дают шанс получить бриллиант крупного размера и отличной чистоты за разумные деньги тем любителям ювелирных украшений, для которых ранее подобная покупка была за гранью бюджета. Таким образом, в современных экономических условиях на рынке появляются ювелирные изделия нового сегмента — «разумная роскошь». Они становятся настоящей альтернативой традиционным украшениям. Этого требует время, и это желание покупателя. Одно из масштабных зарубежных исследований среди недавно поженившихся пар выявило растущую популярность ювелирных изделий с бриллиантами, выращенными в лабораториях. А исследование международного агентства Real Weddings Study 2026 показало, что 61% потребителей, принявших участие в опросе, приобрели обручальные кольца с искусственно выращенными бриллиантами, что уже на 239% больше, чем в 2020 году. Было отмечено, что, помимо свадебных украшений, наибольший рост продаж показали теннисные браслеты, обручальные кольца и кулоны. Важно понимать, что в скором будущем Россию также ожидает всплеск спроса на выращенные бриллианты. И к этому необходимо быть готовым.

GELD

EVERYDAY HIGH JEWELRY



JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ



На правах рекламы

Павильон В стенд В310

тел: 8 800 302 42 56

geld.ru



Галина Павлова, «Киэргэ»

Когда мы начинали в 1993 году, конкуренция была понятной: кто дешевле, кто сделал скидку — тот и выиграл. Сегодня эта логика не работает. Мы конкурируем не ценой, а смыслом. Мы решили, что наши салоны не будут просто магазинами. Потому что магазин — это транзакция: пришел, купил, ушел. А мы хотели, чтобы человек приходил к нам за историей, смыслом, красотой. У нас три салона, каждый из которых — пространство со своим характером. Когда человек пришел к нам на тематический вечер — послушал живую музыку, выпил чаю, познакомился с интересными людьми, «Киэргэ» для него уже не магазин, а место, к которому он привязан эмоционально, в котором ему было хорошо.

Если проанализировать продажи в течение года, то определенный всплеск спроса в зимние праздники наблюдается. У нас показатели в последнее время даже увеличились. Кроме того, если летом в московском салоне продажи снижаются, то в Якутии, наоборот, благодаря наплыву туристов и традиционному масштабному событию — празднику Ыһыах, — растут.

Планы на выставку мы выполнили. В Петербурге у нас сложилась очень хорошая клиентская аудитория — интеллигентные люди, с которыми всегда приятно общаться и которые высоко ценят оригинальные эксклюзивные изделия «Киэргэ». Помимо розничных продаж, важнейшей задачей на выставке является отборка товара для наших магазинов: мы закупаем цепи, массовую продукцию, постоянно ищем новинки, отлично продаются у нас серебряные коллекции петербургских компаний. Также одна из наших целей — продвижение традиционной культуры Якутии на российском и международном уровнях.



Владимир Пировов, «Ювелон»

Я занимаюсь ювелирным делом и работаю с натуральными камнями и минералами. Ювелирный дом «Ювелон» для меня — не просто работа, а дело, в которое я полностью вовлечен: как основатель компании и организатор отдела продаж я участвую и в создании украшений, и в развитии бренда.

Каждое изделие для меня — это отдельная история. Важно не просто сделать украшение, а показать характер камня, его природную красоту и передать настроение, которое он несет. Сам процесс создания меня вдохновляет: у каждого минерала своя энергия, и задача — аккуратно ее раскрыть через дизайн.

Выставка JUNWEX — значимое событие для нашего бренда. Это возможность показать новые коллекции и выстроить живой контакт с аудиторией. Мы последовательно формируем узнаваемость марки и развиваем интерес к натуральным камням, показывая, что они могут быть не только редкими и эксклюзивными, но и доступными — как по стилю, так и по цене. Уделяем большое внимание подаче: на стенде представлены и сами минералы, и украшения с ними. Это помогает лучше понять происхождение камней и почувствовать их характер. В этом году мы также представляем новую молодежную линию — изделия более легкие, современные и доступные, без потери качества и эстетики.

Работа с натуральными камнями требует опыта и точности: каждый материал ведет себя по-своему. За этим стоит долгий путь экспериментов и поиска, благодаря чему мы в итоге создаем украшения, в которых сочетаются природная уникальность и продуманная ценовая доступность. Я не стремлюсь к массовости ради объема. Для меня важно сохранять идею и характер бренда, делать вещи с индивидуальностью. Я уверен: когда в украшение вложена душа, это чувствуется. Именно такие изделия находят «своего» человека и остаются с ним надолго.



Ирина Смирнова, «Статус»

Меняющиеся экономические условия, капризные потребительские предпочтения, падение спроса на традиционные категории товаров — все это создает серьезные вызовы для игроков отрасли. Кто-то, не выдержав, принимает решение о продаже или закрытии бизнеса. Другие предпочитают затаиться и переждать, надеясь на лучшие времена. Но есть и те, кто, несмотря на все трудности, не боится рисковать, искать новые пути.

Именно такой путь выбрала наша компания, столкнувшись не только с общими для всего рынка вызовами, но и с личной трагедией. Долгие годы мы были известны как производители мужских ювелирных украшений. Наш ассортиментный ряд был самым широким, а качество изделий — безупречным, что всегда отличало нас от конкурентов. Однако падение спроса на мужской ассортимент, особенно заметное в последнее время, стало серьезным ударом. В этот непростой период судьба нанесла еще один, самый болезненный удар: 1 октября 2025 года ушел из жизни мой муж и основатель компании Николай Витальевич Смирнов. Его смерть стала не только нашей личной трагедией, но и серьезным испытанием для нашего дела. Многие считали, что мы сломаемся, что без его руководства и видения стратегии компания не сможет существовать. Но уже 6 октября, несмотря на всю боль утраты, я встретила художника для разработки новой коллекции. Это было не просто стремление расширить ассортиментную линейку, а желание продолжить наше общее дело.

Мы приняли смелое решение — выпустить новые коллекции для женщин. Ведь ювелирные украшения, несмотря ни на что, остаются символом любви и памяти. Мы верим, что красота и мастерство всегда найдут своего ценителя.

Уже в феврале мы приехали на JUNWEX с образцами четырех новых коллекций. Наш стенд представлял собой «царство русской зимы», что вызвало неподдельный интерес у посетителей. Буклеты и визитки разошлись мгновенно, многие ритейлеры выражали желание заключить с нами контракты. Владельцы торговых точек в аэропортах особо отмечали, что новые коллекции будут пользоваться огромным спросом у иностранцев, ценящих уникальность и русскую самобытность.

Жюри конкурса «Признание Петербурга» высоко оценило нашу работу, отметив изделия паспортами высокой художественной ценности и почетным дипломом. Это стало подтверждением того, что мы на правильном пути. В ходе общения на выставке родилась еще одна идея — доработать линейку «Времена года», дополнив ее брошами и кулонами. Сейчас мы находимся в активном поиске новых решений, развиваемся и совершенствуемся. Для июньской выставки будут подготовлены полноценные коллекции, посвященные каждому сезону и отражающие неповторимую красоту и настроение соответствующего времени года: «Весна», «Лето», «Осень», а также обновленная «Зима».

Путь трансформации компании не был легким, он требовал мужества, стойкости и безграничной веры. Мы верим, что выбранная стратегия позволит нам не только укрепить свои позиции на рынке, но и открыть новые горизонты. Мы готовы к экспериментам, творческому поиску, сотрудничеству с талантливыми художниками и мастерами. Мы уверены, что будущее за теми, кто не боится перемен, кто готов рисковать и кто, несмотря ни на что, продолжает верить в силу искусства и человеческого духа. Наша компания — не просто бизнес, это семья, которая прошла через огонь и воду, став еще сильнее!

«Мы приняли смелое решение — выпустить новые коллекции для женщин.»

«Для июньской выставки будут подготовлены полноценные коллекции, посвященные каждому сезону.»



Татьяна Удумян, «Диоль»

В ювелирном бизнесе мы работаем около двадцати лет, но компания «Диоль» пока совсем молодая — ей всего год. Мы открыли в Москве салон премиум-класса, где представляем в основном авторские изделия из Италии, США, Гонконга, России, выполненные, как правило, в одном экземпляре. Принять участие в JUNWEX нам посоветовали именно поставщики, и это решение было правильным. Наш товар здесь оказался весьма актуальным. Если в Москве сейчас лучше продается крупная бижутерия, массивная «бескаменка», лаконичный дизайн, то в Петербурге больше выбирают классику, востребован серебряный ассортимент. Публика на выставку приходит разносторонняя, а у нас есть предложения по всем ценовым категориям. Несмотря на то что покупательская способность значительно снизилась и изменения в среднем чеке произошли колоссальные, мы не услышали от клиентов критику на цены наших изделий: стараемся не ставить заоблачных цифр.

Поскольку это был наш первый выставочный опыт, мы отметили те минусы, которые допустили в работе, и в следующий раз превратим их в плюсы. Дебют оказался удачным, наши коллекции собрали множество комплиментов. Такая обратная связь очень ценна для нас — значит, мы движемся в верном направлении.



Виктория Коваленко, «Сигма Голд»

Одна из последних тенденций рынка, наметившаяся еще в 2023 году и постоянно растущая, — отсутствие пика предновогодних продаж. Декабрь 2025 года не показал никакого выделения объемов реализации. Причем эта ситуация одинакова и для производителей, и для ритейлеров, поскольку на нее в первую очередь влияет колоссальное повышение цен на металлы, особенно на золото. Делать оптовые закупки на получающиеся в итоге суммы торговля не в состоянии. Да и у розничных покупателей таких финансовых возможностей нет.

В структуру нашей компании входят разные подразделения: собственное производство, торговая сеть, скупка, ломбарды и реставрация украшений различной ценовой категории. Поэтому мы можем проводить аналитические исследования по всем этим направлениям. Еще четыре года назад у людей были свободные деньги, которые они готовы были вложить в золото, чтобы сохранить (и те, кто сделал это, сегодня могут неплохо заработать). Так, в 2022 году на волне панических настроений в обществе у нас продажи в марте показали два декабря: витрины за месяц были опустошены полностью — мы не знали, что делать! Но сейчас покупатели очень аккуратно подходят к приобретению ювелирных изделий. Зато активно сдают в скупку и ломбарды, а это говорит о том, что люди нищают. Еще три года назад нам приносили очень красивые, дорогие, эффектные вещи из Италии, Испании, Франции, Германии (Калининград — город приграничный, загранпаспорта имелись практически у каждого, проблем доехать на автомобиле до любого европейского города не было). И эти украшения, выполненные на высоком ювелирном уровне, люди чаще всего выкупали. Сейчас сдают в основном дешевую массовую продукцию, тонкие кольца, украшения с маленькими бриллиантами. При этом, как правило, не забирают обратно даже такие личные, памятные изделия как обручальные кольца и кресты. Общество расслоилось на немногочисленных богатых и массу бедных, где растворился средний класс, который так долго формировался в нашей стране. Мы видим это даже по чекам на выставке: это либо до 10 000 — 15 000 рублей, либо от 200 000 (но таких клиентов крайне мало).

Экономика ювелирной отрасли сильно просела. Развитие остановилось, игроки рынка находятся в состоянии выживания. Количество производителей ювелирных изделий сокращается, соответственно, ухудшаются визуальные характеристики украшений. Мы опять возвращаемся к однотипной массовой продукции — без интересного дизайна, ярких идей и креатива.

Тем не менее, есть выставка — и мы в ней участвуем. Мы понимаем, что ожидать от нее фантастических оптовых продаж в нынешней ситуации нельзя, но трафик розничных покупателей февральская выставка всегда обеспечивает хороший. Кроме того, у нас активно развивается новое направление — создание коллекционных произведений ювелирного искусства, и мы его презентуем. Эти художественные изделия вызывают огромный интерес у потенциальных клиентов, мы получили множество индивидуальных заказов. Поэтому, подводя итоги, могу сказать: мы выходили и не из таких ситуаций!

«У нас активно развивается новое направление — создание коллекционных произведений ювелирного искусства, и мы его презентуем.»



Евгений Максименко, «Тагилит»

Мы принимаем участие в JUNWEX уже десять лет, и петербургскую выставку не пропускаем никогда. Многие наши партнеры приезжают именно сюда. В этот раз к приглашенным постоянным оптовикам присоединились и три новых клиента. Я считаю, что для компании, которая много лет работает на рынке, это хороший показатель. Наши изделия не массовые, выпускаются в ограниченном количестве, акцент — на использовании натуральных камней-самоцветов и авторской работе. Каждый камень обрабатывается вручную, что делает украшения неповторимыми. Особенно актуальна такая продукция сейчас, когда цены на серебро выросли запредельно. Ритейлеры берут наши коллекции, чтобы попробовать, как их воспримут розничные покупатели, и мы специально предлагаем низкий порог входа. Те, кто уже начал с нами сотрудничество, отмечают, что товар действительно «вниманиемпривлекательный», востребованный. Средний чек по закупкам на выставке у нас около ста тысяч рублей. И уже на сегодняшний момент могу сказать, что результаты работы стабильные: по десятибалльной шкале я бы оценил их на «восемь».

Николай Анохин, MG Diamond

Изначально мы работали в премиум-сегменте, но в последнее время скорректировали ассортимент в соответствии с рыночной ситуацией. Помимо производства, у нас в Якутске есть два розничных магазина: мы распродали складские запасы по оптовым ценам и создали новые коллекции, начали выпускать серебряные изделия, ориентированные в первую очередь на молодежь. Однако и в демократичной по цене линейке сохранены наши принципы дизайна, наш стиль: это уникальные изделия-трансформеры («два в одном», «три в одном») с традиционными якутскими мотивами в современном прочтении.

Наша компания молодая, участие в выставке для нас — весьма затратное мероприятие. Благодаря поддержке региональных властей мы, пройдя конкурсное испытание, смогли стать экспонентами объединенного стенда, где представлены шесть фирм из Республики Саха. Это позволило нам оптимизировать расходы и познакомить петербургских покупателей с нашим новым ассортиментом, который был воспринят очень хорошо. За недолгую историю компании нынешняя выставка оказалась наиболее успешной по результатам.

«Благодаря поддержке региональных властей мы, пройдя конкурсное испытание, смогли стать экспонентами объединенного стенда, где представлены шесть фирм из Республики Саха.»

Встречаемся в Клубе



Ежедневная насыщенная деловая программа традиционно является неотъемлемой составляющей выставок JUNWEX. Клуб «Российская Ювелирная Торговля», организующий эти многочисленные мероприятия, стал для участников настоящим проводником в мир современных трендов, инноваций и передовых решений в маркетинге, логистике, дизайне и других сферах, тесно связанных с индустрией драгоценностей. В этот раз около 20 специализированных мероприятий и выступления ведущих экспертов отрасли всеобъемлюще раскрыли ключевые вопросы, волнующие не только ювелиров — производителей и ритейлеров, но и широкую публику. Расскажем лишь о некоторых из этих ярких событий.



