ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

№1(97)
2022

ЖУРНАЛ КЛУБА «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

JUNWEX MAGAZINE 16+

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

ИМПЕРИАЛ

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

XXI МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

18–22 мая 2022

ВДНХ, павильоны 55, 57

XIX МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА-ЯРМАРКА

JUNWEX

МОСКВА

28 сентября – 2 октября 2022

Москва, ВДНХ

WWW.JUNWEX.COM

На правах рекламы

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

СТАТУС

Мужские изделия из золота и серебра

Павильон G
Стенд G-400

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

На правах рекламы

16+

Реклама на обложке:
«ИМПЕРИАЛ»
КОСТРОМА,
УЛ. ЗЕЛЕНАЯ, 5А
+7 (4942) 398 800
WWW.UDKOS.RU

УЧРЕДИТЕЛЬ
Российское информационно-аналитическое агентство «РосЮвелирЭксперт» 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 РИА «РосЮвелирЭксперт»

А. С. Горыня
председатель Союза ювелиров СЗФО

Г. Н. Ковалева
председатель жюри конкурсов Программы «Ювелирная Россия»

Д. Перкосси Папи
ювелир-дизайнер, Италия

Т. В. Носкова
директор журнала «Ювелирная Россия»

С. К. Ведовский
президент Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

Э. Ю. Уткин
генеральный директор Ассоциации «Гильдия ювелиров России»

Руководители региональных представительств, вице-президенты Клуба «Российская Ювелирная Торговля»:
В. В. Батрашина (Хабаровск), Дальневосточный ФО
В. И. Бурда (Красноярск), Сибирский ФО
О. А. Доценко (Феодосия), Южный ФО
С. А. Жердев (Санкт-Петербург), Северо-Западный ФО
А. К. Королев (Кисловодск), Северо-Кавказский ФО
Н. К. Лысько (Екатеринбург), Уральский ФО
П. Н. Осокин (Красное-на-Волге), Центральный ФО
С. Е. Рыбаков (Тверь), Центральный ФО
И. Н. Савин (Нижний Новгород), Приволжский ФО
И. В. Смирнова (Иваново), Центральный ФО
Н. Г. Ткаченко (Владивосток), Дальневосточный ФО
Е. К. Шевелев (Хабаровск), Дальневосточный ФО
А. М. Юдин (Ейск), Южный ФО
А. Г. Яровов (Ростов-на-Дону) Южный ФО

РЕДАКЦИЯ
В. В. Будный – издатель
Т. В. Носкова – директор журнала «Ювелирная Россия»
И. С. Федорова – литературный редактор
А. Н. Добров – арт-директор
Е. И. Окочутина – технический редактор
И. Б. Каджая – редактор международного департамента
Л. М. Лебедева – корректор
А. В. Андронова – отдел распространения

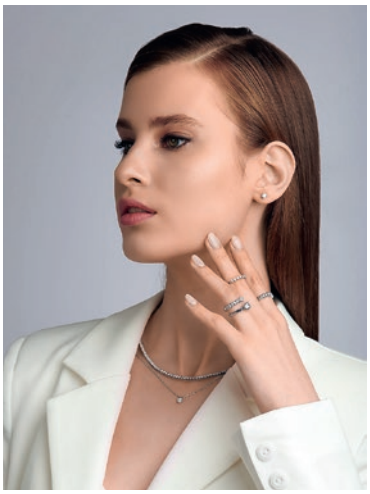
АДРЕС РЕДАКЦИИ
197110, Санкт-Петербург, Лодейнопольская ул., д. 5, лит. А
Тел.: (812) 303-98-60, 320-80-99
E-mail: **noskova@junwex.com**
КОНТАКТНОЕ ЛИЦО Татьяна Вячеславовна Носкова
www.junwex.com

ОТПЕЧАТАНО В ТИПОГРАФИИ «COLORIT РОССИЯ»
191123, Санкт-Петербург, Б. Пушкарская ул., д. 10
Тел. (812) 380-03-99
Общий тираж 14000 экз.
Номер подписан в печать 17 января 2022
Дата получения тиража из типографии 25 января 2022

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», 2022 © Авторы публикаций, 2022
Перепечатка публикаций допускается с согласия журнала.
Ссылка на журнал «Ювелирная Россия» обязательна.
Журнал «Ювелирная Россия». Свидетельство о регистрации ПИ № ФС2 – 8476 Управления Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Северо-Западному федеральному округу

Содержание

6



10

ОТ ИЗДАТЕЛЯ
Новый год, налоговые режимы, ГИИС ДМДК и компромиссы 4

СЕКРЕТЫ УСПЕХА
«Империал» — никаких полутонов 6
Новая коллекция украшений с выращенными бриллиантами от «ЛУКАС» 10
Carlin jewellery — искусство быть собой 12
TALANT к развитию 14

ВЫСТАВКА
JUNWEX Москва 16

КРУГЛЫЙ СТОЛ
На выставку — без сомнений 18

ДИЗАЙН
Лучшие украшения в России 25

РОСЮВЕЛИРЭКСПЕРТ
Инвестиции в роскошь во время пандемии 44
Со ссылкой на Росстат 48
ГИИС ДМДК: вопросы и ответы 50

25

70

50

58

72

76

КЛУБ «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

О любимых партнерах 56

ТЕХНОЛОГИИ

Белые блестящие... войны 58

МАРКЕТИНГ

«ФИТ»: на пути к новым победам 60

Продавать с KLONDIKE очень легко 63

Увеличение прибыли за счет работы с базой лояльных клиентов 64

Как понять покупателя и направить его к совершению покупки? 70

КАМЕННАЯ АЗБУКА

Драгоценные камни как объект инвестирования и коллекционирования 72

ЮВЕЛИРНЫЙ ТУРИЗМ

В Киргизии все есть 76

Новый год, налоговые режимы, ГИИС ДМДК и компромиссы

Вот и еще один год прошел — с санкциями, ковидом, вражьими силами вокруг страны и нашей неиссякаемой верой в будущее. Наш национальный оптимизм со всей определенностью выражен народной пословицей «За одного битого двух небитых дают!» Здравствуй, 2022-й!

И нам, неоднократно битым-перебитым, в наступающем году не впервые выбирать между худшим и еще более худшим в условиях невнятности экономической политики. Это худшее выражается в народном сленге более точным термином… Но лучше, как ни сквернословь, не становится. В век стремительного роста технологий государство Россия Божьей милостью все еще живет за счет богатых природных ресурсов, а народ в стране, вопреки какому-то бесовскому проклятию, — за счет природного терпения. Для ювелиров новшества современных технологий вылились на рынок сыростью программы ГИИС ДМДК и угрозой отмены льгот для умирающего малого бизнеса. Неготовность рынка к нововведениям оправдывается регулятором серостью самих ювелиров, не соответствующих требованиям организаторов системы. Послать их руководить другими, более просвещенными, невозможно, ведь исторически подтверждено, что «народ достоин своих руководителей!». А уйти самим некуда: как говорится, «где родился, там и пригодился». Вот и получается, что чиновники зарабатывают ***здесь***, их деньги — ***там***, а Отечество со всеми своими проблемами — ***между***.

Наверное, во всей этой сумятице между властью и бизнесом — малым и крупным — нужен компромисс. В нем и заключается оптимизм и возможность дальше жить мирно! Ничего нового! Умение выживать где-то между …, полной и полу …, большим и меньшим злом. Это как двойные стандарты во взаимоотношениях с НАТО. А нам — пофиг! Мы сами расширяем эти принципы и на внутреннюю жизнь.

Может, компромисс заключается в отложении решения по отмене льготных налоговых режимов, в перенесении сроков внедрения ГИИС ДМДК на другое время, как чиновники поступили с требованием президента запретить им право на двойное гражданство? Они отложили этот запрет на 2023 год… Пока.

Правильно было бы и реальные проблемы отрасли в сегодняшних, фактически предвоенных условиях, перенести на более понятные времена. Эти проблемы гораздо серьезнее, чем страх отказаться от вражеского гражданства.

Пожелаем чиновникам мудрости и осторожности в самосохранении, а еще лучше патриотизма. А всем нам — сил и оптимизма в новом 2022 году!

Валерий Будный,
руководитель Программы «Ювелирная Россия»

JUNWEX

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

ПРОГРАММА ВЫСТАВОК
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022
Санкт-Петербург, КВЦ «ЭкспоФорум»

JUNWEX *Premium*

9–13 февраля 2022
Москва, Гостиный Двор

JUNWEX
НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

18–22 мая 2022
Москва, ВДНХ

JUNWEX
МОСКВА

28 сентября – 2 октября 2022
Москва, ВДНХ

На правах рекламы

НИКАКИХ ПОЛУТОНОВ

Как создаются украшения-чемпионы?

За последние два года компания «Империал» трижды получала высшие награды в престижных конкурсах ювелирного мастерства. Колье и серьги «Искушение» взяли Гран-при на конкурсе «Признание Петербурга», а кольцо «Калейдоскоп» и гарнитур «Эволюция» стали первыми в своих номинациях на конкурсе «Лучшие украшения в России». Что это, как не доказательство: победы «Империала» не случайность, не везение, а подтверждение высокого профессионализма.
Как получаются эксклюзивные украшения, которые покоряют сердца жюри? Об этом мы поговорили с Алексеем Густовым, генеральным директором завода «Империал».

Алексей, есть ли какой-то рецепт успеха?
Я думаю, это совокупность нескольких факторов. Без ложной скромности скажу, что у «Империала» сильное дизайнерское бюро, специальный отдел которого занимается только эксклюзивами и индивидуальными заказами. Наши художники знают, что их возможности практически безграничны — если они что-то придумают, наше производство с этим справится. А геммологи подберут именно «те» камни — того цвета, чистоты, размера, какие они нарисовали в своем воображении и эскизах. Если подходящих драгоценных камней нет нигде в нашей стране, специалисты компании отправляются за ними в любую точку света. Не скажу, что это просто, но ради идеального результата мы готовы на все!

Насколько победа зависит от материалов?
Сильный дизайн, при всем уважении к нашим художникам, — лишь половина успеха. Другая половина — исключительное качество сырья и производства. В «Империале» большой отдел геммологов, и это наша гордость! Мы долго и тщательно подбирали специалистов и уверены в каждом на сто процентов. А значит, уверены в каждом драгоценном камне в наших украшениях. Мы работаем только с сертифицированными бриллиантами, сапфирами, рубинами и изумрудами, но все равно проводим каждый из драгоценных минералов через собственную экспертизу. При необходимости подключаем и наших московских коллег или отправляем партии камней в лабораторию МГУ. У ювелирной компании «Империал» очень высокие стандарты качества. И каждый камень должен им соответствовать.

Как «Империалу» удается поддерживать качество украшений в такие непростые для всех времена?
Кризис, пандемия, апокалипсис — пожалуй, ничто не способно заставить нас экономить на качестве. Мы ищем возможности, совершенствуем технологические процессы, экспериментируем, но наш закон — ни на йоту не снижать качество украшений. Например, если мы делаем обручальные кольца, то они полновесные, потому что мы знаем — это реликвия, на всю жизнь. А если мы говорим о качестве эксклюзивных украшений, то убеждены: его должно хватить не на одну жизнь, ведь это вещи уникальные, которые достойны стать фамильным раритетом!

Теперь представьте, если у нас есть такие высокие внутренние стандарты качества и возможности их соблюдать, неужели мы не будем применять их к каждому украшению нашего завода? Возьмите любое базовое изделие «Империала» — оно будет достойным преемником наших традиций. Наши партнеры знают, что мы отдаем партию украшений только тогда, когда полностью уверены в их качестве. Мы хотим спать спокойно, и совесть нас точно не замучает!

Да, мы перфекционисты, идеалисты, мечтатели. Мы — ювелиры, и это дело всей нашей жизни! Наверное, в этом и есть главный секрет. Надеемся и дальше удивлять и радовать наших партнеров и коллег!

Скажите, когда мы сможем воочию увидеть новые творения «Империала»?

Уже на ближайшей выставке в феврале мы представим новую золотую коллекцию с белыми и черными бриллиантами, а также другие трендовые, базовые украшения. Гости выставки смогут также увидеть работы нашего эксклюзивного направления, которыми мы по-настоящему гордимся. Что именно покажем — пока сюрприз, но вот вам маленький намек: «змеиная» тема, так полюбившаяся нашим коллегам и партнерам — да что скрывать, и нам самим, — получит свое продолжение.

Будем рады видеть постоянных и новых клиентов. Для них мы, как всегда, подготовили выгодные предложения и гибкие условия сотрудничества. Отдельно хочу отметить, что мы разработали комплекс мер, упрощающих регистрацию изделий завода «Империал» (в том числе остатков) в ГИИС ДМДК согласно новым требованиям. Партнеры могут всецело рассчитывать на нашу помощь и поддержку в этом вопросе.

ИМПЕРИАЛ

Увидимся на выставке «JUNWEX Петербург»
1–4 февраля. Экспофорум. Стенд Н-200

imperial44.ru
imperial_jewelry44

На правах рекламы

BS

Brilliant
Style
Jewelry

ЗАЧЕМ ИСКАТЬ,
ЕСЛИ ВЫБОР ОЧЕВИДЕН?

156009, г. Кострома,
ул. Юбилейная, 10Б
opt@bsgold.ru
style.brilliant
bsgold.ru

На правах рекламы

Новая коллекция украшений

с выращенными бриллиантами от «ЛУКАС»

В июле 2021 г. компания «ЛУКАС» представила новую коллекцию украшений с выращенными бриллиантами, которая призвана изменить стереотипы о ювелирной моде и заставить задуматься об этичности алмазного бизнеса. Какие перспективы открывает это для клиентов, рассказывает CEO компании «ЛУКАС» Хана Елиазаров.

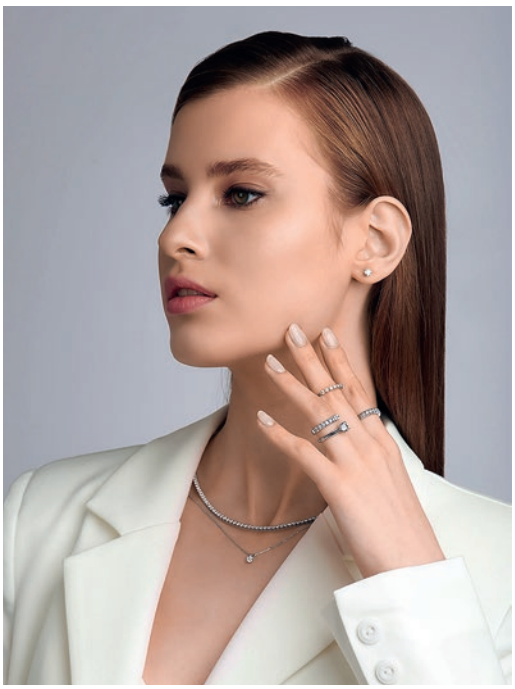
В описании актуальной коллекции бренда речь идет о бриллиантах нового поколения. Что это означает?

Блеск бриллианта никого не оставляет равнодушным. Игра света, яркие вспышки и удивительная чистота делают этот камень безупречно красивым, а украшения с ним — желанными для женщин всего мира. Однако сегодня рынок уверенно завоевывают выращенные бриллианты, которые сияют не менее ослепительно, чем природные, но при этом делают ювелирную моду более доступной, да и способ их получения гораздо более этичный, чем традиционная добыча алмазов. Именно поэтому их по праву называют бриллиантами нового поколения.

На осенней выставке «JUNWEX Москва» состоялась премьера нашей новой коллекции, которая покорила покупателей изысканным дизайном и сиянием крупных камней. Судя по обратной связи от клиентов и их реакции на наши новинки, мы видим рост продаж ежемесячно на тридцать — сорок, а иногда даже на пятьдесят процентов. «ЛУКАС» продолжает разрабатывать эту линейку украшений и презентует их в рамках февральской выставки «JUNWEX Петербург». В отличие от кубика циркония и муассанита, созданные в лаборатории алмазы обладают всеми химическими, оптическими и физическими свойствами природного камня, а потому не являются искусственными или синтетическими — разница лишь в происхождении. Даже самый опытный ювелир не способен отличить такие камни от природных, это можно сделать только с помощью специального оборудования.

А есть ли разница в цене украшений с бриллиантами различного происхождения?

Выращенные алмазы появляются на свет намного быстрее, чем природные, и лишь поэтому их стоимость ниже на сорок — шестьдесят



процентов. Чем больше вес камня, тем более ощутима разница в цене. Это позволяет дизайнерам не ограничивать свое творчество, придумывать изделия любых форм и создавать фантазийные украшения с несколькими крупными камнями, при этом ценник будет оставаться вполне приемлемым.

В новой коллекции от «ЛУКАС» вы найдете роскошные модели, которые покорят ваши сердца и сразят окружающих эффектным мерцанием камней. Такая драгоценность — великолепный подарок для себя или близкого человека, напоминающий нам: каждая женщина достойна того, чтобы сияющий бриллиант подчеркивал ее природную красоту и уникальность.

Какие преимущества получают клиенты при сотрудничестве с «ЛУКАС»?

Во-первых, один из важнейших критериев нашей работы — гибкие условия партнерства. Во-вторых, в арсенале компании есть не только собственное высокотехнологичное производство ювелирных изделий в России, но и лаборатории по выращиванию бриллиантов за рубежом. Это обеспечивает нам возможность предлагать широкий выбор украшений и коллекционный подход к формированию ассортимента. Ну и, конечно, у бренда очень большой опыт продвижения ювелирных украшений и обучения персонала работе с выращенными бриллиантами.

ЛУКАС
МОСКВА

«ЛУКАС», производитель ювелирных украшений с драгоценными и полудрагоценными вставками, одним из первых стал ассоциироваться на рынке с выращенными бриллиантами. Компания работает с 1993 г., в 1998 г. у нее появилось собственное производство, что позволило предлагать партнерам гибкие условия сотрудничества и широкий ассортимент изделий.
Сегодня «ЛУКАС» входит в группу компаний LGC, которая является одним из лидеров мирового рынка по добыче и обработке алмазов, стоящих у истоков создания коллекций с выращенными бриллиантами.

carlinjewellery.com

CARLIN
jewellery

ИСКУССТВО БЫТЬ СОБОЙ

Наша идея – создание индивидуального и лаконичного ювелирного гардероба, доступного каждой женщине, и идеально дополняющего её повседневный стиль. Мы создаем украшения из красного, лимонного, белого золота без вставок и с фианитами.

Мы — ювелирное предприятие полного цикла, каждое украшение проходит свой путь от идеи художника и разработки эскиза в собственном дизайн-бюро до выпуска готового изделия с производства. В создании украшений мы ориентируемся на современные ювелирные тенденции, сочетая их с утонченным европейским дизайном и исключительным удобством. Идеальный тандем красоты и комфорта.

Бренд Carlin уделяет особое внимание работе с оптовыми партнерами. Оперативная команда менеджеров торгового отдела Carlin – это слаженный коллектив опытных сотрудников, готовых рассказать о новых коллекциях и предложить выгодные индивидуальные условия сотрудничества каждому клиенту.

В нашем ассортименте: более 200 моделей колец, более 400 моделей серег, более 100 моделей подвесок, а также колье, кресты, браслеты, броши, пусеты, каффы и пирсинг.

Основными коллекциями бренда являются Basic и Geometry. В них входят украшения, похожие на знаки препинания в предложениях — с ними образ становится цельным и обретает гармонию. Любое украшение может стать частью базового ювелирного гардероба, они легко дополняют друг друга.

Новая коллекция **CREATURES**

Жизнь на нашей планете многообразна и принимает самые необычные формы. Трудясь над созданием линейки Creatures, наши художники и ювелиры вдохновлялись великолепием фауны окружающего мира. В этой коллекции мы рассказываем историю о красоте Земли, каждой её живой детали: о грациозном полёте осы, беге маленькой ящерки, взмахе крыльев бабочки.

Новая коллекция **лазерных украшений FUTURE**

В ней заключаются фантазии наших ювелиров на тему украшений будущего — объемных и легких, необычных по форме и исполнению. Украшения Future – смелые акценты, вокруг которых формируется целый образ!