Представитель компании «Примосса» Константин Щербаков провел встречу, которая называлась «Где теряются миллионы? Неочевидные тренды и пробелы в продажах обручальных колец. Стратегия безубыточного ассортимента обручальных колец на основе данных продаж по Москве и регионам». Слушатели смогли узнать о возможных проблемах и скрытом потенциале в работе с изделиями этого сегмента. По словам спикера, ювелирные салоны формируют ассортимент из простых универсальных колец. Сложные дизайны и большой вес усложняют продажу. Есть риск, что обручальные кольца «не как у всех» превратятся в дорогостоящий неликвид к концу свадебного сезона. В итоге молодожены сталкиваются

со скудным выбором, который повторяется во всех ювелирных магазинах. Эта стратегия ведет не к безопасности, а к прямым убыткам.

Основатель компании «Умка ИИ» Дмитрий Демаков провел мастер-класс «ИИ и ювелирные изделия: дизайн, производство, продажа», рассказав, как цифровые возможности меняют ювелирный бизнес. Тема внедрения ИИ в маркетинг, креатив и технологии чрезвычайно актуальна сегодня, поэтому неудивительно, что выступление известного спикера собрало полный зал слушателей.



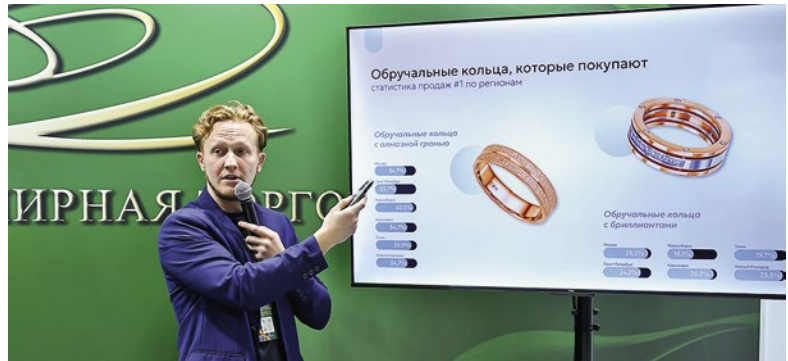
Анастасия Соколова, GRIGORIEV:

В целом информация, которой поделился спикер, мне знакома. Интересно, что готовый сервис можно использовать именно в ювелирной отрасли, что для нее уже отработаны профессиональные критерии и определения. Это актуально, поскольку мы как раз сталкиваемся с такой проблемой. Нам приходится долго обучать ИИ для реализации наших конкретных запросов. А здесь ресурс уже полностью подготовлен, это готовое решение, которое можно сразу применять.



Впервые в программе был реализован такой формат мероприятий как интеллектуальная игра. Ведущая, известный петербургский камнерез Юлия Гоголь, назвала ее «Герои нашего времени. Фаберже VS современные камнерезы».

Мария Тихонова



Анна Gladkova, «Русский ювелирный стандарт»:

Впечатления от мероприятия замечательные. Я не так давно работаю в отрасли, впервые присутствую на выставке, поэтому встреча принесла мне множество новых знакомств, я получила огромное количество информации. Константин Щербаков подтвердил статистику, что обручальные кольца продавались и будут продаваться всегда. Это, на мой взгляд, вызывает оптимизм и противоречит мнениям некоторых коллег-ритейлеров о низком спросе в нынешней сложной ситуации.

Анастасия Смирнова, «АртВестник»:

Мне было очень интересно узнать, как можно, опираясь на историю, внедрять ИИ в современный мир ювелирного искусства. Как мы видим, цифровая реальность развивается семимильными шагами. Такие технологии экономят время, позволяя уделить больше внимания действительно важным задачам.



Марина Кузнецова, студия «Инталия»:

Фаберже следовал традиции своего времени, а современные мастера либо совершенствуют его описательную технику, либо вкладывают в работы метафорический посыл и темы для размышления. Интересно отметить, что в Петербурге камнерезы трепетно относятся к камню, стараясь максимально сохранить его вес при обработке, так как каждый кусочек преодолевает большой путь до их мастерской. На Урале, имеющем большие запасы ювелирно-поделочных камней, мастера могут позволить себе быть чуть более свободными в работе с сырьем.

Признание Санкт-Петербурга

Всероссийский конкурс

ВЫСШАЯ ЭКСПЕРТНАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Галина Ковалева

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

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ:

Ольга Костюк

кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник Государственного Эрмитажа;

Татьяна Мунтян

искусствовед, ведущий научный сотрудник Музеев Московского Кремля;

Анна Ратникова

независимый эксперт;

Елизавета Тапакова-Боярская

искусствовед, куратор выставочных проектов музеев Санкт-Петербурга

Всероссийский конкурс ювелиров в Петербурге для всех участников и гостей JUNWEX — это возможность увидеть новые уникальные разработки в одном из наиболее ярких и любимых многими направлений прикладного искусства. В этом году зимний конкурс собрал заявок больше обычного, что усилило конкурентную борьбу за победу в каждой номинации. Создание современного ювелирного изделия требует от автора оригинальных

идей, новых форм и, возможно, нестандартных решений в выборе материалов и технологий. Важно не просто предложить творческий проект, но и выполнить все требования профессионального дизайнера, включая высокое качество исполнения. Из 104 работ, вышедших в финал конкурса, 37 получили паспорта уникальных ювелирных изделий.

Галина Ковалева



АРСНА



КОЛЬЦО «ЭЛЬДОРАДО»



В коллекции «Мезенский код» авторы обращаются к символике одного из древних и самобытных графических языков, бытовавшего на Русском Севере. Мезенская роспись — система знаков (каждый из которых наполнен конкретным смыслом), характеризующаяся особой стилизацией. Сегодня мезенская роспись очень популярна. Художники-ювелиры предприятия внесли в ее интерпретацию свои смыслы и расширили возможности использования этого художественного языка.



Коллекции «Торю-Мон», «Сказки Пушкина» и «Астрейя», «Мезенский код» Kabarovsky (Кострома)

Лучшее украшение или коллекция сезона

Галина Ковалева



Первое место в номинации занял Юд Kabarovsky (Кострома), представивший коллекции «Торю-Мон», «Сказки Пушкина», «Астрейя» и «Мезенский код». «По течению плывет большинство, против течения отваживаются плыть единицы» — это суть древней восточной легенды об удивительных воротах Торю-Мон. Пройти через них могут немногие, только сильные духом добиваются цели. Упорство, неподчинение обстоятельствам, вера в собственный путь — вот то, что по замыслу создателей коллекции отличает будущих обладателей этих украшений. Восточный колорит оживает в ярких красках горячей эмали. Натуральные аквамарины и топазы London Blue напоминают о стихии воды, которую, по легенде, надо преодолеть, чтобы достичь заветной цели, а изящная бриллиантовая дорожка становится символом достигнутого успеха.

Эксклюзивная коллекция «Астрейя» состоит из трех коктейльных колец, посвященных величественному образу греческой богини, указывающей человечеству путь духовного совершенства. В центре драгоценных композиций — загадочный символ энергии Луны — лунный камень. Изысканность декоративных элементов украшений подчеркивается контрастом эмалевых орнаментов и спокойного сияния кабошонов.





Коллекция «Сказки Пушкина» погружает нас в творчество великого русского поэта. Мастера фирмы представили роскошные драгоценные сетки украшений, вдохновленные любимыми литературными произведениями и их персонажами. Кульминацией коллекции стали перстень с портретом Александра Сергеевича Пушкина и брошь с портретом его музы — Натальи Гончаровой. Украшения выполнены из белого и лимонного золота с бриллиантами, изумрудами, ониксами, желтыми сапфирами и жемчугом. Особую ценность изделиям придает использование трудоемких и высоко ценимых ювелирных техник горячей эмали и финифти. Профессиональная работа дизайнеров и мастеров фирмы, демонстрирующих филигранную ручную работу, многослойная живопись и высокотемпературный обжиг превращают каждое украшение в уникальное произведение искусства.



Второе место — компания «Дар» (Кострома) с коллекциями «Роза Этерна», «Дыхание зимы» и «Снегурочка», а также комплектами «Комета 31/ATLAS» и «Признание».



В коллекции «Дыхание зимы» авторы отразили хрупкую красоту морозных узоров. В центре различных модулей стилизованных снежинок — три вида вставок: холодный, как зимнее небо, топаз Sky Blue, подобный северному сиянию синтетический александрит и ситал султанит с переливами солнечного света.



Коллекции «Роза Этерна», «Дыхание зимы», «Снегурочка», Комплекты «Комета 31/ATLAS», «Признание» ЮК «ДАР» (Кострома)



История межзвездного гостя — кометы, открытой в 2025 году, послужила темой элегантного комплекта серебряных украшений. Динамика небесного странника отражается с помощью крупного кварца в обрамлении мультисапфира и муассанитов: золотистые включения рутила в кристалле создают эффект стремительного движения кометы.



«Роза Этерна» — ода вечной женственности и элегантности. Покрытие черным родием подчеркивает игру граней крупных вставок аметрина, в которых оттенки цвета изменяются от таинственного фиолетового до теплого медового. Декоративные элементы служат своеобразными крапанами для кристаллов и подчеркивают формы украшений.



Коллекция «Снегурочка» не только отражает трогательный образ героини известной сказки, но и демонстрирует использование современных технологических решений в традиционном искусстве скани. Узнаваемые узоры подчеркивают приверженность современных мастеров ювелирного дела старинным промыслам Костромского края.



Комплект «Признание», по мнению авторов, предназначен для женщин, чьи достижения, мудрость и красота не требуют доказательств, а заслуживают искреннего восхищения. Массивные аметисты в россыпи нескольких сотен сверкающих муассанитов гармонично сочетаются с орнаментальной вязью. Мастера использовали эффектный прием контрастирования лимонного золочения основы изделий и серебристых дорожек на ажурном узоре.



Эксклюзивные изделия с драгоценными камнями

Ольга Костюк

Эта номинация выделила украшения, где драгоценный камень является главной составляющей художественного решения. Множество больших и малых фирм успешно работают с ценными, необычными и дорогими минералами, выявляя их скрытые качества или демонстрируя неоспоримые природные достоинства. Первого места были удостоены два предприятия — «Бриллианты Костромы» и «Антал».



Серия колец «Тайны принцессы Роксаны», кольца «Лотос» и «Зебра», серия браслетов «Аврора Ар-нуво» «Бриллианты Костромы» (Кострома)

Среди множества интереснейших работ костромской компании жюри выделило серию колец «Тайны принцессы Роксаны», кольца «Лотос» и «Зебра», а также линейку браслетов «Аврора Ар-нуво». Главная особенность первой группы золотых колец — разноцветные опалы из различных месторождений. Запоминающиеся и манящие переливы цвета этих минералов явно подразумевают тайные пристрастия принцессы. Но у каждого кольца есть свой образ, выявить который помогают то розовые сапфиры, то тсавориты, то нежные турмалины — в декоре с белыми или черными бриллиантами.

Кольцо «Лотос» имеет несколько вариантов исполнения, где белое золото может быть дополнено белыми или черными бриллиантами. Лепестки драгоценного цветка, раскрываясь, сияют и переливаются, вызывая волшебные иллюзии. Кольцо «Зебра» — одновременно лаконичное и игривое. Регулярные линии из черно-белых бриллиантов контрастируют с ярким австралийским опалом. Возможно, образ навеян Годом Лошади, и зебра как наиболее «художественная» из лошадей представлена с особым изыском.

Многокомпонентные, по-разному выразительные, но при этом все яркие и блестящие, браслеты «Аврора Ар-нуво» являются воплощением эксклюзивности драгоценных камней. Здесь минералы различных цветов, огранок, в разных оправках, но гармонично подобранные вместе, — гимн Природе и Мастерам!



Бренд «Антал» из Нижнего Новгорода, который в течение многих лет успешно работает в сегменте изделий с драгоценными камнями, и на этот раз представил группу произведений, интересных по художественным, смысловым и техническим решениям.

Например, гарнитур «Мерседес», узнаваемый по главным элементам эмблемы автомобиля, выполнен из золота с бриллиантами, контрастирующими с красноватыми акцентами родолитов и рубинов.



Гарнитур «Морозная ночь» завораживает холодными оттенками. Сочетания сероватых жемчужин с белым золотом с искрами бриллиантов, подобно узорчатой изморози, погружают нас в зимнее волшебство ночи.



Третий гарнитур — «Кладовая Медной горы» — несколько отличается по подбору камней. Здесь главным акцентом являются малахитовые вставки. Ярко-зеленые, с неоднородным природным рисунком, эти сокровища медных гор вступают в цветовую игру с мелкими ограненными цирконами, сапфирами, турмалинами и цаворитами, свидетельствуя о разнообразии и богатстве мира драгоценностей.



Гарнитуры «Мерседес», «Морозная ночь», «Кладовая Медной горы», серьги «Малиновый джем», кольца «Колесница фараона», «Русская зима», «О, Париж!», «Антал» (Нижний Новгород)

Художественное решение элегантных серег «Малиновый джем» отсылает нас к эталонным драгоценностям прошлого. Золото с бриллиантами, подобранными по размеру, позволяють наиболее полно выявить необычную красоту рубеллитов. Насыщенный малиновый цвет подгранных камней, помещенных в центр каждой серьги, заставляет взгляд остановиться на их выразительной красоте.



И, как всегда, бренд представил ряд интересных колец, каждое из них имеет свое образное решение. «Колесница фараона» — в виде золотого каплевидного завитка с бриллиантовым узором и центральным розовым топазом «Империял».



«О, Париж!» — изящная и гармоничная мечта, воплощенная в белом золоте, декорированном бриллиантами, с нежным аквамарином. Мастера фирмы постоянно совершенствуют способы крепления и монтировки камней, создавая изделия яркой художественной насыщенности.

«Русская зима» — контраст белого золота с россыпью бриллиантов и выразительного акцента в центре, для которого выбран зеленый изумруд.

Второе место в номинации было отдано бренду Matveev&Co из Санкт-Петербурга, представившему группу великолепных изделий. Коллекция из трех колец «Жизнь» просто излучает свет. Каждое украшение выполнено из белого золота 750°, а выразительной доминантой дизайна являются ярко-зеленые жадеиты. Тщательно полированные кабошоны закреплены так, что позволяют рассматривать камень, словно погружаясь в его глубину, цвет и блеск. Столь же чарующее впечатление производит и кольцо «Бриллиантовый цветок». Семь пластичных лепестков этого чуда природы заканчиваются бриллиантами ручной огранки. Нежные изгибы и волнующие линии кольца, выполненного из полированного палладия 850°, еще раз показывают, как красив, многолик и разнообразен мир, где цветут такие бриллиантовые цветы. Кольцо «Лунный путь», напротив, строго уравновешено. Белое золото декорировано бриллиантами — маленькими на шинке и более крупными около щитка, которые являются эффектным обрамлением центрального смыслового и цветового акцента. Яркая, ограненная с особой тщательностью синеватая шпинель светится холодным светом, завораживая, маня и восхищая.