Новая коллекция украшений **NOIR с чёрными фианитами**

Сочетание чёрного и золотого цветов в дизайне украшений является верхом элегантности, воплощением современной классики. Мы решили немного расширить понятие базового ювелирного гардероба с помощью чёрных вставок.

JUNWEX Петербург
зал G, **стенд 615**

Новые коллекции мы представим в рамках выставки JUNWEX Петербург, приглашаем посетить наш **стенд 615 в зале G.**

Будем рады Вас видеть!

На правах рекламы

TALANT к развитию

Ювелирные заводы TALANT продолжают линию устойчивого развития

Ювелирный завод TALANT держит марку, снова, увеличив объем производства, еще более, чем в 2021 году. Курс на устойчивое развитие обязывает эффективно управлять всеми бизнес-процессами, поддерживать репутацию надежного партнёра, предвидеть изменение потребностей конечного потребителя и быстро находить решения для реализации принятой стратегии развития. Новые технологии и понимание рынка помогают нам приблизиться к покупателю, сохранить мотивацию сотрудников и повысить качество продукции.

TALANT

JEWELRY

...у каждого свой

«Успешное производство сегодня - это технологии, позволяющие в разы повысить производительность и качество изделий без увеличения площадей и штата сотрудников»

СЕРЕБРЯНЫЙ ЗАВОД в Костроме

Существенно увеличены объемы серебряного производства, расширенный ассортимент и запущены новые производственные линии. На производстве открыт цепевязальный цех: новое оборудование позволит увидеть алмазную грань на полотне цепи разных размеров.

TALANT к управлению

Высокотехнологичное производство требует от руководителя быть на острие отраслевых новинок и мыслить стратегически.
Обновление парка производственных машин, планирование, анализ, разделение труда и слаженность работы коллектива — методы повышения эффективности производства TALANT.

TALANT в потенциале

Молодые талантливые ювелиры с удовольствием приходят работать в компанию, опытные мастера мотивированы передать новичкам свой опыт и знания. Обучение внутри компании — это стабильный устойчивый рост мастерства и лояльности сотрудников.

На правах рекламы

«Мы можем говорить о формировании в Костроме высокотехнологичных заводов по производству ювелирных украшений и других изделий из золота и серебра».

TALANT к технологичным решениям

Современное развитие производства — это существенное повышение его производительности и постоянное улучшение качества изделий путем внедрения новых технологий и повышения квалификации персонала без увеличение численности сотрудников.

Финишная глянцовка новейшими немецкимивиброустановками заменила полировку мелких серебряных украшений. Нам удалось усилить блеск драгоценного металла, значительно повысив привлекательность изделий, и мы получили заказы от новых партнёров.

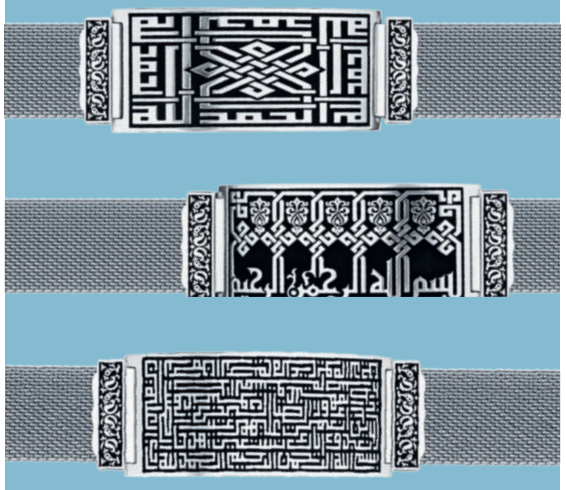
Благодаря 3D-технологиям мы можем производить золотые украшения любой сложности и архитектуры. Прямое литьё, использование различных видов и типов воска и пластика дают возможность значительно увеличить сложность конструкций, при этом сократив время на выращивание моделей.

TALANT быть в тренде

Спрос на изделия из серебра меняется. Молодежь все чаще предпочитает серебряные украшения. Они доступнее золотых и выглядят более демократично.

TL

Художники в союзе с технологами серебряного производства ТАЛАНТ создали коллекции украшений, выполненных в православной и восточной стилистиках. Интерес к таким украшениям сейчас велик, они востребованы покупателем. Мелкие элементы орнаментальной части украшения требуют безупречной чёткости рисунка. Мы используем высокотехнологичные эмали, которые опытные мастера искусно наносят на нижний слой изделия, в результате получается требуемый декоративный эффект.



JUNWEX Москва

Выставка «JUNWEX Москва 2021» прошла на фоне чрезвычайно нестабильной ситуации и непредвиденных обстоятельств. Несмотря на экстренное введение властями особого режима жизнедеятельности столицы, организаторам удалось, соблюдая все требования, обусловленные борьбой с коронавирусной инфекцией, обеспечить участникам рынка возможность провести полноценную работу по поставкам товара в ювелирные магазины всей страны, а москвичам и гостям города — порадовать себя замечательными драгоценными подарками. По отзывам компаний «Дельта», «Санис», «ЛУКАС ГОЛД», Sargon, Corona, «Золотые узоры», «ФИТ», «Приволжский ювелир», «Арина», «Платика», «Платинор», «Клио», Silver Wings, «Алекси» и других признанных отечественных ювелирных предприятий, выставка прошла успешно и показала хорошие коммерческие результаты ее участников. Ритейлеры приехали не только из всех регионов России и стран ближнего зарубежья, были и не побоявшиеся пандемийных ограничений владельцы бутиков из Германии, Польши и других государств. К стенду «Елизаветы» традиционно подходили покупатели изделий православной тематики, а бренд «Салам» подготовил к выставке ассортимент, связанный с мусульманской верой и ее религиозными символами. Kabarovsky, «Александра», «Магнат», «Крепкий орешек», Prima Exclusive, Verona, Sun Stone и многие другие компании представили яркие модные коллекции. Особое внимание — легковесному молодежному ассортименту: в этой нише активно работают Pokrovsky, BaltSilver, «Апарт», «Маркиз» и т. д.

Весьма востребованным оказался введенный организаторами новый вариант Биржи Деловых Контактов: переговоры, выбор изделий и заключение договоров шли на этой площадке постоянно в течение всех дней работы выставки.

Посетили «JUNWEX Москва» и представители Ассоциации ювелиров Турции — организаторы экспозиции Jewellery Antalya, с которыми встретились руководители Клуба «Российская Ювелирная Торговля», договорившиеся о льготных условиях участия в выставке баерской делегации из России.

Деловая программа «JUNWEX Москва» была организована в актуальном гибридном формате, совмещающем онлайн- и офлайн-активности. Традиционно в рамках выставки состоялось награждение победителей ежегодного конкурса «Надежный партнер». Почетные дипломы получили: ЮД «Кристалл» (Липецк), «Славия» (Республика Беларусь), ТД «Золотая Русь» (Хабаровск), ИП Щекотова К. О. (Москва). Хорошей традицией становится и награждение молодых дизайнеров — этот международный конкурс, организуемый совместно с Фондом Сары Фаберже, представителями Клуба итальянских производителей Degli Orefi и брендом Roberto Bravo, проводится уже второй раз. В этом году победителями стали четыре проекта, созданные молодыми талантами из разных городов России.

В рамках Дня геммолога состоялись лекции ведущих специалистов в этой области, посвященные работе с синтетическими камнями, интеллектуальным технологиям идентификации бриллиантов, уникальным современным технологиям огранки, оценке стоимости цветных ювелирных камней. При поддержке посольства Королевства Таиланд был организован телемост «Россия — Таиланд» с целью установления связей между отечественными ювелирами и поставщиками природных самоцветов.

В программу Дня дизайнера вошли лекции «Коллаборация как основа креативной индустрии», «Состояние креативных индустрий в период пандемии», мастер-класс «Пять жизней одного комплекта, или Новый взгляд на украшения из шкатулки».

Ирина Ефимова, Ольга Салманова, «Кристалл»:
Для нас очень важно и почетно получить звание «Надежный партнер». Спасибо всем, кто за нас проголосовал. Успешное сотрудничество — это всегда взаимовыгодный процесс, поэтому награду мы по праву можем разделить с нашими поставщиками. Благодарим их и хотим оставаться с ними на одной волне. Ситуация в розничной торговле сейчас нелегкая, есть сомнения и опасения, но есть и уверенность в своем статусе, поэтому стабильность отношений с партнерами важна как никогда.

Два года из-за пандемии мы не посещали выставки. Конечно, научились работать в таком формате, когда заказы строятся на аналитике и характеристиках изделий. Но выставка необходима, во-первых, для поиска новых поставщиков, во-вторых, для живого общения с партнерами. А самое главное, на выставках мы видим красоту и эстетику ювелирных украшений воочию.

На выставку — без сомнений

> «Технически освоение ГИИС ДМДК весьма сложное. Первый этап преодолели только те игроки, кто имеет специалистов-айтишников.

Надежда Ткаченко,
«Минерал-1» («Золотой ажур», Владивосток):

Мы уже второй год живем в новой ситуации и относимся к ней так, как должны относиться граждане этой страны и как руководители бизнеса, — то есть нормально. Мы переболели, вакцинировались и на личном примере доказываем коллективу компании, что у нас нет другого выхода: надо сделать все для того, чтобы продолжить работу. Согласно требованиям Роспотребнадзора Приморья, восемьдесят процентов сотрудников всех торговых точек края должны быть вакцинированы, иначе магазины будут закрыты. Вводятся QR-коды для посещения общественных мест. Планируется выпустить стикеры «Безопасная среда», гарантирующие, что в том или ином магазине соблюдены все антиковидные меры. Когда мы летели на выставку, то в самолете рядом с нами сидел губернатор Приморья Олег Николаевич Кожемяка, и в беседе он заверил, что именно благодаря введению таких правил край «закрывать» не будет.

Нашей компании в этом году исполнилось двадцать пять лет. И со многими поставщиками мы работаем все эти годы. Я благодарна партнерам за понимание нынешней непростой ситуации. За последние два года на Дальнем Востоке закрылось очень много ювелирных магазинов. В первую очередь прекратили деятельность те, кто ориентировался только на китайских туристов. Во вторую — те, кто не выдержал двухмесячного (а точки в ТЦ — четырехмесячного) локдауна, не смогли получить помощь государства. В Дальневосточном округе до введения ГИИС ДМДК было две тысячи шестьсот предпринимателей, работающих в ювелирном бизнесе. Уже после первого этапа перехода на учет по новой системе после 1 сентября 2021 года тысяча сто сразу исчезли. Это очень тревожный звонок — бизнес не выдерживает такой нагрузки и либо уходит с рынка, либо прячется «в тень». Технически освоение ГИИС ДМДК весьма сложное. Первый этап преодолели только те игроки, кто имеет специалистов-айтишников. А закрытие такого большого количества субъектов малого бизнеса — это для края очень плохо: потери рабочих мест, уменьшение налоговой базы и так далее.

По всей стране остается катастрофически мало ювелирных магазинов, которые реально торгуют. Да, тяжело всем. Но я призываю поставщиков: надо договариваться, находить точки соприкосновения интересов и продолжать сотрудничать!

Артем Будах, BudaghArt Jewelry:

Мы впервые участвуем в «JUNWEX Москва» и приняли такое решение, потому что рано или поздно у каждого ювелирного бренда наступает момент, когда надо масштабировать свое присутствие в творческом пространстве. В Сибири и на Урале наша марка хорошо представлена в рамках различных проектов и галерей, захотелось показать свои работы столице и Санкт-Петербургу. Выставка дала нам новые контакты, общение с коллегами. Было очень приятно, что профессионалы отрасли, увидев наши изделия, не могли сдержать восторга. О подвесе «Как предчувствие» один из ювелиров сказал: «Это единственная вещь, которая на выставке нас удивила и восхитила. Ваши украшения для мужчин — словно из другой Вселенной!». Художественный образ для меня всегда на первом месте, творчество гораздо важнее, чем конъюнктура и следование тенденциям рынка. Мне хочется отдать дань тому, что мне нравится и интересно: науке, творчеству братьев Стругацких, алтайскому шаманизму... Нынешний год в России объявлен Годом науки и технологий, и наши украшения представляют собой тонкий баланс техник и структур, тождественный представлению мастера о ткани Будущего, повсеместно проникающего в природу Настоящего. Наша специализация — производство сингулярных украшений из золота и серебра, драгоценных и полудрагоценных камней, метеоритов, стабилизированной древесины, полимерных материалов. Мы смело отказываемся от классики и видим, что наше творчество находит своих поклонников.

Влада Федорова, Fresh Jewelry:

Накануне выставки ко мне обращались многие партнеры, чтобы узнать мое мнение, состоится ли она. И сомневавшимся я неизменно отвечала: выставка обязательно будет и продлится до 31 октября. Не знаю почему, но я чувствовала внутреннее спокойствие и уверенность. Конечно, кто-то побоялся, но продукт нужен всем, поэтому большинство ритейлеров приехали. И отнеслись они к закупкам товара очень активно — долго не раздумывали, брали хорошо и помногу. В целом клиентов было меньше, но «качественного» покупателя — больше. Поэтому я считаю, что выставка, несмотря ни на что, удалась, а для нашей компании — особенно. В связи с тем, что в течение двух лет были закрыты почти все международные выставочные проекты, я как-то в шутку сказала нескольким зарубежным клиентам: «Приезжайте в Россию, у нас не такая бурная эпидерсия в головах по поводу вируса!». И вот к нам на выставку приехали четыре иностранные компании — из Польши, Германии, Англии и Турции. Поэтому могу уверенно подтвердить: во-первых, «JUNWEX Москва» по-прежнему сохраняет свой международный статус; а во-вторых, в связи с нестабильностью в мире и лояльностью России к въезду в страну мы не страдаем от отсутствия клиентов.

Михаил Стрельников, «Санис»:
Как ни странно, но мы уже научились испытывать удовольствие от неожиданных ситуаций в бизнесе. Раньше получали удовольствие от стабильности и уверенности, а сейчас перестали бояться изменений, научились на них профессионально коллективно реагировать, обрели гибкость и маневренность в бизнес-процессах. На выставку мы приехали без сомнений: на нашем стенде работают двадцать сотрудников, подготовка шла за два месяца до начала мероприятия, поэтому мы не стали сокращать свои планы (не сократили даже период пребывания сотрудников в Москве, а сделали им день отдыха после ажиотажной работы в первые три дня). Мы отреагировали на изменения, перенесли нулевой день, согласовали с устроителями все хозяйственные вопросы (огромное спасибо команде JUNWEX за высокий профессионализм!). И стопроцентно не прогадали. Если бы не поехали, испугавшись возможного локдауна, итог был бы нулевой, а компенсировать недопродажи в «высокий сезон» уже нереально. По нашим расчетам, недоехали приблизительно двадцать пять процентов наших клиентов, а планы продаж недовыполнены на пятнадцать процентов. Значит, можно оценить результат стресс-теста на устойчивость нашей компании как восемь и пять десятых из десяти.

Дмитрий Веденеев, «Альтаир»:
Ювелирные выставки традиционно в течение многих лет проводились в сентябре. Это стало привычным, поэтому некоторые восприняли перенос сроков «JUNWEX Москва» как серьезное изменение. Но здесь все индивидуально. Если говорить о нашей компании, то октябрь для нас — идеальное время выставки: наша сувенирная продукция в этот период особенно востребована, поскольку связана с Новым годом. Ритейлу, по сути, все равно: он приехал бы и в сентябре, приехал и сейчас. Но в октябре торговля закупает товар уже с мыслью о зимних праздниках. Как показывает наша практика, в прежние сроки выставки оптовики меньше реагировали на нашу продукцию, теперь же мы увидели активный спрос и на новинки, и на сувенирные серии. По моим оценкам, результаты работы нынешней выставки — не хуже, чем в прошлые годы. Конечно, серьезным неудобством стал тот факт, что ситуация накануне выставки оказалась неопределенной. Было непонятно, сколько дней мы работаем — два, три, пять, семь? Но эта ситуация, к сожалению, касается всех сфер нашей жизни. В таких условиях, чтобы выжить, надо постоянно искать и пробовать что-то новое. Подчас, подходя к стендам некоторых ювелирных компаний, из года в год видишь одно и то же. Участвуя в выставках, тематика которых никак не связана с ювелирными изделиями, я отмечаю, что многие индустрии развиваются сегодня гораздо быстрее, чем наша отрасль.

Возвращаясь к вопросу о сроках выставки, думаю, что в итоге все решат обстоятельства и большее число голосов участников рынка.

Геннадий Брантов, Sargon:
Выставка для нас прошла достаточно успешно. По десятибалльной системе я бы оценил ее на восемь и пять десятых. Мы приняли всех запланированных клиентов, состоялось и несколько встреч с перспективой дальнейшего сотрудничества. К сожалению, мы не смогли до конца воплотить задумки с точки зрения организации пространства нашего стенда, так как не знали точно число выставочных дней. Но в целом результатом мы довольны. В силу сложившейся ситуации все могло быть гораздо хуже, однако организаторы максимально шли нам навстречу, за что им большое спасибо. Розничные продажи оказались слабее, чем обычно, но они были. К нам даже прилетела одна из постоянных клиенток, живущая в Санкт-Петербурге, причем мы не договаривались с ней об этом заранее.

Оксана Петрова, Markiz:
С учетом всех событий, случившихся вокруг осенней выставки, ее результат мы оцениваем на «пять плюс». Мы в первую очередь ориентируемся на оптовых клиентов, и они приехали. Появилось очень много новых торговых партнеров — из Республики Коми, Комсомольска-на-Амуре, Перми, Омска… Рынок живой: кто-то закрывает магазины, кто-то открывает. Некоторые ритейлеры из-за локдауна не приехали, но все основные игроки были.

Наша специализация — легковесная продукция из серебра, а сейчас на рынке главенствует тренд на молодежный ассортимент. Поэтому интерес новых клиентов к приобретению наших коллекций весьма высок. А те, кто с нами давно работает, уже знают, что все наши изделия хорошо продаются. Например, сейчас в моде каффы, и мы предлагаем около сорока моделей таких украшений. Наша компания прочно занимает нишу легковесной молодежной продукции из серебра во многом благодаря широкому ассортиментному ряду.

Сейчас, когда Китай ослабил свои позиции на российском ювелирном рынке, мы стали конкурентоспособны: у нас заказывать выгоднее, чем за рубежом. Экономическая политика в Китае сменила вектор на формирование внутреннего рынка, зарплаты там повысились. Цена на китайские изделия уже не копеечная, срок заказа — от четырех месяцев, под его исполнение клиент должен внести от тридцати до шестидесяти процентов стоимости, потом еще долго разбираться с таможней… А у нас при покупке изделий из серебра предоплата не требуется: заказ готов — рассчитывайся и получай. Весь свой товар мы обслуживаем, никогда не ставим ограничения по возврату. Но никто не возвращает — качество у нас хорошее.

К каждой выставке мы обязательно готовим новинки. Участие в JUNWEX для нас — своеобразная реклама: мы работаем, мы стабильны, у нас есть новые модели, приходите к нам!

Андрей Увакин, «Приволжский ювелир»:
Гарантий, что выставка состоится в полном объеме и пройдет успешно, нам никто не давал, но, я считаю, лучше попробовать, чем бездействовать. Лучше рискнуть, чем остаться дома и не получить тех продаж, которые могли бы быть. Мы не сомневались в своем участии. К каждой выставке мы готовим новые коллекции. В этот раз привезли линейку украшений со вставками эбенового дерева. Уже первые дни выставки показали, что клиенты к нам приехали — из Москвы и Московской области, регионов и даже один из Германии. В целом результатам продаж я могу поставить твердую четверку.

Андрей Венглинский, ЮД «Гаухар»:
Мы два года не выезжали на выставки: если честно, то надоело. Поэтому сомнений о посещении «JUNWEX Москва» у меня не было. В витринах наших магазинов в Казахстане пропорция продукции российских и местных производителей — примерно девяносто девять и пять десятых процента. В страну по-прежнему активно ввозятся значительные объемы турецких изделий, но на выставке я могу закупить у российских поставщиков гораздо более широкий ассортимент. Кроме того, мы люди с Востока — для нас важна цена. Если говорить о качестве, то под лозунгами импортозамещения в России оно улучшается с каждым годом.
Наш регион неоднородный по спросу. Но на Востоке традиционно любят золото, поэтому неизменно востребована «бескаменка». На выставке в этом сегменте есть из чего выбрать. В частности, по ассортименту изделий из золота мы очень давно и успешно сотрудничаем с компанией «Династия».