Коллекция колец «Жизнь», кольца «Бриллиантовый цветок» и «Лунный путь» Matveev&Co (Санкт-Петербург)



Комплект «Диво дивное» «Классика» (Москва)

Уже не первый раз среди победителей конкурса мы видим бренд «Классика» (Москва). На нынешней выставке его комплект «Диво дивное» занял третье место. Мастера этого семейного предприятия выбрали главным акцентом украшений полихромные турмалины. Выразительные, яркие камни удлиненной формы вмонтированы в центры серег и подвеса. Необычная, завораживающая красота минералов в обрамлении белого и желтого золота с филигранными узорами действительно производит впечатление дивного волшебства. А однотонные бриллианты в соединении с зелеными демантоидами и розовой шпинелью изящно дополняют художественный образ.

Классика XX столетия

Ольга Костюк

Эта номинация позволила условно объединить изделия, выполненные в соответствии с традициями прошлого века. Многие творческие решения «старых» мастеров, ставшие почти эталонными, позволяют современным авторам вновь обращаться к лучшим образцам ювелирного дела России.



Коллекции
«Подковы» и Princess
ЮЗ «Грант»
(Санкт-Петербург)

Ювелирный завод «Грант» из Санкт-Петербурга получил первое место, подготовив две коллекции — «Подковы» и Princess. Первая группа из пятнадцати моделей легко узнаваема, поскольку декор каждого из составляющих ее предметов связан с подковой. Выполненные из белого золота, эти лаконичные символы пожелания удачи и счастья, украшенные бриллиантами, монтируются в кольца и подвесы, браслеты и серьги. Много вариантов одной темы представлено и в коллекции Princess. Основа из белого золота декорирована бриллиантами в браслетах, серьгах и кольцах. Особенно выделяются разнообразные решения крестов с бриллиантами огранки «принцесса». Предложенные дизайнерами вариации позволяют носить эти украшения и с деловым, и с нарядным костюмом. Природные качества камней в умелых руках ювелиров открываются широкой палитрой возможностей, вызывая желание носить украшения из разного минералогического, смыслового и ценового сегмента.





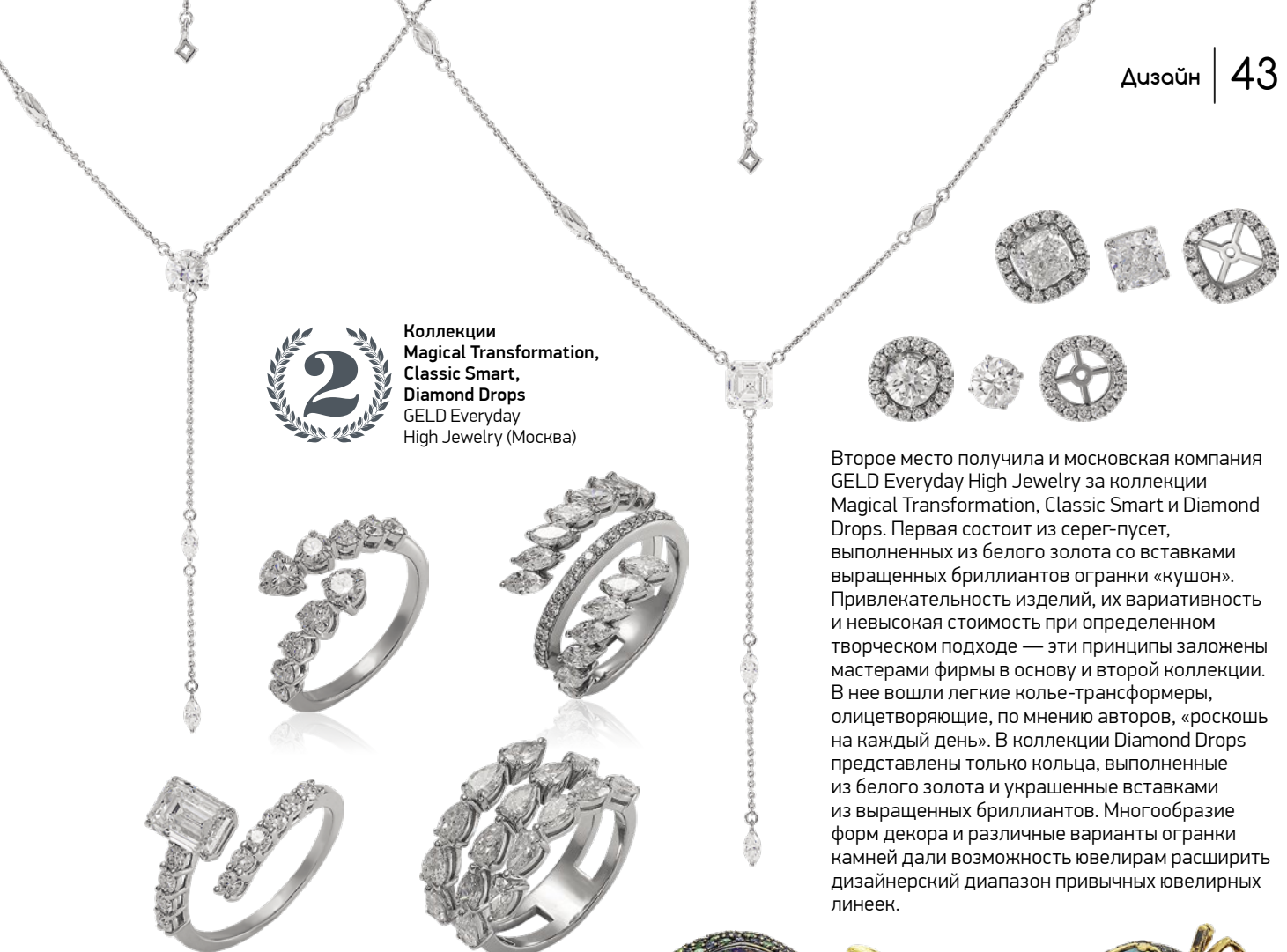
**Коллекция «Каустика»,
сет из двух пар серег
«День-ночь»**
PLATIKA Jewelry (Кострома)

Второе место получила также компания PLATIKA Jewelry из Костромы за коллекцию «Каустика» и сет из двух пар серег «День-ночь». Коллекция необычайно динамична и, возможно, призывает нас пофилософствовать об оптических свойствах световых лучей, будь то причуды отражения или круги на воде. Оригинальные формы предстают в многообразии теней и бликов, линий и объемов, монохромности и цвета. Используя белое и желтое золото в сочетании с россыпями черных или прозрачных бриллиантов и акцентами более крупных минералов (рубинов, сапфиров, изумрудов), смещенных от центров композиций, мастера добиваются интересных творческих результатов. Сет «День-ночь» — еще один удачный итог творческой работы компании. Светлые или темные нюансы, статика или движение — все это способны передать в драгоценных материалах костромские ювелиры.



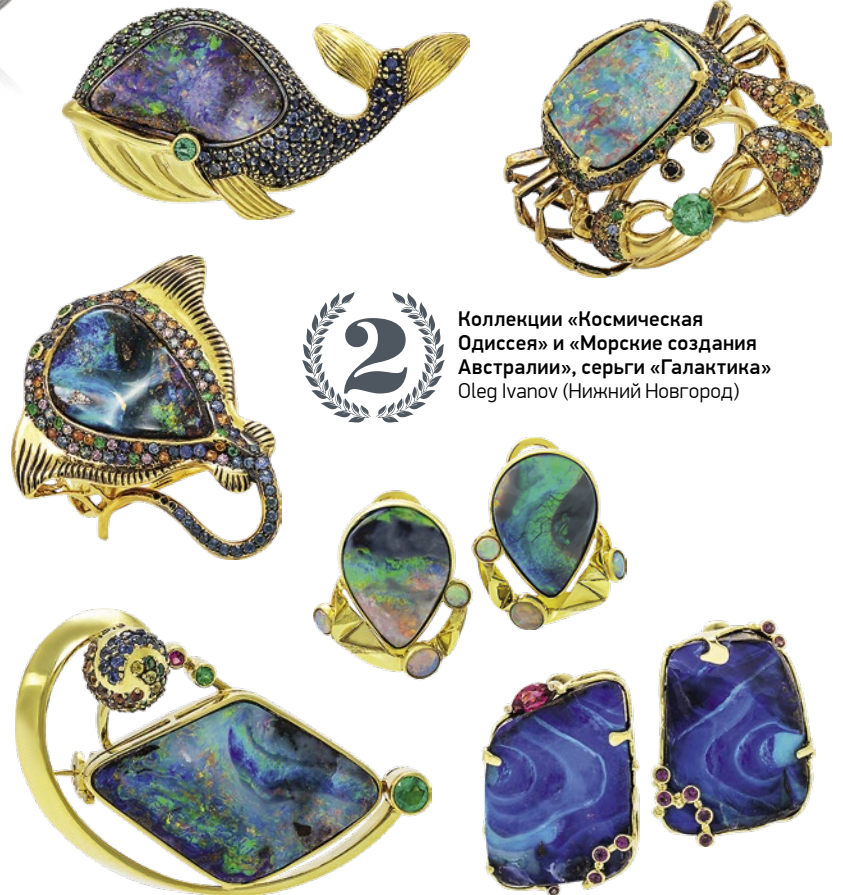


**Коллекции
Magical Transformation,
Classic Smart,
Diamond Drops**
GELD Everyday
High Jewelry (Москва)



Второе место получила и московская компания GELD Everyday High Jewelry за коллекции Magical Transformation, Classic Smart и Diamond Drops. Первая состоит из серег-пусет, выполненных из белого золота со вставками выращенных бриллиантов огранки «кушон». Привлекательность изделий, их вариативность и невысокая стоимость при определенном творческом подходе — эти принципы заложены мастерами фирмы в основу и второй коллекции. В нее вошли легкие колье-трансформеры, олицетворяющие, по мнению авторов, «роскошь на каждый день». В коллекции Diamond Drops представлены только кольца, выполненные из белого золота и украшенные вставками из выращенных бриллиантов. Многообразие форм декора и различные варианты огранки камней дали возможность ювелирам расширить дизайнерский диапазон привычных ювелирных линеек.

Вечную и всегда актуальную тему природы удачно представили мастера Ювелирного дома Oleg Ivanov из Нижнего Новгорода, получившего второе место за группу изделий с опалами. Компания подготовила коллекции «Космическая одиссея» и «Морские создания Австралии», а также серьги «Галактика». В броши и серьгах первой коллекции крупные австралийские опалы насыщенного тона с глубокими градациями цвета вмонтированы в золотые оправы, напоминающие фантазийные контуры космических тел. Каждое изделие с декором из мелких искр «космической пыли» зовет в полет и манит, как рассказы первых исследователей космоса. По-иному природные тайны предстают в коллекции «Морские создания Австралии». Опалы разной цветовой насыщенности и яркости здесь становятся основой образов удивительного и богатого водного мира: будь то скат с его волнующими и пластичными линиями контура, или кит, тулово которого украшено сапфирово-изумрудной мозаикой, или симпатичный краб... В серьгах «Галактика» насыщенно-синий цвет австралийских опалов, словно вечно манящая глубина небесных сфер, притягивает взгляд и зовет к размышлению. Изящный декор желтого золота со вставками родолитов — завершающий штрих интересной композиции.



**Коллекции «Космическая
Одиссея» и «Морские создания
Австралии», серьги «Галактика»**
Oleg Ivanov (Нижний Новгород)

Мужские украшения и аксессуары

Татьяна Мунтян

Работать в этом ассортиментном направлении довольно непросто, так как в целом современная ювелирная отрасль ориентирована прежде всего на прекрасный пол (впрочем, как это было и в прошлые эпохи). В XIX столетии женщина считалась «витриной мужа» и должна была олицетворять семейное процветание, будучи украшена великолепными драгоценностями. Но ситуация меняется, и ныне сильный пол с удовольствием носит разнообразные украшения — браслеты, кольца, серьги, цепи и даже ожерелья, окружает себя изысканными аксессуарами.



Кольцо «Гермес»
Игорь Орлов
(Санкт-Петербург)



Первое место в номинации жюри присудило петербургскому ювелиру Игорю Орлову, создавшему репрезентативное кольцо с изображением Гермеса — спутника богов, покровителя путешественников, олицетворяющего торговлю, богатство и удачу. Кольцо имеет двухсторонний вращающийся щиток, на одной стороне которого — профиль древнегреческого бога, а на оборотной — его атрибут (кадуцей, древний символ примирения в виде посоха с крыльями наверху, увитого змеями). На шинке кольца — образы ангелов, что привносит в предмет некую тематическую пестроту, но в наш эклектичный век это вполне оправданно. Ювелир использовал матовое, изысканного оттенка золото, применив рукотворные техники, что особенно ценно в наше стандартизированное время.



Браслеты из платины «12 апостолов» и «Дракон»
«Елизавета», «ФИТ»
(Санкт-Петербург)



Жюри решило никого не ставить на пьедестал третьего места, при этом второе разделили две компании. Вторым призером стал тандем петербургских компаний «Елизавета» и «Фит», представивших продукт совместного творчества — браслеты «12 апостолов» с тонкими миниатюрными изображениями учеников Христовых и прихотливыми письменами на обороте и яркой, репрезентативный браслет «Дракон» с фигуративной деталью, подвижными звеньями в виде крупной чешуи. Оба мужских украшения сделаны из платины, и они, пожалуй, единственные на нынешней выставке художественные произведения из этого металла, работой с которым «в эпоху Фаберже» славился именно российский ювелиры. Современные мастера творчески работают с платиной, которая «поддается» далеко не каждому.





Неоднократный победитель и призер конкурсов компания «Альмастер» подготовила группу разнообразных предметов, способных удовлетворить всевозможные вкусы и пристрастия: чайный набор «Гарцующий конь», яхтенный настольный набор «Маринистика», трио аромасвечей — «Разгуляй», «Ромашка» и «Родные окна».

Утилитарные и художественные одновременно изделия из чайного набора, приуроченного к Году Лошади по восточному календарю, раскрывают образ животного, которое является символом силы, скорости, выносливости, богатства, стремления к переменам. Сотрудники компании подчеркивают, что образ этот популярен во многом благодаря логотипу Ferrari, происходящему от эмблемы итальянского летчика-аса Франческо Баракки, который использовал его как талисман для удачи. На эмблеме же Porsche такой конь символизирует родной город этой автомобильной компании — Штутгарт.



Чайный набор «Гарцующий конь», яхтенный настольный набор «Маринистика», трио аромасвечей: «Разгуляй», «Ромашка», «Родные окна» «Альмастер» (Кострома)

Что же касается набора «Маринистика», состоящего из лупы, закладки и ножа для бумаги, то он предназначен для представителей сильного пола, увлекающихся яхтенным спортом. На лупе размещены изображения компаса, брига «Россия» и штурвала, оплетенного канатом. Над рулевым колесом — два скрещенных якоря, на гурте — канат, завязанный морским узлом. Книжная закладка посвящена романтической теме: она украшена фигуркой Ассоль, с надеждой взирающей на парусник вдали. Эти предметы, а также нож для писем «Штурвал» помещены в великолепный ларец из карельской березы с гравированным изображением брига «Россия» — парусника, перестроенного из рыболовецкого сейнера и ставшего с 2019 года главным символом праздника выпускников «Алые паруса» в Санкт-Петербурге.





Гарнитур
«Северный модерн»
«Питерский джем»
(Санкт-Петербург)

Современный историзм

Татьяна Мунтян

Первым победителем в этой номинации была признана петербургская компания «Питерский джем». Ее гарнитур «Северный модерн» (поначалу остроумно и точно названный «Осторожно, модерн») посвящен прекрасной эпохе Art Nouveau, и с этим стилем надо действительно обращаться очень осторожно, избегая сложившихся представлений, узнаваемых форм и мотивов. Художникам и ювелирам компании это вполне удалось. Будучи истинными знатоками самоцветных камней, они поместили в центре украшений камень, чрезвычайно популярный в эпоху модерна, — голубой благородный халцедон, высоко ценимый из-за его мягких, «лунных», загадочных переливов цвета. Этот минерал гармонично сочетается с танзанитами, шпинелью и бриллиантами. Прославленный российский ювелир Карл Фаберже создал немало ювелирных шедевров с голубыми, розовыми, сиреневыми халцедонами, которые он называл «меккскими камнями», обрамляя их бриллиантами. В эпоху модерна считали, что камень надо ценить не за стоимость, а за тот декоративный эффект, который из него можно извлечь.



Гарнитур «Версаль»
Urban M
(Бор, Нижегородская обл.)

Еще один победитель в номинации — компания Urban M, давно и успешно работающая с «сокровищем морей» — жемчугом. Для создания гарнитура «Версаль» использован редкий жемчуг «Эдисон» (13 мм) в обрамлении натуральных бриллиантов. Необычной формы кольцо напоминает, по мнению его создателей, изгиб фонтана, а серьги дарят свет, подобный игре солнца в дворцовых окнах. Мода не властна над жемчугом, будь то эпоха Средневековья или Ренессанса, блистательный век Екатерины II или галантный век «короля-солнца», строителя чарующего Версаля.

Второе место получила «Первая бриллиантовая компания» из Костромы за коллекцию брошей «О женщине честно». Сотрудники предприятия не просто создают элегантные украшения, но вкладывают в них глубокое содержание, что выглядит нестандартно и оригинально. Разные женские характеры ассоциируются у авторов с образами природы: броши в виде перчика «Острота» (в белом и желтом золоте) предназначены для дерзкой, яркой и открытой женщины, общение с которой приносит «острые» ощущения. Брошь «Стойкость» в форме морской звезды — символ внутренней устойчивости и веры в лучшее. Обладательница такого украшения — путеводная звезда для любимых и близких людей, которая, сияя бриллиантами, освещает жизненную дорогу. Брошь «Тайна» олицетворяет загадку и магию. Изысканное, «струящееся» украшение в виде медузы подойдет женщине, полной недосказанности, хрупкой на первый взгляд, при этом независимой, остающейся всегда «на своей волне».



Коллекция брошей
«О женщине честно»
«Первая бриллиантовая
компания» (Кострома)



ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА



**КОМПЛЕКТ
«ЖУЛАНЧИКИ»:
ПОЧУВСТВУЙТЕ ВОЛШЕБСТВО
МОРОЗНОГО ДНЯ**

Павильон «Вавилон»
Стенд **В-300А**



Иваново
(4932) 585-332
(961) 243-42-44
jc-status@mail.ru
jstatus.ru

Ювелирная и камнерезная пластика

Татьяна Мунтян

Предметы, которые рассматриваются в этой номинации, относятся по большей части к так называемым *objets de fantaisie*, произведениям художественным, не имеющим практической пользы, которые становятся предметами коллекционирования, украшают интерьеры, приносят в жизнь владельца изысканное творчество.

Компания «Сигма Голд», по мнению жюри, лидер в этом направлении среди российских участников JUNWEX. В этот раз предприятие заслуженно получило первое место за композиции «Ростральные колонны» и «Банковский мост и скульптуры грифонов», посвященные великому городу на Неве с его архитектурными шедеврами. Поскольку компания из Калининграда, ее сотрудники традиционно сочетают в изделиях драгоценные металлы — золото и серебро — с «солнечным камнем» янтарем.



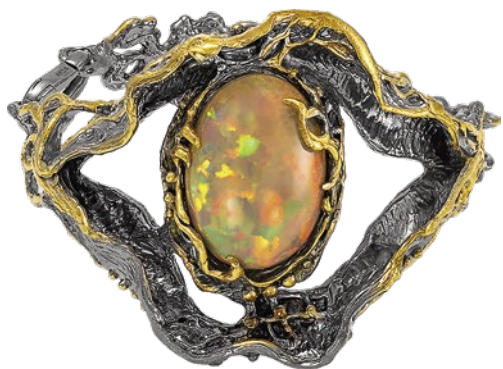
Ювелирные сувениры
«Ростральные колонны»,
«Банковский мост
и скульптуры грифонов»
«Сигма Голд» (Калининград)



Славящаяся своими серебряными произведениями личного благочестия компания «Иордань», также получившая первое место, решила обратиться к созданию драгоценных шахмат. И этот опыт оказался удачным. Мастера продемонстрировали виртуозное фигуративное литье, тончайшую отделку каждой детали. Название комплекта — «Традиция» — как нельзя лучше отражает направленность творчества фирмы, продолжающей на высоком уровне традиции национального серебряного дела.



Шахматы «Традиция»
«Иордань»
(Красное-на-Волге)



Браслеты «Озарение»
и «Искушение»,
серьги «Лунный день»
Gem Silver (Москва)



На втором месте — тоже два участника конкурса. Фирма Gem Silver, не отступая от выбранного ею узнаваемого художественного стиля, исполнила два серебряных браслета, «Озарение» и «Искушение», а также серьги «Лунный день», отличающиеся выразительной, фактурной пластикой металла и тонко подобранными великолепными камнями, в которых сотрудники компании знают толк. Это великолепный крупный, с огненными вспышками опал, «прохладный» берилл цвета морской волны, нежно-зеленые хризолиты.



Шахматы «Биржа
(быки и медведи)»
BroVanz
(Санкт-Петербург)

Жюри в который раз отдало дань компании BroVanz, работающей с художественной бронзой и имеющей в этом направлении мало конкурентов. Предприятие создало нестандартный, выразительный по пластике комплект шахмат «Биржа (быки и медведи)», в котором, по мнению авторов, классическая логика шахмат встречается с языком финансовых рынков, где быки и медведи давно стали архетипами роста и падения, атаки и обороны.



Кольцо

Елизавета Тапакова-Боярская

Кольцо как одна из наиболее древних и универсальных ювелирных форм сохраняет свою непреходящую актуальность и лидирующие позиции на рынке. Номинация призвана отметить и выделить наиболее выдающиеся образцы ювелирного искусства, представленные в форме колец, которые демонстрируют высочайшее мастерство и художественную ценность.

Серии колец «Карусель на Девичьем поле в Москве» и «Карусель на Кленовой улице в Санкт-Петербурге» от ювелирного завода NEWGOLD (Кострома) отмечены первым местом. Эти золотые украшения — дань уважения первым русским каруселям, которые зародились как театрализованные турниры и стали символом праздника. Ювелирный проект приурочен к 260-летию появления первой карусели в России. Кольцо «Карусель на Кленовой аллее» рассказывает о традиции, начатой Петром I, привезшим этот механический аттракцион из Голландии. Кольцо «Карусель на Девичьем поле» отсылает к народным гуляниям Москвы, проводившимся с 1826 года. Команда NEWGOLD создала не просто украшения, а механические миниатюры, объединяющие драгоценное искусство и инженерную мысль. Эти кольца — символ радости взаимодействия, открывающий новые горизонты в ювелирном дизайне.



1 Серии колец «Карусель на Девичьем поле в Москве» и «Карусель на Кленовой улице в Санкт-Петербурге» NEWGOLD (Кострома)

Второго места удостоены обручальные кольца «Венера» и кольцо «Квинтет» от петербургской компании PRIMOSSA. Архитектура золотых изделий в ювелирном дуэте «Венера» вдохновлена античным периптером — храмовым сооружением, чья стройная колоннада ионического ордера замерла в торжественном ритме. В основании каждого кольца сияет бриллиантовая дорожка — тонкая нить света сквозь столетия. «Квинтет» предстает как живая архитектурная форма, в которой виртуозное переплетение линий рождает завораживающее ощущение глубины и непрерывного движения. Центральный танзанит символизирует ясность помыслов, а игра бриллиантовых белых и темных дорожек создает световые контрасты. Это кольцо — манифест многогранности, воплощение пяти состояний души — предназначено для женщины, пишущей историю своей жизни.



2 Обручальная пара «Венера», кольцо «Квинтет» PRIMOSSA (Санкт-Петербург)





1 Кольца «Пробуждение» и «Навстречу...» «Русские ремесла» (Ярославль)



Компания «Русские ремесла» из Ярославля представила два уникальных кольца — «Навстречу...» и «Пробуждение», созданных с использованием черного дерева. Его таинственный матовый цвет контрастирует с блеском серебра и яркостью коралла, напоминая о темных глубинах и силе стихии, которая скрыта под спокойной поверхностью моря. Кольцо «Навстречу...» — символ внутренней свободы. Надевая украшение, вы словно ощущаете соленый бриз на лице и слышите шум прибоя, а форма изделия вызывает ассоциации с величественными парусниками, несущими вас к новым открытиям. «Пробуждение» символизирует первозданную силу земли, готовой к грандиозному преображению. На темном ложе, словно внезапный всплеск жизни, распускается рубиновый цветок. Но это не просто цветок, а дерзкая интерпретация алого чуда — драгоценного дара из сказки Аксакова. Каждое из двух колец, созданных мастерами предприятия, — самостоятельное произведение искусства, сочетающее авангардный дизайн с глубоким смыслом.



2 Кольца «Шамаханская царица» и «Маленький принц» «Ауджа» (Москва)

Московская компания «Ауджа» представила на конкурс кольца «Шамаханская царица» и «Маленький принц», которые жюри отметило вторым местом. «Шамаханская царица», где природный сапфир цвета утреннего лотоса, обрамленный золотой решеткой и нежными оранжевыми бриллиантами, завораживает своим блеском. Необычная форма и комфортная шинка делают это кольцо поистине царским. «Маленький принц» — ода любви и дружбе, вдохновленная известной сказкой-притчей. Розовый кунцит напоминает капризную Розу, золотые формы — планеты, а бриллианты — далекие звезды. Это украшение символизирует гармонию и искренность, нежность и свет любви, рассказывая нам о самых важных ценностях.

Великолепие ювелирного мастерства

Елизавета Тапакова-Боярская

Эта номинация объединяет уникальные произведения, которые отличаются не только красотой и изяществом, но и сложной техникой исполнения, что свидетельствует о высочайшем уровне мастерства ювелиров.



1
Чаша «Юрате»
FOMENKO jewellery
(Калининград)

FOMENKO jewellery из Калининграда представил на суд жюри изысканную чашу «Юрате», ставшую воплощением балтийского мифа. Мастера, вдохновленные легендой о морской богине Юрате, чьи слезы обратились в янтарь, создали изделие, удостоенное первого места в своей номинации. Чаша, выполненная в уникальной технике мозаики из гладких пластин королевского янтаря, завораживает красотой. Декорированная филигранными накладками из кости с растительным орнаментом, она покоряет безупречным ювелирным исполнением, тонкой резьбой, а также идеальной шлифовкой и полировкой. Чаша станет величественным украшением любого пространства, привнеся в него тепло солнечного янтаря и отголоски древних сказаний.

Чайная пара «Клубника» от завода «Северная чернь» — изысканный аксессуар, который привнесет в ваш дом атмосферу летнего утра. В комплекте — утонченная чашка и элегантная чайная ложка. Эта пара — воплощение мастерства северных ювелиров. Тончайшая черневая гравировка по серебру создает завораживающий узор, вдохновленный русской природой. Нежные ягоды клубники и легкие растительные мотивы передают ощущение свежести. Каждый изгиб чашки продуман для комфорта и эстетического наслаждения. Полированное серебро благородно контрастирует с черным узором, подчеркивая роскошь изделия. Держать такую чашку — значит прикоснуться к традициям русского ювелирного искусства. Чайная пара «Клубника» станет драгоценным воспоминанием, которое будет радовать вас долгие годы.



Чайный набор «Клубника» «Северная чернь» (Великий Устюг)



Коллекция Lago Secreto GRUSHA Diamonds (Бронницы)



В сердце Альп каждую весну таинственное озеро Грюнер-Зе преобразает пейзаж, скрывая под своими водами привычный ландшафт, — именно это природное чудо стало источником вдохновения для создателей ювелирного сета Lago Secreto. Этот золотой комплект от премиального бренда GRUSHA Diamonds («Бронницкий ювелир»), отмеченный вторым местом в номинации, воплощает красоту скрытого в глубинах природы. Центральным элементом комплекта стал зеленый турмалин, его сияние оттеняют бриллианты как символ окружающих озеро заснеженных вершин Альп, а каплевидные голубые аквамины, словно чистой воды, стекающая с ледников, придают украшению неповторимую легкость и воздушность.

Модные тенденции

Анна Ратникова

Современная ювелирная мода имеет тенденцию экспериментировать с масштабами: украшения увеличиваются в размерах, множатся в количестве одновременно носимых предметов в разных комбинациях, отличаются разнообразием способов ношения и асимметричных решений. И все-таки в центре внимания — не просто ювелирное изделие, а выразительный штрих к индивидуальности, отражение уникального стиля каждого, кто носит украшения. В этой номинации жюри отметило трех призеров, продемонстрировавших собственный художественный почерк, поиск новизны и высокое качество исполнения.



Колье «Нефертити»
из коллекции
«Москва-Сити»
DELTA Diamonds
(Кострома)

Единодушную высшую оценку жюри в этой номинации — первое место — получила компания DELTA Diamonds за колье «Нефертити» из коллекции «Москва-Сити». Образ легендарной египетской царицы, ставшей символом вечной красоты, женственности и изысканности, дает ключ к восприятию украшения как идеала гармонии и совершенства. Конструкция изделия математически выверена: она состоит из полых, ритмично соединенных звеньев, которые в пластике образуют слегка закрученную подвижную спираль. Благодаря этому украшение тонко реагирует на движения тела, меняется и словно «живет» вместе со своей обладательницей. Сочетание теплого оттенка желтого золота и сверкающего бриллиантового декора усиливает ощущение динамичности изделия. Колье органично вписывается в актуальную эстетику «тихой роскоши» — модного направления, привлекающего сегодня женщин разных поколений.