Гельсина Хасаншина, «Русское золото»:
Билеты в Москву и обратно у меня были куплены заранее, и я нисколько не сомневалась в том, что выставка состоится. Я была уверена в организаторах, в том, что они обязательно найдут компромисс, и в том, что участники будут соблюдать все меры, предписанные Роспотребнадзором. Четверг, 28 октября, несмотря на объявленный локдаун, был полноценным рабочим днем. Ритейлеры активно составляли заявки, сдавали металл, получали посылки… А в пятницу уже доделывали дела.

Я очень хорошо отработала выставку. И это важно, ведь Новый год в ювелирных магазинах начинается не 1 января. Покупатель заранее присматривает подарки. Ему надо рассказать обо всем, показать. В этот раз при закупке товара я делала акцент на ассортимент изделий из золота. А такая продукция быстро не закупается и не отбирается. Сегодня удивить покупателя в золотом сегменте весьма сложно. Поэтому для работы на выставке я теперь выделяю больше времени, чем раньше. И вообще, сегодня, чтобы вести бизнес, надо прыгать выше головы в три раза.

the78lab

— ЗДЕСЬ РОЖДАЕТСЯ КРАСОТА!

Команда профессионалов ювелирного дела и завод, оборудованный по последнему слову техники. Мы являемся производственной площадкой для современных ювелирных брендов, на которой уже долгое время активно создаются трендовые украшения в золоте и серебре. Мы обучаем, поддерживаем и вдохновляем!

У нас возможно осуществить полный цикл производства от идеи до конечного изделия, чтобы даже самые смелые проекты реализовывались и делали мир еще прекраснее.

→ NOTHING IS IMPOSSIBLE!

8 800 444-11-70
8 911 240-38-89
info@the78lab.com

196006, г. Санкт-Петербург,
ул. Коли Томчака, д. 20б лит. Д, оф. 2
the78lab.com

На правах рекламы

Русский Альянс

Производство ювелирных изделий

Воплощение престижа!

г. Ковров,
ул. Урожайная, д. 112
Тел.: +7 (49232) 6-19-74, 6-19-71
E-MAIL: RUSSAL33@MAIL.RU
WWW.RUSAL33.RU

На правах рекламы

Лучшие украшения в России

ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ЮВЕЛИРОВ

ВЫСШАЯ ЭКСПЕРТНАЯ КОЛЛЕГИЯ КОНКУРСА:

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

ЧЛЕНЫ ЖЮРИ:

Наталия Коровина искусствовед, художественный критик;
Ольга Костюк кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник Государственного Эрмитажа;
Лариса Пешехонова искусствовед, старший научный сотрудник Музеев Московского Кремля;
Анна Ратникова независимый эксперт;
Галина Смородинова искусствовед, ведущий научный сотрудник Государственного Исторического музея.

Традиционный осенний конкурс профессионального мастерства «Лучшие украшения в России» в нынешнем году достойно выдержал все испытания, связанные с пандемийной реальностью. Ювелирные компании не только представили новые творческие разработки, но и продумали способы передачи своих замыслов членам жюри. Помогло и то, что за годы проведения конкурсов Программы «Ювелирная Россия» Высшая экспертная коллегия приобрела серьезный опыт и знания об уровне технологических возможностей фирм-номинанток. Мы благодарим участников конкурса не только за своевременно представленную информацию о своих драгоценных творениях, но и за оперативное реагирование на просьбы членов жюри прислать дополнительные видеоматериалы. Работа экспертов была сплоченной и эффективной, у нас появился опыт в новом формате совместной деятельности. Но как же мы все соскучились по привычной практике: встречи, обсуждения и торжественные награждения. Надеемся, что февральская выставка в Санкт-Петербурге подарит нам эту радость.

Лучшее украшение или коллекция сезона

Наталия Коровина

1 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИЯ УКРАШЕНИЙ С ЗОЛОТЫМИ САМОРОДКАМИ «ЗОЛОТО МАГАДАНА»
Ювелирный бренд «РИНГО» (Екатеринбург) и концерн «АРБАТ» (Магадан)

Каждый золотой самородок уникален и неповторим, а потому представить его в ювелирном украшении в естественной красоте, при этом наполнив изделие внутренним смыслом, немалое искусство. Решить эту задачу в полной мере удалось мастерам бренда «Ринго», создавшим большую коллекцию «Золото Магадана», демонстрирующую современный стильный дизайн драгоценных украшений как для женщин, так и для мужчин. Для мужчин предназначены подвески. В их сюжетах нашло отражение богатство природы и истории северного края. Так, подвеска «Памятник времени» с изображением ступающего по россыпи золотых самородков мамонта напоминает одновременно о существовавшем некогда ископаемом животном и о любопытном арт-объекте, установленном на набережной Магадана, — скульптуре мамонта, ставшей одной из достопримечательностей города. Запоминающимся сувениром может стать и подвеска «Бухта Нагаева» с лаконичным, обозначенным штрихами изображением причала, покоящемся на золотых самородках, на фоне расходящихся веером лучей с черными и белыми бриллиантами (более бюджетный вариант этой же модели — без драгоценных камней). Для женщин в коллекции «Золото Магадана» созданы кольца и серьги. В изделиях одного из гарнитуров золотая ажурная сетка нежно и бережно охватывает скопление золотых самородков, и это интересное ювелирное решение позволяет любоваться естественной неповторимой красотой каждого природного раритета в компактной композиции. Второй сет демонстрирует более строгий, ближе к классическому, дизайн, что прослеживается в лаконичной форме и цветовом решении изделий: самородок покоится в углублении на черном фоне, который эффектно оттеняет яркий желтый цвет металла, в рамке из белых бриллиантов. «Ринго» — постоянный участник и неоднократный победитель конкурсов Программы «Ювелирная Россия», в нынешнем творческом состязании жюри вновь присудило коллекции бренда первое место.

Современный ювелирный дизайн не стоит в стороне от прогресса и поиска новых форм в других сферах искусства. Концептуальный замысел для создания драгоценного гарнитура «Эволюция» ювелиры компании «Империал» почерпнули в конструкции высотной башни того же названия, построенной в «Москва-Сити» в 2015 г. В основе проекта здания заложена идея эволюционной спирали, которая воплотилась и в структуре украшений. Компактная форма золотых украшений состоит из ячеек, расположенных в спиралевидной последовательности, в каждой из которых закреплено по одному драгоценному камню — сапфиру, белому или коньячному бриллианту. Заключенные в эту структуру, они создают неповторимую игру цвета и бликов. В центре композицию каждого изделия венчает граненый сапфир (более одного карата — в кольце, менее карата — в серьгах). Гарнитур уникален как по замыслу, так и по мастерству исполнения, а потому получил высокую оценку жюри — первое место.

1 МЕСТО

ГАРНИТУР «ЭВОЛЮЦИЯ»
«Империал» (Кострома)

Обладателем первого места стали также три коллекции фирмы Kabarovsky: «Асцендент», «Терракота» и «Шантильи». Это предприятие можно причислить к лидерам отечественной ювелирной индустрии по выпуску оригинальных тематических коллекций. Многочисленные работы компании, привлекающие неистощимой творческой фантазией, поисками новых форм, великолепием ювелирного мастерства, отвечают художественно-эстетическим запросам современных покупателей украшений.

Авторская коллекция «Асцендент» — это простота форм и точность линий колец, подвесок и серег, в создании которых используется золото белого и лимонного оттенков, черная эмаль и бесцветные бриллианты. В таком дизайне зашифрованы миры космической одиссеи.

«АСЦЕНДЕНТ»

1 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИИ «АСЦЕНДЕНТ», «ТЕРРАКОТА», «ШАНТИЛЬИ» Kabarovsky (Кострома)

Драгоценная коллекция «Шантильи» легка и воздушна, четкие очертания каждого изделия заключают внутри себя ажурное переплетение нитей белого или красного золота с инкрустацией бриллиантами, напоминающее тончайшее кружево из французского городка Шантильи.

«ТЕРРАКОТА»

«ШАНТИЛЬИ»

Дизайнерская коллекция «Терракота» состоит из четырех сетов (кольца и серьги). Необычный эффект изделиям придает неровная моделировка поверхности покрытого черным родием серебра, напоминающей то ли далекое от идеала асфальтовое полотно дороги, то ли растрескавшийся чернозем. Но при любой интерпретации декоративный прием, используемый в этих изделиях, выглядит впечатляюще и современно, а крупные вставки ярких цветных фианитов еще больше усиливают впечатление уникальности дизайна этих украшений.

Путешествие во времени

Галина Смородинова

Эта номинация дает художникам большой простор в выборе сюжетов и тем. В представленных работах особенно важно обращение к истории — как отечественной, так и библейской. Победителями стали две компании, разделившие пьедестал первого места.

1 МЕСТО

РЕКОНСТРУКЦИЯ «КОВЧЕГ ЗАВЕТА»
Ювелирный дом Chamovskikh (Екатеринбург)

Ювелирный дом Chamovskikh представил оригинальный ларец с библейским названием «Ковчег Завета». Согласно учению Торы, Ковчег Завета или Откровения — знаковая святыня, которая являлась символом союза Бога с народом, служила свидетельством присутствия Бога в его жизни. Мастера фирмы совершили настоящее путешествие во времени, взяв за основу древнейшую легенду, и сделали ковчег, который в наши дни будет выполнять функцию родовой, семейной сокровищницы, хранилища фамильных ценностей, драгоценностей. При реконструкции реликвии ювелиры стремились сохранить канонический облик Ковчега Завета в материалах и пропорциях, для этого изучали исторические источники, обогатив их новыми стилевыми современными деталями. Ларец сделан из дерева ценной породы — амаранта, желтого золота с чернением, серебра с золочением, с использованием современной нанокерамики, скрижали выполнены из лазурита. Специальный механизм, открывающий ковчег, придает ему ореол особого таинства, священнодействия.