Идея авторов драгоценного творения основана на сдержанной эстетике, вневременной элегантности, комфорте, отсутствии нарочитой демонстрации богатства, подчеркивающих статус, безукоризненный вкус и благородство обладательницы этого уникального украшения.

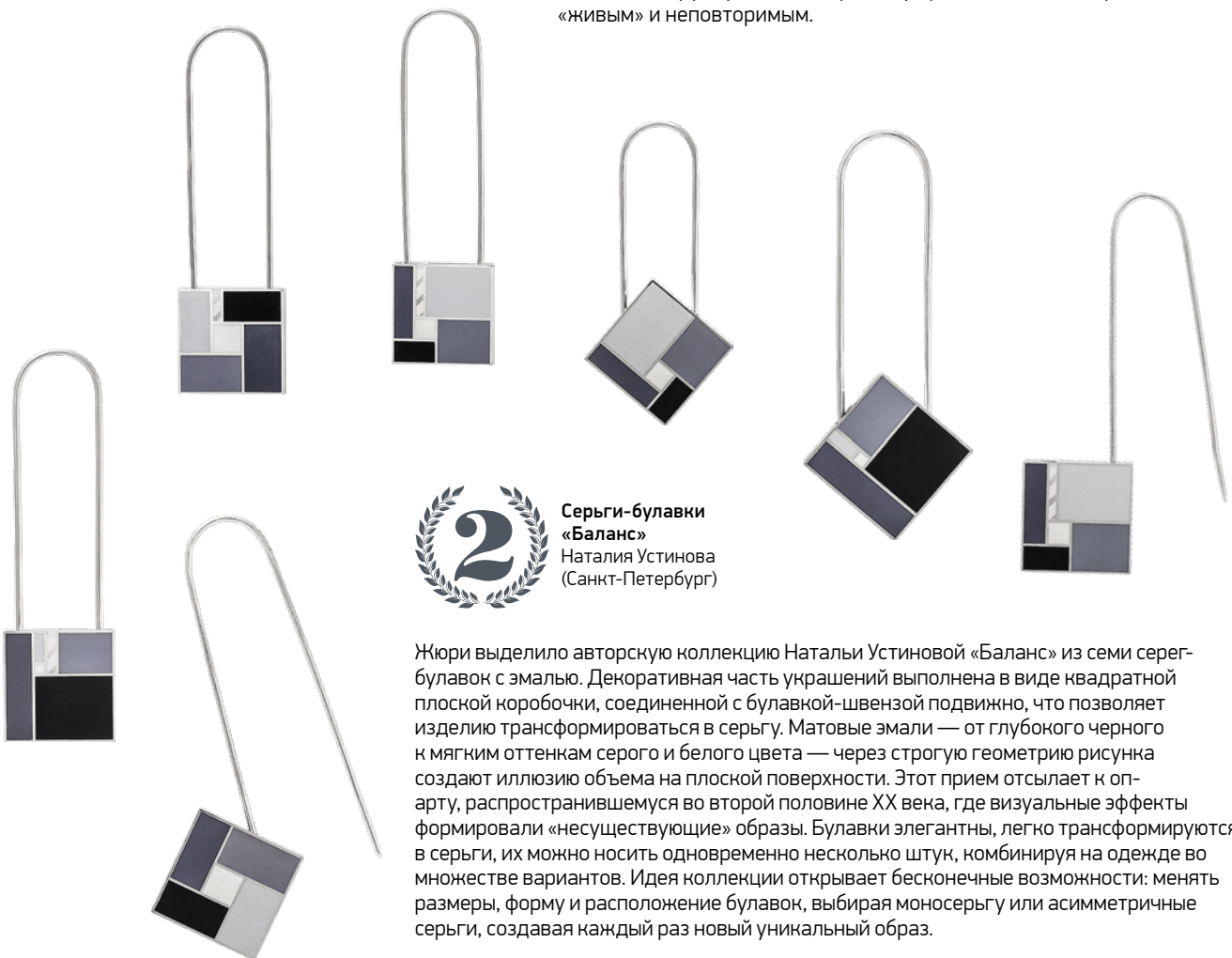


Два вторых места были отданы дизайнерам-ювелирам Ольге Мешковой и Наталье Устиновой.



Брошь «Осень в городе»
Ольга Мешкова
(Санкт-Петербург)

Брошь Ольги Мешковой «Осень в городе» — лирическое высказывание в металле на тему красоты увядания и гармонии, которую дарит природа внимательному наблюдателю, очарованному опавшей листвой. В тонкой по колориту броши нижний лист из оксидированного мельхиора с чуть выпуклой, с легким ажурным рельефом поверхностью мягко оттеняет яркий силуэт верхнего кленового листа из «состаренной» меди. Каждая деталь изделия выполнена вручную, благодаря чему произведение воспринимается «живым» и неповторимым.



Серьги-булавки «Баланс»
Наталья Устинова
(Санкт-Петербург)

Жюри выделило авторскую коллекцию Натальи Устиновой «Баланс» из семи серег-булавок с эмалью. Декоративная часть украшений выполнена в виде квадратной плоской коробочки, соединенной с булавкой-швензой подвижно, что позволяет изделию трансформироваться в серьгу. Матовые эмали — от глубокого черного к мягким оттенкам серого и белого цвета — через строгую геометрию рисунка создают иллюзию объема на плоской поверхности. Этот прием отсылает к оп-арту, распространившемуся во второй половине XX века, где визуальные эффекты формировали «несуществующие» образы. Булавки элегантны, легко трансформируются в серьги, их можно носить одновременно несколько штук, комбинируя на одежде во множестве вариантов. Идея коллекции открывает бесконечные возможности: менять размеры, форму и расположение булавок, выбирая моносерьгу или асимметричные серьги, создавая каждый раз новый уникальный образ.

Ювелирный эксперимент

Анна Ратникова

В поисках новых способов самовыражения участники конкурса экспериментируют с темой, формой, материалами и технологиями. Несмотря на то, что не каждый такой эксперимент успешен, именно эти поиски продвигают ювелирное искусство вперед. Жюри отметило два наиболее ярких и удачных творческих проекта, удостоив их первого места.



Коллекция колец-трансформеров «Люби судьбу» Людмила Сомова (Санкт-Петербург)



Дизайнер-ювелир Людмила Сомова представила на конкурс коллекцию колец-трансформеров «Люби судьбу». Два кольца-пожелания — «Шар» и «Сердце» — одновременно воспринимаются и как миниатюрные арт-объекты, скульптуры, и как функциональные украшения, которые трансформируются в пять равнозначных колец. Текстовые послания на них — «живи», «верь», «люби», «мечтай» («Сердце») и «воплощай», «дыши», «сияй» («Шар») — раскрывают идею поддержки близкого человека, нахождения рядом во всех жизненных ситуациях, дарят то, чего каждому из нас порой не хватает. Один из экспериментов при создании коллекции — использование шрифта в объеме, при котором кольцо в собранном виде складывается как пазл. Для этого был выбран граффити-шрифт bubble — сам по себе очень декоративный. В обработке серебряных поверхностей использованы матирование, полировка и чернение (в торцевых частях), что подчеркивает выразительность формы изделий. Произведение Людмилы Сомовой выделяется своим персонализированным содержанием, соединяя форму, смысл и эмоциональное воздействие в единое уникальное ювелирное послание.



Бренд ELEMENT SOUL представил на рассмотрение жюри комплект «Послание древних скифов» (гривна с подвеской и серьги) и коллекцию «Живые камни» (гарнитуры «Астерия» и «Деревья на снегу» — кулоны с серьгами). Есть произведения ювелирного искусства — подлинное достояние человечества, красота и совершенство которых существуют вне времени и пространства. К их числу относится знаменитый скифский олень — вершина скифо-сибирского звериного стиля VI–V веков до н.э. Изделия, изображающие это животное, в разное время находили на обширных пространствах Евразии. В древнем образе поражает, с какой гениальной выразительностью мастер передал драматизм состояния оленя — в жертвенной позе с запрокинутой головой. Стремясь приблизиться к тайне этого шедевра, современные ювелиры создают собственные художественные реминисценции. Авторы комплекта «Послание древних скифов» из коллекции «Древняя Скифия» предложили еще одну интерпретацию артефакта, представив эмоционально выразительный образ животного. Опираясь на научные исследования, мастера включили в композицию и астрономический мотив — изображение созвездия Большой Медведицы, важнейшего навигационного ориентира для кочевых народов. В брутальной подвеске органично существует удивительно красивый уникальный образец горного хрусталя с редчайшими включениями черного турмалина (шерла). Коллекция «Живые камни» раскрывает красоту редких коллекционных минералов. Оформленные в лаконичное серебряное обрамление, они воспринимаются как самостоятельные произведения художника-природы. В гарнитуре «Астерия» использован сталактитовый аметист — образование из кристаллов аметиста, сформированных внутри полых агатовых жезд. Зональная кольцевая окраска — фиолетовая, белая, серая — и изысканные concentрические узоры на срезе придают минералу особую декоративность. В комплекте «Деревья на снегу» природа создала «пейзаж» в уникальном дендроопале — смеси халцедона, кварца и опала с черными дендрическими включениями, напоминающими силуэты ветвей или рисунок мха. Эту «картинную галерею» можно пополнять бесконечно, ведь гениальный художник — природа — рождает огромное множество неповторимых «портретов», «пейзажей» и «натюрмортов».



Комплект «Послание древних скифов», коллекция «Живые камни» ELEMENT SOUL (Красноярск)

Этнические мотивы

Анна Ратникова

2026 год официально объявлен Годом единства народов России, что, безусловно, способствует сохранению культурного многообразия этносов нашей страны, и наш конкурс вносит свою лепту в этот актуальный проект.

На февральской выставке в номинации «Этнические мотивы» два первых места жюри единодушно присудило якутским ювелирным фирмам — «Узор Утум» и «Звезда Якутии». В обоих случаях стилистической основой украшений становится повествовательность сюжетов, что сближает современное якутское ювелирное искусство с уникальным феноменом якутского театра и кино — столь же самобытных и сосредоточенных на своей культуре, традициях и смелом новаторстве. Обращаясь к природе Севера, богатствам родной земли и древним символам, мастера активно экспериментируют с материалами, формой, цветом и пластикой, формируя выразительный актуальный язык национального ювелирного искусства.



1 Комплекты «Чарующий Север» и «Коновязь» «Узор Утум» (Якутск)



Компания «Узор Утум» представила на конкурс два комплекта — «Чарующий Север» и «Коновязь». В первом из них роскошное кольцо и две пары серег из белого золота с бриллиантами, рубинами, хромдиоксидами и сердоликом образно передают величие земли Саха: горные хребты и богатые недра, сверкающие снега и стремительно бегущие северные олени. Венчает кольцо композиция, изображающая северное сияние и Полярную звезду — священный символ для якутов, олицетворяющий вечность, верность избранному пути и духовный ориентир. Комплект «Коновязь» (кольцо, серьги и браслет) посвящен сэргэ — ритуальному якутскому столбу-коновязи, связанному с культом коня, а также воспринимаемому как образ «древа жизни». Эти сакральные столбы символизируют гостеприимство, мир и дружбу. Кольцо из натуральной кожи с искусно сделанной подвеской из серебра, бивня мамонта и сердолика представляет собой современное прочтение традиционной гривны. Все серебряные элементы изделий украшены тонко проработанным гравированным национальным орнаментом. Легкий, изящный, актуальный комплект, в котором ясно прослеживается этнический код, может быть высоко оценен в любой среде любителей современных украшений.





Комплект (нагрудное украшение и аксессуар для лица) «Сир Ийэ» «Мать-земля» «Звезда Якутии» (Якутск)

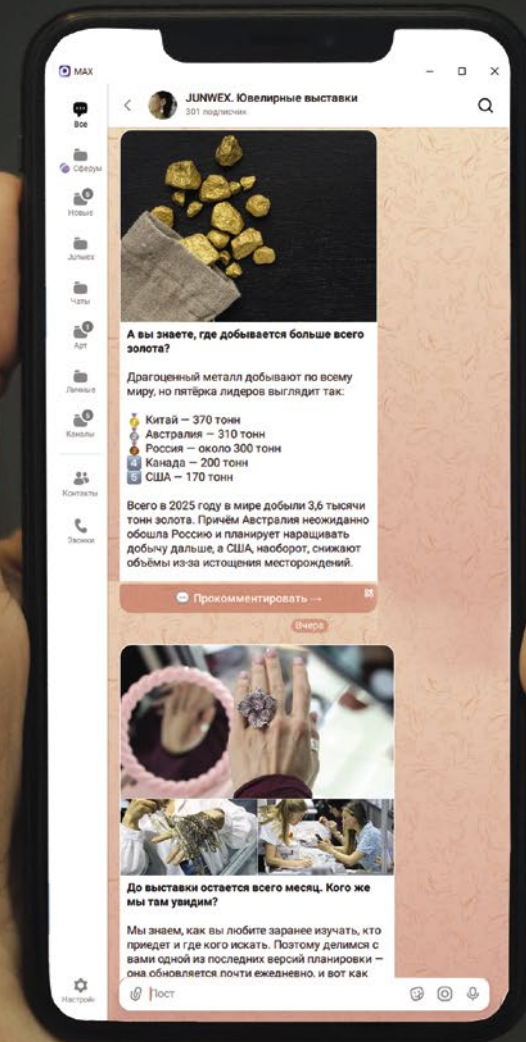


Компания «Звезда Якутии» впечатлила жюри искренностью и оригинальностью в раскрытии глубокой темы любви к родной земле. Комплект, включающий нагрудное украшение — гривну с подвеской — и аксессуар для лица, аллюзию на традиционные снежные очки, под названием «Сир Ийэ» («Мать Земля»), выполнен из латуни и мельхиора. В центральных подвесках использована техника горячей эмали, а в бахромчатых — речная галька с берегов Лены. В этом украшении гармонично соединились эстетическая выразительность и глубокая символика, отражающая традиционные представления о трех мирах: верхний воплощен в образе птицы с распростертыми крыльями, средний — в образе якутской женщины, олицетворяющей Мать-Землю, и счастливой якутской семьи, нижний представлен гравированным на подвесках изображением ушедших предков. В паре с гривной продемонстрировано необычное украшение для лица, которое отсылает как к традиционным оберегам и символам статуса, так и к утилитарным снежным очкам. Оно совершило долгий путь от древних реликвий до актуального подиумного аксессуара, объединив историю, символику и современный модный язык.

НАШ КАНАЛ
В «МАКС»



JUNWEX_FAIR





Гарнитуры
«Жуланчики», «Любава»,
«Купава» и «Забава»
ЮЗ «Статус» (Иваново)

Второе место присуждено Ювелирному заводу «Статус» (Иваново). Мастерство и творческая фантазия авторского коллектива проявились в четырех гарнитурах — «Жуланчики», «Купава», «Забава» и «Любава», вдохновленных русским фольклором. Образ птицы как символ плодородия — явление, распространенное в традиционных женских украшениях и занявшее центральное место в дизайне гарнитура «Жуланчики», выполненного с использованием техники холодной УФ-эмали. Филигранная серебряная ажурная подвеска и серьги подчеркивают яркость и выразительность птичьих фигур, а голубые топазы завершают нарядный образ украшений. Три других гарнитура, состоящие из колец и серег, объединены древнерусскими женскими именами. Купава (кувшинка) ассоциируется с образом богини лета в славянской мифологии, олицетворяет свет и природную красоту. Забава напоминает о былинной героине Забаве Путятичне. Имя Любава происходит от глагола «любить» и воплощает традиционное понимание женской доброты и заботы. Легкие нарядные гарнитуры, выполненные из золота с бриллиантами, с ажурными флоральными мотивами и жемчужными подвесками, демонстрируют самобытность русского стиля, подтверждая востребованность и актуальность этнической темы сегодня.



Коллекция
«Промыслы»
Костромской ювелирный
завод (Кострома)

Еще одно второе место завоевал Костромской ювелирный завод. На протяжении столетий Костромской край является центром ювелирного промысла России. Неслучайно именно здесь на знаменитом ювелирном предприятии родилась массовая, доступная для широкой аудитории коллекция «Промыслы», состоящая из 12 серебряных брошей в виде стилизованных елок, забавных зверушек и птиц. Уже в первых археологических находках на территории региона встречаются изделия с изображениями подобных образов и различных языческих символов. В этой коллекции брошей тонко и душевно отражено отношение авторов к тем персонажам, которые сопровождали нас с детства в любимых сказках. Радостную летнюю атмосферу передает яркий эмалевый декор украшений, отсылающий нас и к крестьянской вышивке, и к расписным глиняным игрушкам, и к нарядным жостовским подносам. Этой работой коллектив предприятия демонстрирует глубокое уважение к народным мастерам прошлого, а нам дарит хорошее настроение.



Предметы религиозного культа

Елизавета Тапакова-Боярская

Церковное искусство, история которого насчитывает более двух тысячелетий, является динамичной сферой, в которой каждая эпоха отражается уникальными стилистическими формами и декоративными решениями. Век XXI открывает новые горизонты для осмысления предметов личного благочестия, позволяя интегрировать современные художественные подходы при неукоснительном соблюдении канонов и высоких эстетических стандартов.

В этом году мастерская «Кириллов» из Павлово-на-Оке (Нижегородская обл.) удивила жюри конкурса, представив икону св. Вадима в серебряном окладе. Вдохновленная старинным списком XVIII века, икона впечатляет исполнением: образ из редких пород дерева дополнен филигранным серебряным окладом с золочением, украшенным рубинами. Техника филигрании, словно тончайшее кружево, окутывает лик святого, подчеркивая его возвышенность. Это старинное искусство, требующее невероятной точности, терпения и глубокого понимания материала, позволило создать поистине завораживающий узор. Особую роскошь и символизм придают иконе рубины — драгоценные камни, известные своей насыщенной красной окраской и традиционно ассоциирующиеся с мученичеством, силой духа и любовью. Их мерцание, искусно вплетенное в серебряный орнамент, словно отражая свет небесной благодати, придает произведению торжественность и глубину. Форма иконы, напоминающая храм с сияющим золотым куполом, подчеркивает ювелирное мастерство и утонченное изящество удивительной работы, по праву занявшей первое место в номинации.



1 Икона в окладе
«Св. Вадим»
«Кириллов»
(Павлово-на-Оке)



2 Коллекция
«Св. Ольга»
DeFleur (Бор,
Нижегородская обл.)



Храм равноапостольной княгини Ольги в Северной столице своим строгим, но изысканным обликом пробудил вдохновение мастеров ювелирной компании DeFleur из города Бор (Нижегородская обл.). Так родилась коллекция «Святая Ольга» — симфония серебра, где духовное величие встречается с безупречным ювелирным искусством. Центральный элемент каждого изделия — жемчуг, чистый и сияющий, как свет духовного озарения, снизошедший на княгиню Ольгу в момент крещения. Драгоценные жемчужины символизируют мудрость, непорочность и неземную красоту. Коллекция «Святая Ольга» — это не просто украшения. Это история, объединившая наследие великой покровительницы, мощь православной архитектуры и вечную притягательность натурального жемчуга. Это воплощение чистоты и благородства, отмеченное вторым местом в номинации.



Лучшая коллекция серийного производства

Галина Ковалева



В этой номинации два победителя разделили второе место. ТМ «Жемчужное подворье» (Москва) представила коллекцию «Без скафандра», дополнив привычный круглый жемчуг разнообразными мерцающими жемчужными переливами (полупрозрачная витражная эмаль) в крыльях изящных бабочек. Люди издревле восхищались красотой удивительных форм и расцветок маленьких крылатых подарков природы, наделяя их мистическими свойствами. Бабочка стала символом божественного круговорота жизни и воплощением бессмертия. Древние греки видели в ее образе аллегорию души и свободы человеческого духа. Греческое слово ψυχή означает одновременно и бабочку, и душу. Освободившаяся от кокона легкокрылая красавица получает чудесный шанс — жизнь после смерти. Волшебное превращение гусеницы в летающее совершенство дарит людям веру в человеческие возможности и мистические трансформации в будущем.



Коллекция
«Без скафандра»
«Жемчужное
подворье» (Москва)





Гарнитур «Мона»
«ЯСПИС»
(Санкт-Петербург)



Загадки жизни космических небесных звезд и знаменитых земных звезд — актрис кино и театра — послужили темой для творчества художников фирмы «ЯСПИС» (Санкт-Петербург), создавших оригинальный гарнитур «Мона». Яркие граненые кварцы — небесные светила — мастера ювелирного искусства окружили причудливыми орбитами таинственных объектов, рассказывая нам о блеске и смелом полете фантазии всех тех, кто готов рисковать.

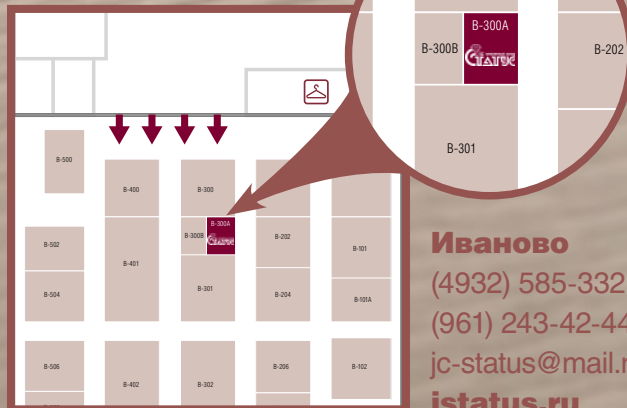


ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА



Комплект «Любава»:
новые женские украшения,
вдохновленные природой
для каждого времени года

Павильон «Вавилон»
Стенд **В-300А**



Иваново
(4932) 585-332
(961) 243-42-44
jc-status@mail.ru
jstatus.ru



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!

**Кирилл Лило,
Фонд развития промышленности
Калининградской области**

С февраля 2025 года Фонд развития промышленности Калининградской области стал управляющей компанией Ассоциации «Кластер янтарной промышленности Калининградской области». За это время нам удалось выстроить системную работу с участниками отрасли и ключевыми партнерами. Дополнительных барьеров на вывоз готовой продукции из региона за этот период не появилось, однако по уже действующим процедурам мы продолжим работать совместно с профильными ведомствами в направлении их возможного упрощения.

В этих условиях при личном участии губернатора Калининградской области, а также благодаря позиции руководства ГК «Ростех» и Калининградского янтарного комбината удалось обеспечить заключение двухгодичного контракта на гарантированные поставки сырья с фиксированной ценой прошлого года, а также предоставить предприятиям отрасли дополнительные условия и скидки на сырье. Это дает бизнесу более понятные и прогнозируемые условия для планирования своей деятельности.

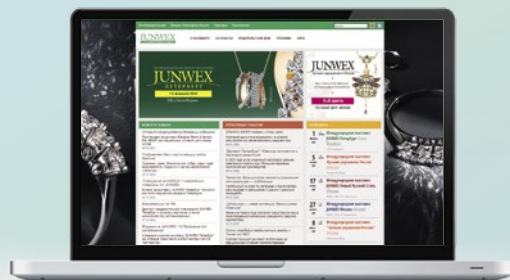
На момент передачи Кластера в управление Фонду в него входило около 45 компаний. Мы посетили большинство предприятий и увидели достаточно разный уровень развития производств. В отрасли есть современные предприятия, внедряющие новые технологии обработки янтаря, развивающие дизайн и экспортные направления. Одновременно остаются компании, работающие в более традиционном, небольшом формате. Наша задача как управляющей компании — создать условия, при которых предприятия смогут постепенно повышать уровень производства, модернизироваться и развиваться.

Сегодня выстраивается комплексная система поддержки участников кластера. По линии Центра «Мой бизнес» Калининградской области предприятия кластера могут получать приоритетные меры поддержки. Речь идет как о финансовых инструментах, включая льготное кредитование, так и о консультационной и иной нефинансовой помощи. Кроме того, для компаний доступны программы продвижения продукции и содействия в выходе на внешние рынки.

За прошедший год мы не наблюдаем закрытия компаний в отрасли. Несколько предприятий по разным причинам вышли из состава кластера, однако при этом к нам присоединились три новых участника, что говорит о сохраняющемся интересе бизнеса к развитию янтарной индустрии региона.

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.

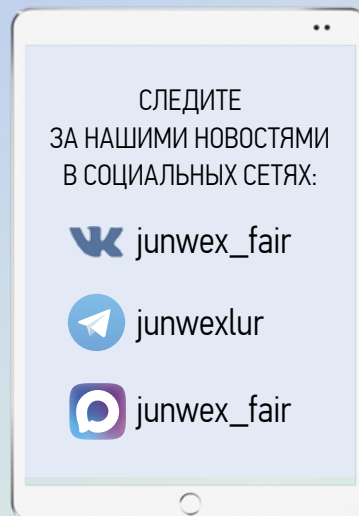
Об опытных игроках рынка и новичках индустрии.

Тенденции и прогнозы российской ювелирной торговли.

Будьте в курсе с **junwex.com!**



**Новинки ювелирной моды
Билеты на выставки JUNWEX
Анонсы мероприятий**



Искусство в диалоге с камнем



Одно из новых для деловой и культурной программы мероприятий Клуба «Российская Ювелирная Торговля», прошедшее на февральской выставке, — лекция в формате интеллектуальной игры «Герои нашего времени. Фаберже vs современные камнерезы». Художник по камню, скульптор, почетный член Российской Академии художеств Юлия Гоголь рассказала, почему современные мастера ведут диалог именно с Фаберже, где грань между цитированием и влиянием, что объединяет творцов разных эпох, кроме любви к камню.

Тема камнерезной миниатюры в последние годы все громче звучит в многоголосье ювелирного рынка России. За четверть века этот вид декоративно-прикладного искусства приобрел серьезный масштаб, создано множество работ высокого уровня, достойных

и музеев, и серьезных частных коллекций. О том, как развивается это направление в Петербурге, мы побеседовали с Юлией Гоголь.

Когда, на Ваш взгляд, началось возрождение камнерезного искусства в нашей стране?

Точкой отсчета можно считать 1989 год, когда в Ленинграде в Юсуповском дворце была проведена первая выставка «Пластика в камне», объединившая нескольких талантливых художников — резчиков по твердому камню: Александра Левенталя, Сергея Станкевича, Александра Лукьянова, Геннадия Пылина, Евгения Морозова, Владимира Илюхина. С того момента началось становление и активное развитие отечественной камнерезной школы. Неизбежно на первых этапах она следовала традициям фирмы Фаберже, но сегодня можно с уверенностью сказать, что мастера обрели собственный художественный язык и зрелый стиль, хотя им ничего не стоит виртуозно повторить знаменитые миниатюрные фигурки животных или букетики в вазах.

В 1990-е годы в сфере камнерезного искусства наблюдался мощный всплеск: яркие выставки и профессиональные конкурсы в Манеже давали стимул художникам и мастерам для творческих поисков. Появилось несколько студий и мастерских — Александра Веселовского и Антона Ананьева, Сергея Фалькина, Александра Левенталя и т.д., каждая из которых работала в своем узнаваемом стиле.

В 2024 году в Екатеринбурге состоялась выставка «Невский триумvirат», объединившая работы Антона Ананьева, Александра Веселовского и Владимира Путрина.

К сожалению, сейчас в Петербурге нет площадки, где можно на постоянной основе увидеть все многообразие нашего камнерезного искусства. В Эрмитаже в 2014 году, после того

как Максим Арцинович подарил часть своей коллекции музею, появилась экспозиция современных художников-ювелиров, но затем это собрание перевели в фонды. В 2024 году в Эрмитаже открылась выставка «Современное камнерезное искусство» уже без ювелирных работ. Недавно в DOC ART GALLERY состоялась выставка «Светопластика. Свет в кристалле», представившая произведения Александра Левенталя, Сергея Шиманского и Павла Даниловцева.

Огромную работу по популяризации камнерезного искусства проводит Нина Глушакова. Наш совместный проект направлен на объединение художников по камню и ювелиров, которые в партнерстве создают работы на заданные темы. Три выставки выдающихся современных художников по камню и художников по металлу состоялись в Сочи — в галерее Нины Глушаковой «Частная коллекция» и в Зимнем театре. Затем открылась галерея в Москве на Волхонке, где сотрудничество продолжилось. Сейчас мы запустили опенколл на выставку «Шепот ангела», организовав арт-подготовку к ней на базе студии «Инталия», которую я создала чуть больше года назад и где проводится обучение ювелирным техникам и работе с камнем.

Можно ли говорить о сформировавшейся петербургской камнерезной школе?

Я бы не назвала это школой, скорее, направлением. И в рамках лекции-игры мы как раз выясняем разницу между работами петербургских и уральских мастеров, которые сегодня являются, например, признанными лидерами в жанре блокированной скульптуры. Несмотря на разнообразие сюжетов и пластических решений, работы петербургских художников, несомненно, отличаются особой эстетикой, утонченностью, многослойной метафоричностью. Жаль, что в Петербурге нет профессионального учебного заведения, где можно было бы обучаться искусству резьбы по камню. Ко мне в студию и на выездные мастер-классы приходят как профессионалы-ювелиры, так и люди, совершенно далекие от этой сферы. И зачастую у новичков результат работы с камнем оказывается поразительным, удивляющим даже опытных мастеров.