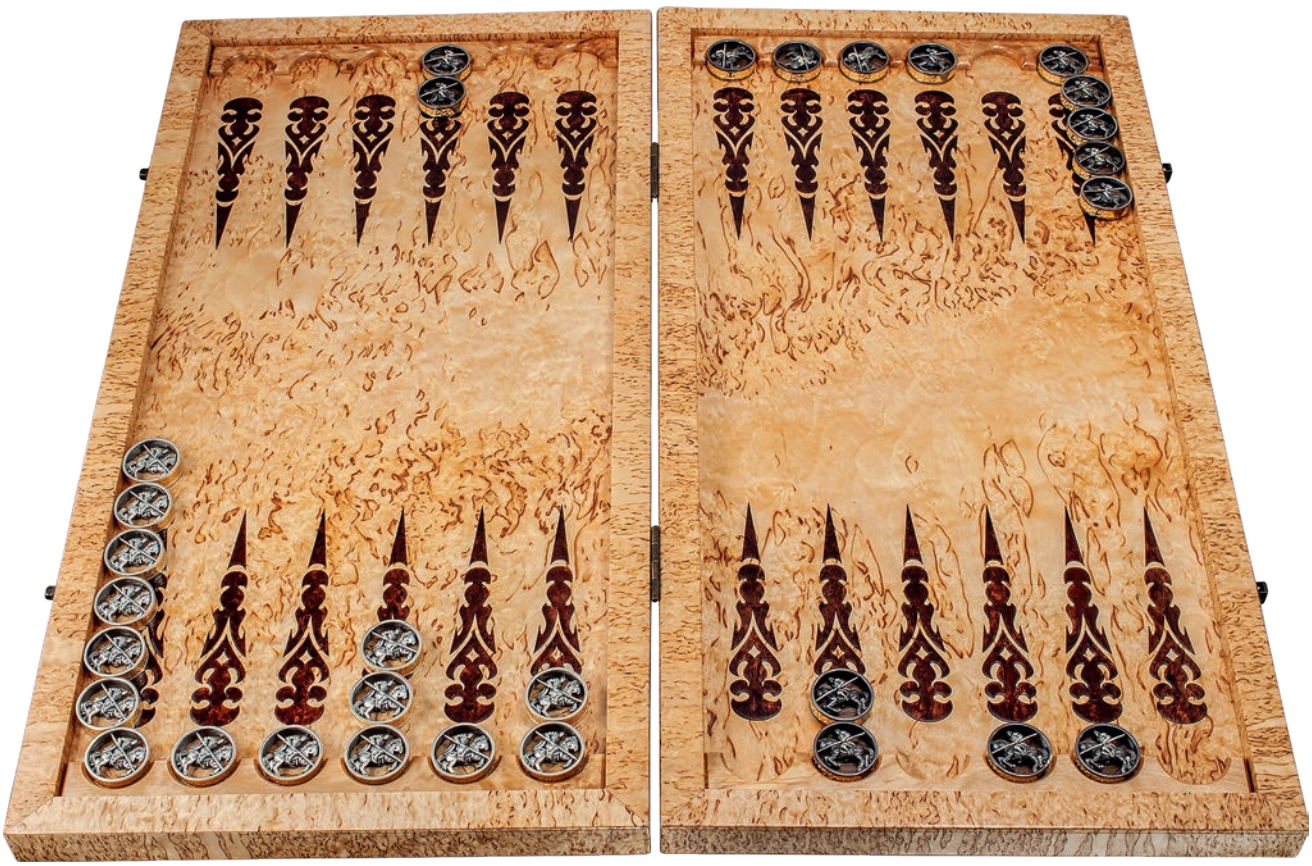
Мастера Ювелирного дома Chamovskikh создали художественное произведение с множеством орнаментальных деталей, с применением широкого спектра технологий ювелирного производства — как традиционных, так и совершенно новых.

Творческая мастерская «Альтмастер», основанная в 2009 г., успешно работает в узнаваемом национальном стиле с благородными металлами, сочетая их со стеклом, хрусталем, деревом, мрамором. Предприятие представило два набора — серебряные шашки «Бородинское сражение» и нарды «Куликовская битва», игровые поля которых исполнены из карельской березы или дерева венге и мрамора.

Шашки посвящены 210-летию победы в Отечественной войне 1812 года над армией Наполеона: 12 представляют русское войско, 12 — французское. На аверсе светлых фишек помещены рельефные фигуры русских воинов на фоне собора Василия Блаженного — символа Москвы. На темных шашках показаны воины Империи Наполеона на фоне Триумфальной арки Парижа. Нарды декорированы изображениями событий Куликовской битвы. На крышке игровой доски из карельской березы помещена копия картины М. И. Авилова «Битва Пересвета и Челубея». Светлые серебряные фишки, олицетворяющие русское войско, украшены рельефными изображениями Пересвета на коне; на гурте орнамент в русском стиле. На темных фишках, олицетворяющих монголо-татарское войско, — изображения Челубея; на гурте — восточный орнамент.

1 МЕСТО

ШАШКИ «БОРОДИНСКОЕ СРАЖЕНИЕ», НАРДЫ «КУЛИКОВСКАЯ БИТВА»
«Альтмастер» (Кострома)



Ювелирный подарок

Ольга Костюк

Люди всегда ждут праздники, предвкушая их волшебную атмосферу, встречи друзей и обмен подарками. Но драгоценный подарок занимает в ряду презентов особое место, поскольку в нем одновременно воплощаются несколько скрытых смыслов.

Первое место в этой номинации получило предприятие «ФИТ», которое постоянно удивляет обилием идей. На осенней выставке были представлены два комплекта, наполненные юмором и художественными находками. Первый — настольная композиция «Помни о главном» — обращение к руководителю. И он сам, и его окружение должны помнить об истинной ценности любого решения. С большим вкусом детали композиции расположены на мраморной подставке. Функциональные элементы: ручки, крепеж для бумаг — являются основой художественного решения, а серебряные мышки, грациозные и пластичные, служат не только скульптурным дополнением: каждая выполняет свою миссию, вовлекая зрителя в подтекст авторской задумки. Дополнительный драгоценный акцент придают использованные в произведении минералы — аметист, гранат, цитрин.

1 МЕСТО

НАСТОЛЬНАЯ КОМПОЗИЦИЯ «ПОМНИ О ГЛАВНОМ» И НАБОР «РУССКИЕ СКАЗКИ»
«ФИТ» (Санкт-Петербург)

Набор «Русские сказки» рассчитан в первую очередь на детскую аудиторию: волшебные истории, воплощенные в драгоценных материалах творческим замыслом ювелира, предстают во множестве образов. Тонкая обработка серебряной поверхности, использование различных техник для передачи фактур, а также яркие акценты горячей эмали делают каждый предмет и всю серию желанным подарком. Эта группа изделий может постоянно пополняться и действительно, как и предполагают производители, передаваться из поколения в поколение.

Второе место присуждено компании «Элегант Голд», подготовившей для конкурса кольцо из белого золота с бриллиантом. Кажется, что нет такой женщины, которая хотя бы в мечтах не хотела иметь такой подарок. Украшение отличает строгая композиция и уравновешенность деталей. Основной акцент — большой круглый бриллиант весом 3,17 карата классической огранки. Два элегантных ободка из мелких бриллиантов, так же как и бриллианты на шинке, еще более усиливают выразительность образа. Художественная оправа белого золота придает всему решению вид некоего ледяного кристалла, совершенного творения природы.

2 МЕСТО
КОЛЬЦО ИЗ БЕЛОГО ЗОЛОТА С БРИЛЛИАНТОМ
«Элегант Голд» (Екатеринбург)

2 МЕСТО
ЕЛОЧНЫЕ ИГРУШКИ:
ШАР «ЦВЕТОК ЖИЗНИ»,
ИГРУШКА-ОБЕРЕГ «ВЕНИК»,
ИГРУШКА-ОБЕРЕГ «БОТИНОК»
«Альтаир-ВДВ» (Санкт-Петербург)

Еще одно второе место было отдано предприятию «Альтаир-ВДВ», представившему коллекцию новогодних елочных игрушек. Для нынешнего конкурса были выбраны шар «Цветок Жизни», а также игрушки-обереги «Веник» и «Ботинок».
Три украшения, крепящиеся на цепочках-подвесах, выполнены с большим мастерством и изяществом. Авторы подготовили лимитированную серию серебряных предметов, каждое из которых является не только декоративным украшением, но символическим оберегом и талисманом. Коллекция с такой идеей может быть расширена и дополнена, что дает мастерам большой простор в творческих поисках и их претворении в жизнь. Используя серебро и обыгрывая возможности материала разнообразными методами его художественной обработки, авторы добиваются выразительной стилистики, усиливая ее эффект дополнительными акцентами холодной эмали.

Драгоценная фантазия

Ольга Костюк

Каждый художник — всегда выдумщик и фантазер. А в ювелирном искусстве замыслы мастера облекаются в элегантные образы, драгоценные по форме, идеям, материалу.

1 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИЯ MIO
Per Sempre
(Москва)

Московское предприятие Per Sempre, представившее на конкурс коллекцию Mio («Моя»), получило первое место в этой творческой номинации. Большая и разнообразная палитра моделей объединена общей темой, перекликаясь с личностными пристрастиями, отраженными в названии. По замыслу авторов, обращение к итальянскому языку адресует нас к вечно манящей культуре этой страны с богатейшей историей и культурой. Действительно, в украшениях мы видим множество нюансов, изящных форм и тематических вариаций! Серьги, подвесы, кольца, браслеты — все вместе или по отдельности — представляют собой элементы звучного художественного аккорда. Драгоценные металлы и камни помогают наиболее ярко выявить творческую фантазию авторов.

Второе место в номинации было отдано фирме Dinastia, которая представила изящный гарнитур, напомнив нам легенду о небесном созвездии и вечных ценностях мироздания. Название «Волосы Вероники» удивительно гармонично обыграно сочетаниями форм удлиненных пропорций и золота различных оттенков. А включение кристаллов Swarowski, мерцающих словно звезды, еще более подчеркивают глубину замысла.