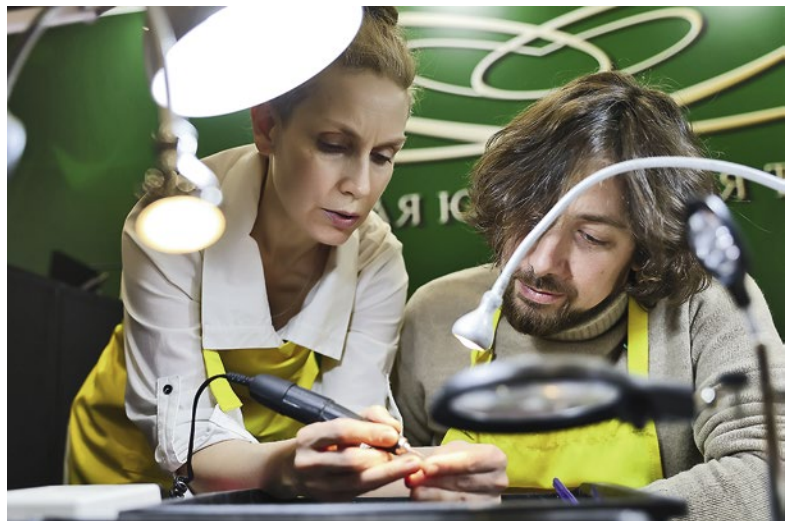
Нина Глушакова, «Частная коллекция»

С современным камнерезным искусством я познакомилась случайно, и очень счастлива, что это произошло. Коллекционеры Максим и Денис Арциновичи пригласили меня посмотреть их собрание, которое потрясло меня высочайшим уровнем исполнения работ и силой их эмоционального воздействия. Познакомившись с авторами некоторых из них — Юлией Гоголь и Ярославом Ксенофонтовым, я подумала, что хорошо было бы провести выставку этого собрания в Сочи. Так в 2021 году в «Частной коллекции» открылась экспозиция POSTFABERGE, где мы показали более двадцати произведений

пяти камнерезов и увидели колоссальный интерес широкой публики к этому виду искусства. Посетивший выставку директор Зимнего театра тоже был впечатлен и предложил нам перенести экспозицию в фойе «главной сцены» города-курорта Сочи, где ее могли видеть до семисот человек ежедневно.

Каждый год мы делаем новую выставку с определенной тематикой («Вера, Надежда, Любовь», «Сила притяжения»), благодаря чему я познакомилась с талантливыми камнерезами из самых разных регионов России. Это удивительные люди, многогранные творческие личности с собственным авторским почерком. Камнерезное искусство стало моей любовью навсегда! Моя цель — максимально популяризировать это направление и развивать в нем различные коллаборации с ювелирным делом, созданием современных украшений. Камнерезное искусство и ювелирное очень хорошо рифмуются.

В апреле состоялось открытие новой выставки — «Реинкарнация» — в московской галерее «Частная коллекция», где четырнадцать авторов, лучшие представители петербургской школы, показывают более сотни своих работ. И если прошлые наши проекты демонстрировали в основном произведения крупных форм, то здесь большое внимание уделяется особому жанру камнерезного искусства — глиптике.



Цвет как НОВАЯ ЦЕННОСТЬ

Почему ювелирный рынок переосмысливает роль драгоценных камней

Искусственный интеллект (ИИ) и нейросети стремительно проникают во все сферы нашей жизни, и ювелирный бизнес не является исключением. Выяснить, насколько глубоко эти технологии интегрированы в рабочие процессы компаний, помог опрос, проведенный на выставке «JUNWEX Москва».



Лорен Санчес и Джефф Безос

Момент мировой публичной кульминации тренда на цветные бриллианты пришелся на свадьбу Джеффа Безоса и Лорен Санчес летом 2025 года. Тогда цветные камни упоминались различными изданиями как самые заметные акценты: невеста появилась в помолвочном кольце с крупным розовым бриллиантом, Ким Кардашьян пришла в массивном колье с коричневыми, желтыми и белыми бриллиантами, Кендалл Дженнер выбрала колумбийские изумруды... Несколько ранее компания De Beers впервые за последние 10 лет представила новый продукт — Ombré Desert Diamonds, ювелирную линию, вдохновленную пейзажами пустыни, с бриллиантами от теплых белых до янтарных тонов, дабы привлечь внимание потребителей к красоте и редкости этих камней.



Ожерелье Patiala

ИСТОРИЧЕСКИЙ ПАРАДОКС

Цветные камни были атрибутами власти и статуса задолго до культа бесцветного бриллианта: рубины, изумруды, сапфиры — символы монархий. В короне Британской империи мы видим знаменитый сапфир Святого Эдуарда. Легенда французского двора — впечатляющий бриллиант French Blue, ставший основой Hope Diamond. Изумруды активно использовались в изготовлении драгоценностей при дворе Романовых, а когда был найден александрит, то его уникальная способность менять цвет в зависимости от характера света обеспечила ему прочное место в списке исключительных самоцветов. Индийское ожерелье Patiala с крупными цветными камнями и бриллиантами было создано Cartier по заказу махараджи Патиалы: европейские ювелирные дома помогли миру перевести восточную любовь к цвету на язык западного люкса. Поскольку первоначальное ожерелье было утрачено, в 1990-х годах ювелиры Cartier реконструировали его по архивным документам, с точностью воссоздав палитру легендарного украшения.

Бесцветный бриллиант занял центральное место в сфере драгоценностей значительно позже, когда ювелирное искусство перестало ориентироваться только на монархию. Технологический прогресс

RUSGEMS



Ждем Вас на выставке
«JUNWEX

Новый Русский Стиль»
«Тимирязев Центр»

Стенд А-409

rusgems-shop.ru

Van Cleef & Arpels.
Украшения из коллекции
Les Jardins



и появление новых методов огранки в XVIII–XIX веках заставили бриллиант сиять, искриться, демонстрировать огненный блеск: именно бесцветный камень лучше всего показывает игру света, так родилось его эстетическое преимущество перед самоцветами.

В конце XIX столетия произошло открытие масштабных алмазных месторождений в Южной Африке: колониальная экономика обусловила резкий рост предложения, назрела проблема потери эксклюзивности камня — потребовалось создать единственно верный сценарий. Это



сделала фирма De Beers, монополизировав рынок сырья и стандартизовав цвет, чистоту и огранку — выведя бесцветный бриллиант на высший уровень и упрочив идею о том, что все остальное — компромисс. Эта же компания позднее провела масштабнейшую рекламную кампанию, привязав кольцо с бриллиантом к идее единственно допустимого помолвочного украшения, связав понятия размера и чистоты камня с чувством любви. Институт брака был использован как инструмент сакрализации бриллианта в массовом сознании.

КУЛЬТУРНЫЙ СДВИГ

Понемногу у потребителей накапливалась визуальная усталость от одинаковых колец. Первые эксперименты на ювелирном рынке по возвращению к истокам — цветным камням — произошли в 2008–2012 годах. Люкс начал переосмысливать ценность: для покупателей стала важна индивидуализация изделий, а не просто их номинальная стоимость. Это период, когда главные дома роскоши укрепляли практику использования цветных камней не только для отдельных акцентов, но как основу высокого ювелирного дизайна, работая с историческими архивами, тематическими коллекциями и художественными историями.

В 2008 году бренд Van Cleef & Arpels выпустил коллекцию Les Jardins — серию ювелирных работ, вдохновленную природой, с большим количеством изумрудов, сиреневыми и розовыми сапфирами, черным опалом, белым жемчугом, желтыми, розовыми и белыми бриллиантами. Цветные камни использовались не как акцент, а как главные выразительные элементы дизайна.

Бренд Tiffany&Co усилил присутствие цветных камней на рынке, включив в свои ежегодные коллекции Blue Book крупные турмалины, сапфиры, рубины, изумруды и исторически знаменитый Tiffany



Tiffany&Co.
Украшения
из коллекции
Blue Book





Hemmerle



В 2014 году фирма Cartier выпустила коллекцию Magicien с опалами, турмалинами, сапфирами нестандартных оттенков и цветными бриллиантами, построив ее не вокруг камня как инвестиции, а вокруг магии его цвета и формы, продавая уже не некий идеальный камень, а эмоциональный образ.

Фирма Boucheron в 2014–2016 годах реабилитировала несколько забытые камни, сделав ставку на шпинель, кварцы, опалы, цветные сапфиры необычных тонов в коллекции Carte Blanche. Бренд открыто заявил о красоте неочевидных с точки зрения ювелирной популярности минералов, разрушая иерархию «драгоценный–недрагоценный».



Cartier.
Колье из коллекции Magicien



Boucheron.
Кольца из коллекции Carte Blanche



Diamond — фантазийно-желтый. Надо сказать, фирма исторически всегда сохраняла ставку не только на бриллианты, но и на экстраординарные цветные камни в рамках Blue Book, подчеркивая выразительность цвета как художественный код роскоши.

Бренд Hemmerle продемонстрировал признаки смелого обращения с цветом и материалами в 2009–2012 годах, активно используя редкие сапфиры, зеленые бриллианты, конховый жемчуг, а также медь, сталь, деревянные вставки и создавая уникальные художественные изделия.

К середине 2010-х годов обручальное кольцо с бесцветным бриллиантом уже воспринималось слишком предсказуемым, и в нише high jewelry появился риск использования вариации одной и той же формулы. Люксовые клиенты стали искать не «размер и чистоту», а уникальность и историю. Именно рынок high jewelry первым реагирует на такие сигналы: он всегда тестирует будущие тренды.

Компания Dior окончательно ушла от идеи бриллианта в главной роли в коллекции Rose Dior Pré Catelan (2015), используя сапфиры, шпинели, турмалины, цветные эмали и работая с украшением как с арт-объектом.



Dior.
Украшения из коллекции Rose Dior Pré Catelan





Maxim Demidov

КРИЗИС И ПОИСКИ ВЫХОДА

А в 2018–2020 годах у бриллианта случился «кризис идентичности» — на рынок посыпались лабораторно выращенные камни, которые снизили степень уникальности и «магическую» ценность бесцветного камня. Однако к этому времени подросла молодая потребительская аудитория, которая меньше верила в «вечные правила» и больше искала самовыражение. Бренды почувствовали угрозу и начали «переупаковывать» бриллиант в поисках новой точки исключительности — через редкость, историю, цвет.



Gevorkyan



DELTA



Цветные бриллианты стали своеобразным спасательным кругом: это все еще бриллианты, но с индивидуальными чертами и подачей. По сути, лабораторные камни не уничтожили рынок, а заставили его сегментировать. High jewelry начал ориентироваться на редкие природные камни, элитой среди которых стали цветные бриллианты. Именно поэтому корпорация De Beers после 2018 года четко отделила natural fancy color diamonds от бесцветных и лабораторных камней, начав говорить о них как о самостоятельном сегменте высокой ценности.

Рост соцсетей и визуальной культуры потребовал выразительности в кадре, а цветные камни лучше «читаются» и отличаются друг от друга. De Beers здесь даже не первооткрыватель, а «дирижер»: корпорация не создавала тренды, она их институционализировала. Фирма до сих пор системно продвигает желтые, розовые, голубые бриллианты, делает акцент на их натуральном происхождении, эмоциональном сторителлинге и уникальности.

На следующем этапе на сцену выходят непопулярные раньше шпинель и турмалин. Это свидетельство не падения стандартов роскоши, а некой потребительской «усталости» от иерархий, желания рассказывать свою историю, интерес к люксу без стереотипов.

Шпинель долго была недооценена покупателями ювелирных изделий, но сейчас хорошо вписывается в нарратив демонстрации клиентской информированности — это очень привлекательно.

РОССИЙСКИЕ РЕАЛИИ

Российский рынок следует глобальным трендам. В России цветные камни любили всегда, но долгое время они были не модой, а нормой ювелирного дела. Тренд начинается тогда, когда цвет осознается, выделяется и концептуализируется. И именно это начинает происходить на JUNWEX в последние годы.

В нашей стране исторически сложились сильная школа минералогии, традиции использования уральских самоцветов, поэтому визуально цвет в ювелирном искусстве никогда не исчезал, но до недавнего времени цветные камни не выносились в отдельный концепт. До 2018–2020 годов на отраслевом потребительском рынке доминировали бриллианты. В 2023–2025 годах произошел сдвиг — на

выставках JUNWEX стало заметно больше украшений с крупными одиночными цветными камнями, больше самоцветов нестандартных оттенков: отечественные бренды заговорили про колористику, редкость и эмоции.

Самый заметный рост продаж на российском рынке показали цветные сапфиры, но не «королевский стандарт», а камни более сложных оттенков — teal, petrol, greyish blue, а также желтых, розовых и зеленых тонов. Шпинель — насыщенно-красная, розово-малиновая, серо-стальная, фиолетовая — долгое время была редкостью, но теперь часто встречается и в соцсетях, и в витринах ювелирных салонов. Заметен большой интерес к турмалинам — зеленым, розовым, Параиба, двух- и трехцветным. Изменилась подача изумрудов в изделиях — больше одиночных вставок, подчеркнутых включений в них и «живой» фактуры; теперь это подчеркивает историю камня и натуральность его происхождения.

Рынок перестал бояться неочевидных камней: ювелиры начали использовать более редкие разновидности граната со сложными оттенками и нетипичными огранками. Топазы и кварцы проявились в новом качестве — крупные прозрачные камни сложных оттенков используются как архитектурные элементы и дизайнерский жест. Минералогические и редкие камни пока остаются нишевыми, но становятся заметными — это еще не массовый тренд, а маркер дизайнерской амбиции.

ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА

Ключевое здесь — даже не мода, а смена логики: цветные камни — не краткосрочная тенденция, а симптом более глубокой перестройки рынка, перехода от универсального идеала к индивидуальному выбору. Покупатели вольны сами формулировать, почему они выбирают те или иные камни. Спрос на цветные минералы растет быстрее, чем предложение, что показывает и рост цен на сапфиры нестандартных оттенков, шпинели, редкие турмалины, изумруды с красивой фактурой. Камень теперь диктует дизайн, это меняет закупки, коммуникацию, витрину — появляется спрос на объяснение: почему именно этот цвет, чем он отличается, каков его генезис. «Молчаливые» украшения будут проигрывать.



Классика

У России в данной ситуации сильная позиция: богатая традиция использования цветных камней, доступ к собственному сырью, культура работы с минералами. Но требуется проработка старых привычек — отсутствия фокуса и стремления показать все сразу. В новой логике лучше меньше, но осмысленнее. Очень хорошо рынком считается честный разговор о камне и уважение к материалу.

Для российских производителей это не столько вызов, сколько возможность, позволяющая не догонять глобальные тренды, а формировать собственный язык и позицию.

Валентина Коновалова



Арина



Ауджа



Багирян

Китай: горизонты бизнеса



С организаторами Hong Kong International Jewellery Show медиахолдинг JUNWEX давно поддерживает тесные партнерские связи. Официальные делегации Клуба «Российская Ювелирная Торговля» регулярно принимают участие в этих выставках, традиционно посещая Convention and Exhibition Centre. В этом году на мероприятии, организованном Советом по развитию торговли Гонконга, присутствовали около 4000 компаний из более чем 40 стран и свыше 50 000 профессиональных закупщиков и экспертов.

Однако в рамках нынешней поездки делегация не только работала на выставке, но и смогла посетить 12 крупных ювелирных заводов, специализирующихся на производстве золотых и серебряных украшений, а также бижутерии. График мероприятий, экскурсий, встреч и переговоров был крайне насыщенный: китайские предприятия заинтересованы в российском рынке и сотрудничестве с JUNWEX.