2 МЕСТО

ГАРНИТУР
«ВОЛОСЫ ВЕРОНИКИ»
Dinastia (Кострома)

Художники и мастера предприятия «Нордика», также ставшего обладателем второго места, создали гарнитур «Ледяная нежность», стараясь соединить эти два, казалось бы, несоединимых понятия. Сложная творческая задумка удалась авторам как нельзя лучше. Загадочное мерцание и сказочные узоры, удлиненные пропорции изделий и сплетение линий, белый оттенок золота и бело-голубой блеск минералов помогают нам фантазировать вместе, любуясь художественной игрой ювелиров.

2 МЕСТО

ГАРНИТУР
«ЛЕДЯНАЯ НЕЖНОСТЬ»
«Нордика» (Кострома)

Природные мотивы

Наталия Коровина

1 МЕСТО

КОЛЬЦО «ИСКУШЕНИЕ»
«Платика» (Кострома)

Ювелиры фирмы «Платика» в кольце «Искушение» сделали все, чтобы исключить любую возможность не поддаться одноименному чувству. Вечную с библейских времен и всегда актуальную тему соблазна и искушения они воплотили в форме великолепного драгоценного украшения из золота, платины, зеленых, черных и бесцветных бриллиантов, где каждый цвет имеет особый смысл в трактовке образа запретного плода из садов Эдема. В создании оригинального по своему замыслу кольца применено много виртуозных приемов ювелирного мастерства, в том числе способов закрепки бриллиантов, позволяющих во всем блеске представить их яркую игру. Эта драгоценность может принадлежать только одной женщине, так как кольцо создано в единственном экземпляре. Жюри единодушно присудило уникальному украшению первое место.

2 МЕСТО

ГАРНИТУР «КАКТУСЫ»
«Яспис»
(Санкт-Петербург)

Серебряный гарнитур «Кактусы», представленный на конкурс фирмой «Яспис», отмечен вторым местом в номинации. Выбранный авторами украшений природный мотив не так часто встречается в ювелирных коллекциях, тем интересней трактовка этой темы в подвесках и серьгах. При всей агрессивности и колючести самого природного прототипа серебряные украшения гарнитура «Кактусы» выглядят дружелюбно и привлекательно. Две подвески свободной несимметричной композиции воссоздают в серебре, декорированном черной и цветными эмалями, разные формы кактусов, встречающихся в природе. Один из вариантов этого растения — округлой конфигурации — помещен на пирамиду, набранную из уплощенного вида черных природных жемчужин, второй покоится на красной коралловой бусине. В серьгах использованы аналогичные виды кактусов, но уже без их постаментов. В этих украшениях присутствует момент игры с причудливыми формами и некоторая доля провокации, как и в самом выборе образа колючего растения для создания изделий. Но демократизм современной ювелирной моды и художественное исполнение этих предметов обеспечивают им достойное место в ассортименте украшений, ориентированных на молодежную аудиторию.

Природные мотивы испокон веков являются неиссякающим источником вдохновения для ювелиров. Свою интерпретацию этой темы в современной дизайнерской трактовке представила на конкурс и компания «Грант». Второе место в номинации заняли две ее капсульные коллекции — Bamboo и Snakes.

2 МЕСТО

КАПСУЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ BAMBOO ИЗ КОЛЛЕКЦИИ CITY JUNGLE («ГОРОДСКИЕ ДЖУНГЛИ»)
«Грант» (Санкт-Петербург)

В первой, состоящей из 18 моделей (кольца, серьги, браслеты, подвески), как природный прообраз взяты структура ствола и форма листьев бамбука. Конструктивное решение украшений обширной коллекции Bamboo строится на основе сочленения золотых элементов с добавлением бриллиантов. Элегантный лаконичный дизайн таких модулей из драгоценных материалов искусно варьируется, создавая в каждом изделии новую оригинальную композицию. Коллекция привлекает разнообразием вариантов художественного решения, предоставляющих покупателю большие возможности подбора стилистически единого комплекта ювелирных украшений из 18 предложенных моделей.

Изображение змеи активно использовалось в ювелирном искусстве на протяжении всей его истории. Коллекцию Snakes можно рассматривать как современное продолжение воспроизведения в драгоценных материалах этого образа, имеющего много символических смыслов.

2 МЕСТО

КАПСУЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ SNAKES ИЗ КОЛЛЕКЦИИ CITY JUNGLE («ГОРОДСКИЕ ДЖУНГЛИ»)
«Грант» (Санкт-Петербург)

1 МЕСТО

ПОДВЕСКА «КАК ПРЕДЧУВСТВИЕ»
BudaghArt Jewelry
(Новосибирск)

Первое место в этой номинации заняла ювелирная студия BudaghArt jewelry. Ее подвеска «Как предчувствие» — пример того, как украшение способно отразить сложные идеи, тонкие философские высказывания и передать интеллектуально-чувственную информацию. Произведение является визуальным воплощением знаменитого хокку «Улитка» японского поэта Кобаяси Исса (1763–1828): «Тихо-тихо ползи, улитка, по склону Фудзи вверх, до самых высот». Это гимн эволюции, развитию в природе, в том числе развитию человеческого интеллекта. Сложная многоуровневая композиция массивной подвески, разнообразие использованных материалов (серебро, титан, сталь, эмаль, позолота, фианит), фактур и цветовых оттенков, центральный стилизованный образ улитки — все это позволяет «читать» мудрое изречение.

Калейдоскоп: материалы, техника, идеи

Анна Ратникова

Второе место заняла серия орехоколов с оригинальным механизмом «Крокодилы»: «Аллигатор» и «Молодой крокодил». Скульптуры из высококачественной бронзы, созданные компанией BroVanz, по сути, многофункциональны: это и украшение интерьера, и предметы, предназначенные колоть орехи, и игрушки-забавы, некий «прикол», так как страшные рептилии обречены разгрызать всего лишь орехи. Конструктивно изделия выполнены оригинально и очень надежно — по принципу работы безосного механизма. Внешне крокодилы отличаются по степени стилизации: в «Аллигаторе» образ детализирован, «Молодой крокодил» изготовлен в стилистике минимализма и с большей долей условности. Художественно выполненные орехоколы — это хорошая, слегка забытая идея, которая может объединять и развлекать людей за простым занятием.

2 МЕСТО

СЕРИЯ ОРЕХОКОЛОВ
С ОРИГИНАЛЬНЫМ МЕХАНИЗМОМ «КРОКОДИЛЫ»:
«АЛЛИГАТОР» И «МОЛОДОЙ КРОКОДИЛ»
BroVanz (Санкт-Петербург)

Культовые произведения

Галина Смородинова

Первое место в этой номинации получила компания «Иордань» — предприятие, основанное семьей, мужчины которой на протяжении более двухсот лет имели лишь две профессии — ювелир и служитель церкви. Фирма является постоянным участником ювелирных выставок и всегда показывает новые образцы своего творчества — с интересным дизайном, выразительными художественными идеями и решениями.
Коллекция «Отче наш» включает в себя кольцо-трансформер и браслет, сделанный из звеньев в виде стилизованных свитков, на которых нанесены слова главной молитвы. Необычные сканные соединения звеньев стилизованы под шнур.

1 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИЯ «ОТЧЕ НАШ»
(КОЛЬЦО-ТРАНСФОРМЕР И БРАСЛЕТ)
«Иордань» (Красное-на-Волге)

1 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИЯ
«БРАСЛЕТЫ ХРИСТИАНИНА»
«Иордань» (Красное-на-Волге)

«Браслеты христианина» составлены из оригинальных по форме звеньев, на которых нанесены слова молитвы «Спаси и сохрани» или 10 заповедей Господних. Очень стильно и модно смотрятся крепления звеньев из шнура. Все изделия компании «Иордань» имеют аннотации-паспорта, объясняющие символическое значение каждого знака.

Этнические мотивы

Анна Ратникова

1 МЕСТО

АВТОРСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ «МАЛИКА»
Kabarovsky (Кострома)

Первое место в номинации заняла авторская коллекция «Малика» бренда Kabarovsky.
Два нарядных сета (кольцо, серьги), выполненные из красного золота и украшенные горячей эмалью, напоминают нам о восточных мотивах, узорчатости орнаментов, встречающихся в архитектуре, керамике, тканях.
Для персидских орнаментов характерно совмещение в одной композиции сплетений геометрических линий и стилизованных растительных мотивов. В арабской традиции они чаще всего используются порознь. Излюбленная цветовая гамма, преобладающая в восточном декоративно-прикладном искусстве, — насыщенный синий, зеленый, белый, бледно-розовый оттенки. Все эти художественные приемы, со знанием дела осовремененные мастерами фирмы, использованы в статусных украшениях, дополненных фантазийными бриллиантами и хромдиопсидами. Все это вполне соответствует красивому восточному имени Малика, что в переводе с арабского означает «владычица» или «царица».

1 МЕСТО

СУВЕНИР «БАЛАЛАЙКА»
«Северная чернь»
(Великий Устюг)

Пьедестал первого места заняло также предприятие «Северная чернь» и ее сувенир «Балалайка». Кокошник, матрешка, балалайка уже очень давно стали этническими символами русского народа, несмотря на чрезмерную эксплуатацию этих образов в сувенирном сегменте. Балалайка несет на себе печать народного духа, самосознания, непрерывности русской музыкальной традиции. Замечательная миниатюрная игрушка-сувенир, выполненная из бука и серебра высококлассными мастерами, украшенная традиционным цветочным орнаментом, позволяет проникнуть в образно-эмоциональный строй этого инструмента и вспомнить его неподражаемое звучание.

3 МЕСТО

ГАРНИТУР
«ГРАНАДА»
«Яспис» (Санкт-Петербург)

Третье место получил гарнитур «Гранада» компании «Яспис». Украшения, выполненные из серебра со вставками кварца ручной огранки, отсылают нас к художественным приемам, использованным в архитектуре и интерьерах шедевра испано-мавританской культуры и искусства дворца Альгамбра. Декоративная выразительность кольца и серег достигнута за счет удлиненных пропорций, чистоты линий орнамента, перекликающегося с причудливыми рисунками керамических изразцов, резьбой по камню и дереву, лепниной на стенах дворца. Этот графичный орнамент и строгая цветовая гамма придадут образу владелицы гарнитура уверенность и благородство.