Александр Лушников, POKROVSKY

В современном мире, где глобализация стирает границы, личное присутствие на ключевых отраслевых площадках становится залогом успешного развития бизнеса. Главной целью нашего визита в Китай стало не только знакомство с азиатским рынком, но и поиск новых точек взаимодействия, обмен опытом и укрепление международного сотрудничества. С первого дня поездки мы отметили безупречный уровень ее организации. Каждый день был четко распланирован, что позволило сделать программу максимально информативной и насыщенной. Благодаря продуманной логистике делегация успела охватить три ключевых направления: посещение крупнейшей профильной выставки, встречи с торговыми компаниями и экскурсии на производственные площадки. Особую ценность поездке придала атмосфера открытости и сотрудничества внутри самой группы. Члены делегации активно обменивались профессиональным опытом, делились успешными кейсами, налаживали горизонтальные связи и находили точки соприкосновения для будущих совместных проектов. Такой синергетический эффект позволил рассматривать рынок не разрозненно, а комплексно — от этапа производства до конечной реализации продукции.

Посещение международной выставки в Гонконге обеспечило участникам полноценное знакомство с широким спектром китайского ювелирного рынка — от упаковки и расходных материалов до вставок, готовых изделий и высокотехнологичного оборудования. Следующим этапом стало изучение отраслевых центров Шэньчжэня — города, где сосредоточены крупнейшие торговые компании. Здесь для российской делегации были организованы адресные встречи, направленные на налаживание сотрудничества в области дизайна и поставок готовой продукции. Шэньчжэнь подтвердил свой статус «ювелирной столицы» Китая, предложив гостям широчайший ассортимент изделий и высокий уровень сервиса в работе с иностранными партнерами. Кульминацией деловой программы стали экскурсии на производственные площадки Гуанчжоу. Мы получили уникальную возможность познакомиться с реальными технологиями производства, увидеть изнутри все процессы, оценить оснащение участков и уровень автоматизации. Этот этап оказался особенно полезным для технических специалистов и производственников, позволив им перенять опыт организации труда и внедрения инноваций.

Поездка оставила у всех участников исключительно положительные эмоции и дала ощутимые практические результаты. По итогам визита у нас значительно расширилась потенциальная база поставщиков расходных материалов, технологий и оборудования. Удалось существенно приумножить пул деловых контактов, наладив прямые связи с первыми лицами компаний и ключевыми специалистами.



Отдельно хотелось бы отметить важную роль, которую играет государственная поддержка в развитии китайского ювелирного рынка. В ходе встреч представители местных компаний и профессиональных ассоциаций неоднократно подчеркивали, что правительство Китая разрабатывает и успешно реализует различные программы содействия отрасли. Среди эффективных мер — льготное кредитование, рассрочки на приобретение оборудования, а также гибкая налоговая политика на старте и в процессе работы. Этот системный подход создает благоприятную среду для бизнеса и делает китайский рынок одним из самых привлекательных для международного сотрудничества.



Ирина Саркисян, Poison Drop

Планируя эту поездку, я фокусировалась на поиске новых технологий, материалов и т.п. Но Китай приятно удивил прогрессивным взглядом не только на процесс производства, но и на дизайн изделий. Футуристичные объемные формы, оригинальное прочтение уже, казалось бы, избитых тем (цветы, анималистика, мистические символы и т.д.), вариативность покрытий изделий — все это было представлено в широчайшем диапазоне. На азиатском рынке ощутимо влияние глобальных экономических трендов. Если ранее при общении с производствами ювелирной бижутерии их представители обозначали MOQ (Minimum order quantity — минимальный объем заказа) в среднем сто штук на модель, то сейчас подавляющее большинство фабрик готовы проявлять гибкость и предлагать пятьдесят штук на модель, а некоторые и по двадцать–тридцать единиц. Очевидно, что непростой контекст времени вынуждает адаптироваться игроков рынка к новым объемам, продиктованным снижающейся потребительской способностью.

Бижутерия в целом сейчас набирает все большие обороты продаж. Цены на драгметаллы поднимают планку на ювелирные изделия до непостижимого уровня, в связи с чем производители украшений начинают смотреть в сторону латуни, меди, нержавеющей стали и различных бижутерных сплавов. Китай в целом, независимо от сферы экономики, отличается невероятной чуткостью к актуальным тенденциям и высоким уровнем адаптивности к возникающим изменениям. Именно это, на мой взгляд, и делает его таким привлекательным для партнеров из различных направлений бизнеса.



Алексей Паников, «Гальванопластика»

Это было мое первое участие в делегациях Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и первое посещение Китая. Решение о поездке туда созрело давно. Я занимаюсь запуском нового проекта, который предложит рынку инновационные и беспрецедентные услуги для ювелирной отрасли в плане гальванических покрытий, значительно снижающих себестоимость продукции. К сожалению, в России мне не удалось найти необходимые сырье и технологии. Когда в рамках февральской выставки JUNWEX я узнал о предстоящей поездке, то сразу присоединился к делегации. Программа тура была уже сформирована, но я отправил в Секретариат Клуба свой непростой запрос, и организаторы включили в нее встречи по интересующей меня теме. Прекрасно понимаю, что в индивидуальной поездке я и 10% от полученной мной в итоге информации, не говоря уже об образцах сырья, не смог бы добыть. Следует отметить отличную организацию и управление логистикой группы, что было непросто из-за разных интересов и статусов участников. С нетерпением жду будущих поездок с Клубом и встреч с новыми и интересными людьми. Бизнес-туризм — это быстрый и оптимальный способ получить необходимые знания и мировой опыт.





Станислав Мазурчик, ЮЗ GRANT

С огромной благодарностью организаторам хочу отметить эффективность работы бизнес-делегации в Китае. Каждый из участников поездки — специалист со своими интересами и задачами. Это дало возможность не заикливаться на своих проблемах, а узнать, чем живут другие предприятия, пообщаться с теми, с кем раньше не пересекались по роду деятельности. Оказалось, что у нас есть много общих интересных моментов, которые полезно было обсудить и изучить. Например, сам бы я никогда не пошел на предприятие по выпуску бижутерии. Но, расширив кругозор и посмотрев, как работают коллеги в этом сегменте, я нашел какие-то новые подходы в дизайне, технологиях гальваники, электроформинга и т.д. для развития и своего производства изделий с бриллиантами. В группе собрались единомышленники — опытные, образованные, состоятельные бизнесмены, заинтересованные в росте своих предприятий. И то, что не заметил один, подмечал другой. Таким образом, коллективный разум помогал разобраться в тонкостях и хитростях любых, даже ранее неизвестных нам процессов.

Что касается конкуренции с Китаем, то могу сказать одно: я просто зашел в магазин, не торгуясь и не зная языка, и купил в пять раз дешевле необходимые мне расходные материалы, которые месяцами бы ждал из-за рубежа. Государственная власть в Китае заинтересована в поддержке производств: им компенсируют налоги, дают рассрочки, дотации по оплатам дорогостоящего оборудования. По сложившимся с 1990-х годов стереотипам мы относимся к китайцам как к производителям массовой низкокачественной продукции, а это давно не так! Они выпускают качественные и высокотехнологичные массовые изделия. Технологии, которые используются в большинстве маленьких компаний, у нас порой отсутствуют даже у больших заводов. Самая маленькая фирма, которую мы посетили в Китае, выдает 50 кг готовой продукции в месяц. Это превосходит объемы самого крупного предприятия, например, у нас на Северо-Западе.



Золотая клетка

Когда выгодно растить штат, а когда — звать аутсорсеров?

Стихия производителей ювелирных изделий — металл, камни и дизайн. Но реальность зачастую вынуждает их содержать целый штат непрофильных специалистов: от бухгалтеров, специализирующихся на ВЭД, до переводчиков. Когда это оправданно, а когда работает во вред? Эксперты MOVERS GROUP — одного из ведущих игроков на рынке комплексных услуг по ВЭД для ювелирного бизнеса — предлагают взглянуть на цифры и логику процессов без прикрас.



Дмитрий Чудовский и Евгений Сталь

КОГО ВЫ КОРМИТЕ НА САМОМ ДЕЛЕ?

«Представьте, что вы решили организовать в Китае производственный цикл “под ключ” самостоятельно, — говорит Евгений Сталь. — Вам нужен не просто переводчик, а профессионал, который понимает разницу между литьем и штамповкой, проведет аудит выбранной вами фабрики и не сядет в лужу с качеством ее работы. Такой эксперт сегодня стоит от 200 000 до 250 000 рублей в месяц. Плюс командировки, переводчики на месте, риск, что этот же специалист через полгода уйдет к конкуренту, унеся базу проверенных поставщиков. Далее — юрист. Но не простой, а узкий специалист по ВЭД с Китаем. Это штучный товар. Хороший контракт, который защитит вас в арбитраже и пройдет проверку Центробанка, стоит от 150 000 рублей за документ, а содержать такого юриста в штате — около 180 000 ежемесячно. Шаблонные договоры из Интернета в этом случае — путь к потере груза или денег».

Добавьте к этому списку бухгалтера (от 140 000 руб./мес.), менеджера по закупкам (от 150 000 руб.), специалиста по таможенному

декларированию (от 120 000 руб.), менеджера по персоналу, который будет всех этих людей искать (от 120 000 руб.). Отдельная история — участок предпродажной подготовки: чистка, взвешивание, внесение в ГИИС ДМДК, присвоение УИН, пломбирование, биркование. Чтобы организовать только этот участок, нужен отдел с фондом оплаты труда от 400 000 руб. в месяц, плюс оборудование и софт, которые потянут еще на миллион с лишним в год.

Если суммировать минимальные годовые затраты на содержание всей инфраструктуры, получается внушительная сумма — около 20 млн руб. Это деньги, которые компания тратит еще до того, как первая партия товара отправится на склад. И это ваша «золотая клетка» — фиксированные издержки, которые не зависят от того, удачным ли с точки зрения продаж получился сезон.

ГДЕ ТОЧКА НЕВОЗВРАТА?

Альтернативный путь — передача всех перечисленных функций единому оператору, работающему по модели 4PL (Fourth-Party Logistics). Это не просто логистическая компания, а «одно окно», которое берет на себя всю цепочку действий: от поиска фабрики в Китае и юридического оформления сделки до биркования товара и доставки его в магазин.

«В этой модели оплата превращается из фиксированной в переменную. Вы платите не за штат единиц, а за результат — агентскую комиссию, например, 10% от стоимости инвойса (закупаемой партии). Это переводит ваши капитальные затраты (CAPEX) в операционные (ОРЕХ). Проще говоря, вы не платите, если не закупаете», — поясняет Дмитрий Чудовский.

Возникает резонный вопрос: где та точка безубыточности, после которой выгоднее обзавестись своим отделом? Давайте посчитаем. Приравняем годовые издержки на собственный отдел (20 млн руб. — ФОТ и сервисы в год) к комиссии аутсорсера (10% от стоимости инвойса):

$$20\,000\,000 \text{ руб.} = x \times 0,1x = 200\,000\,000 \text{ руб.}$$

В формуле не учитываются налоги ФОТ, затраты на содержание офиса, телефонию, командировочные и прочие расходы, связанные с наймом персонала.

Сухие цифры говорят следующее: если ваш годовой объем закупок товара меньше 200 млн руб., содержание собственного штата специалистов по ВЭД и логистике просто убивает вашу маржинальность. Аутсорсинг в этом случае не просто удобство, а вопрос выживания. Если же вы закупаете существенно больше этой суммы, у вас появляется подушка безопасности, чтобы задуматься о строительстве собственной империи.

ЭФФЕКТ КООПЕРАЦИИ

Почему даже при объемах, близких к 200 млн руб., многие продолжают работать с комплексным оператором? Дело в компетенциях. Опытные игроки рынка часто оставляют за аутсорсерами функции «разведки» и работы на сложных направлениях, где выгоднее использовать чужой масштаб, чем тянуть все на своих плечах.

«Также есть и ощутимые преимущества. Например, авиаотправка мелкой партии в 5 кг из Китая для частника может стоить 300–500 долларов из-за минимальных тарифов перевозчиков. 4PL-оператор консолидирует грузы от разных клиентов в один контейнер или бортовую партию, и стоимость доставки вашего килограмма падает до 8–12 долларов. Вы получаете доступ к тарифам гиганта, оставаясь малым или средним бизнесом», — отмечает Евгений Сталь.

«Самые важные пункты — это репутация и время, — добавляет Дмитрий Чудовский. — Сотрудничество с сотнями проверенных фабрик, отлаженная процедура утверждения образцов (до запуска массовой партии), грамотные контракты, защищающие от брака, — все это снижает риски финансовых потерь и задержек».

Когда ювелирная компания только растет или работает в нише ограниченных тиражей, содержать внутренний штат специалистов — роскошь. Каждый рубль, вложенный в зарплату юриста или логиста, который не привязан к объему продаж, — это рубль, не вложенный в новый станок или уникальный камень. И наоборот, есть смысл создавать свой отдел тогда, когда ваш масштаб позволяет диктовать условия фабрикам и содержать штат внутренних экспертов.

Ольга Зайцева

www.movers-group.com

«Сухие цифры говорят следующее: если ваш годовой объем закупок товара меньше 200 млн руб., содержание собственного штата специалистов по ВЭД и логистике просто убивает вашу маржинальность.»



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.

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).

ПРАВИЛА АККРЕДИТАЦИИ:

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

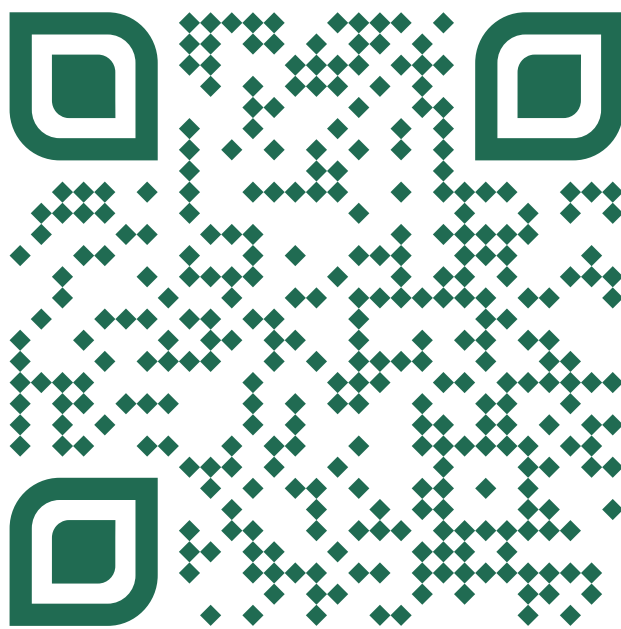


МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX

ИЮНЬ • МОСКВА

ДЕКАБРЬ • МОСКВА



СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

www.junwex.com

На правах рекламы



TALANL

DIAMONDS

Страна В-401
talantgold.ru