Лучшая коллекция серийного производства

Галина Ковалева

1 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИЯ AL DENTE (КОЛЬЦА, СЕРЬГИ, КОЛЬЕ) «Санис» (Санкт-Петербург)

Первое место в номинации заняла компания «Санис» и ее коллекция Al dente. Использование различных простых форм в дизайне стильных изделий этой линейки дает возможность подбора индивидуальных гарнитуров. Кольца, серьги и колье из золота разных оттенков с гладкой или орнаментированной поверхностью комбинируются в оригинальные драгоценные ансамбли.

2 МЕСТО

КОЛЛЕКЦИЯ VINTAGE
(КОЛЬЦА, СЕРЬГИ, БРАСЛЕТЫ, КУЛОНЫ, КОЛЬЕ, БРОШИ, ЗАПОНКИ)
Sun Stone (Янтарный)

Второе место получила компания Sun Stone, представившая две коллекции. К интерпретации классического дизайна пуговиц и клипс, созданного модными домами 1970-х годов, авторы украшений серии Vintage добавили свое трепетное отношение к натуральному янтарю. Коллекция сохранила и шик эпохи, и роскошь уникального солнечного камня. Другая работа компании — нежная и деликатная коллекция Flora. Янтарные круги в изделиях — как гармоничная составляющая разнообразных природных мотивов. Янтарь то сливается по цвету с листьями растений, то светится яркими солнечными бликами...

3 МЕСТО

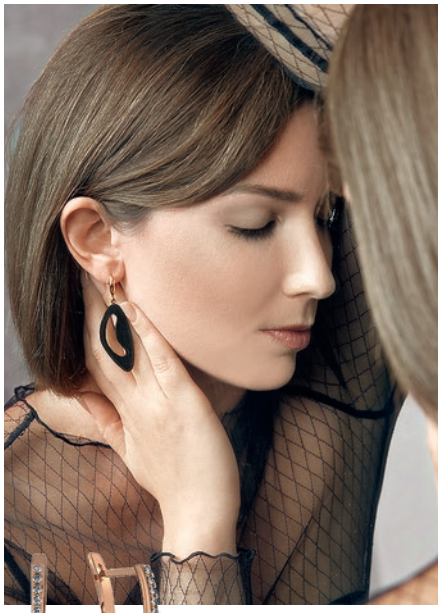
КОЛЛЕКЦИЯ
GEOMETRIC GOLD FLASH
«Элегант Голд»
(Екатеринбург)

Третье место — компания «Элегант Голд». Коллекция изделий из золота Geometric Gold Flash — это смелые комбинации четких геометрических форм, дополненные цветными нюансами природных и синтетических вставок.

«Приволжский ювелир» в особых представлениях не нуждается: уже 20 лет предприятие радует покупателей востребованными и актуальными коллекциями серебряных украшений. Три кита, на которых базируется деятельность компании, — высокотехнологичное производство, безупречное качество продукции и, конечно, безграничное творчество. Для дизайнеров и ювелиров «Приволжского ювелира» не существует слова «невозможно». По праву занимая лидирующие позиции в предложении ассортимента изделий с жемчугом, драгоценными и полудрагоценными вставками, предприятие не останавливается на достигнутом и к каждой выставке готовит новинки, способные удивить и привлечь даже искушенного клиента. Одна из новых линеек — оригинальная коллекция украшений с эбеновым деревом.

ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР

Эбен — редкий и экзотический вид деревьев, произрастающих в тропических районах Африки, Южной и Юго-Восточной Азии, на островах Индийского океана. Древесина этих пород считается драгоценной и является самой дорогой в мире. Чем старше дерево, тем оно ценнее и тем темнее его цвет, отличающийся легким металлическим блеском. Такая особенность объясняется включением в состав древесины различных минералов. Благодаря уникальному составу и потрясающей плотности дерево не пропускает влагу, устойчиво к внешним воздействиям, и срок службы изделий из него может исчисляться веками. Об удивительных свойствах эбена знали уже во времена фараонов: в Древнем Египте он ценился наряду с золотом, самоцветами и слоновой костью. Не случайно изделиям из «черного дерева» издавна приписывали магические свойства, воспринимая их как амулеты и талисманы, способные защитить от темных сил и даровать молодость. В сказках чудеса совершались с помощью эбеновых волшебных палочек, а в жизни аристократы и монархи хранили свои сокровища в эбеновых шкатулках.



Новая коллекция «Приволжского ювелира» — это благородное сочетание серебра и эбенового дерева. Драгоценный металл, словно специально созданный для того, чтобы воплощать сокровенные мечты, и экзотический реликт, наполненный неповторимой природной энергетикой, искусные мастера предприятия объединили в эффектный ансамбль, призванный подчеркнуть индивидуальность обладательницы этих украшений. Элегантность и стиль, чистота и изысканность линий, крупные формы, отвечающие современным модным трендам — вот отличительные черты новой коллекции!

Приглашаем познакомиться с яркими новинками, которые станут изюминкой витрин ваших магазинов, а также с хитами продаж, уже завоевавшими любовь розничных покупателей.

«JUNWEX Петербург», «Приволжский ювелир» (ООО «НГТ»), стенд G-622, конференц-зал H-27 (2 этаж)

На правах рекламы

ИМПЕРИАЛ

Инвестиции в роскошь во время пандемии

Компания Knight Frank регулярно проводит аналитические исследования, отслеживающие эффективность теоретической корзины выбранных классов активов, таких как искусство, классические автомобили и другие предметы роскоши, с использованием существующих индексов третьих сторон. Каждый класс активов взвешивается, чтобы отразить его относительную важность и стоимость в корзине. Как выяснили эксперты, за прошедший период пандемии предметы роскоши показали себя достаточно устойчиво, исключением стали предметы искусства: по данным Artnet Intelligence Report, объем аукционных продаж в этом сегменте в первом полугодии 2020 г. упал на 58,3%; для сравнения — аналогичный показатель на рынке классических автомобилей снизился на 40%. Цены на предметы искусства уменьшились в среднем на 11%. Ситуация усугублялась не только снижением объемов и стоимости аукционных лотов, но и замедлением их поставок. Несмотря на это, покупатели по-прежнему проявляли значительный энтузиазм, а с переходом на удаленный режим работы произошел всплеск спроса со стороны коллекционеров, обративших повышенное внимание на обустройство интерьеров своего жилья.

ИМПЕРИАЛ

Knight Frank Luxury Investment Index (KFLII) показал, что монеты и ювелирные изделия в 2020 г. несколько сбавили темп роста доходности: после несущественной отрицательной динамики (–1% за год) уже в первой половине 2021 г. падение прекратилось. Одной из причин снижения инвестиционной привлекательности драгоценных украшений можно назвать материально-техническую изоляцию, из-за которой было невозможно своевременно заключать сделки. Продавцам требовалось гораздо больше времени для отправки бриллиантов за границу, а покупателям — на перевод средств и в конечном итоге на получение ювелирных изделий, изготовленных на заказ. В результате цены на них остались практически неизменными. Правда, представители этого рынка надеются, что в новом году его может ждать резкий подъем, поскольку хайнеты (как сегодня называют валютных миллионеров) не могут дождаться, чтобы компенсировать те покупки, которые не были сделаны в период изоляции.

Повлияла пандемия и на рынок цветных бриллиантов. За прошлый год доходность этого класса активов потеряла 1%. Хотя на десятилетнем горизонте владельцы редких камней по-прежнему в неплохом плюсе.

Масса бриллианта «Призрак розы» — 14,83 карата, огранка — «модифицированный овал». Он признан самым крупным из всех бриллиантов в своем цвете, когда-либо выставлявшихся на аукцион. Уникальный драгоценный камень создан московским гранильным дивизионом «Бриллианты АЛРОСА» из алмаза массой 27,85 карата, найденного на россыпном месторождении в Якутии за Полярным кругом.

IMPERIAL JADE

Часы за два первых квартала 2021 г. обогнали автомобили: вложения в часовые модели класса люкс принесли +5% за год и +87% за десятилетие.

Примеры крупных сделок в 2020 г. в сегменте предметов роскоши:

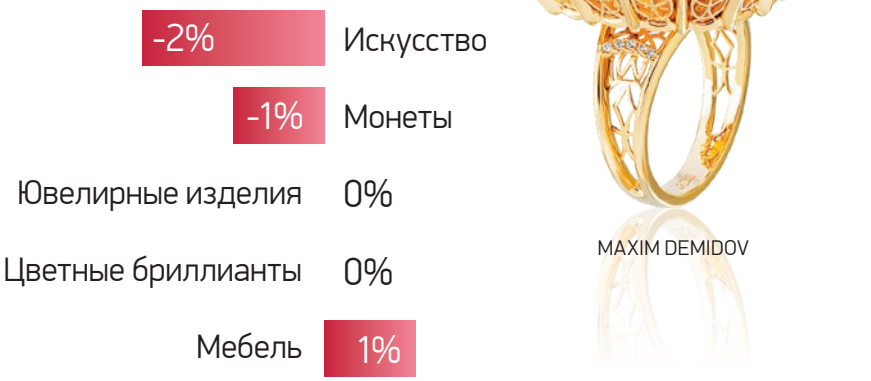
- Spirit of the Rose (14,83 карата) — самый крупный пурпурно-розовый бриллиант, проданный на аукционе. Sotheby's, $ 26,6 млн;
- Imperial jade — императорское ожерелье из бусин нефрита с рубином и бриллиантами — самое дорогое украшение из когда-либо проданных на аукционе. Sotheby's, $ 10,4 млн;
- часы Rolex Daytona Ref. 6263 из нержавеющей стали с гравировкой, принадлежавшие актеру Полу Ньюману. Phillips Racing Pulse, $ 5,5 млн.

По словам Алексея Новикова, управляющего партнера Knight Frank Russia, в 2020 г. для коллекционеров главной сложностью в охоте за подобными активами стало отсутствие возможности увидеть и оценить их вживую из-за отмены или перехода в онлайн многих аукционов. Именно поэтому ряд потенциальных

ROLEX DAYTONA REF. 6263

ГРАФИК 1

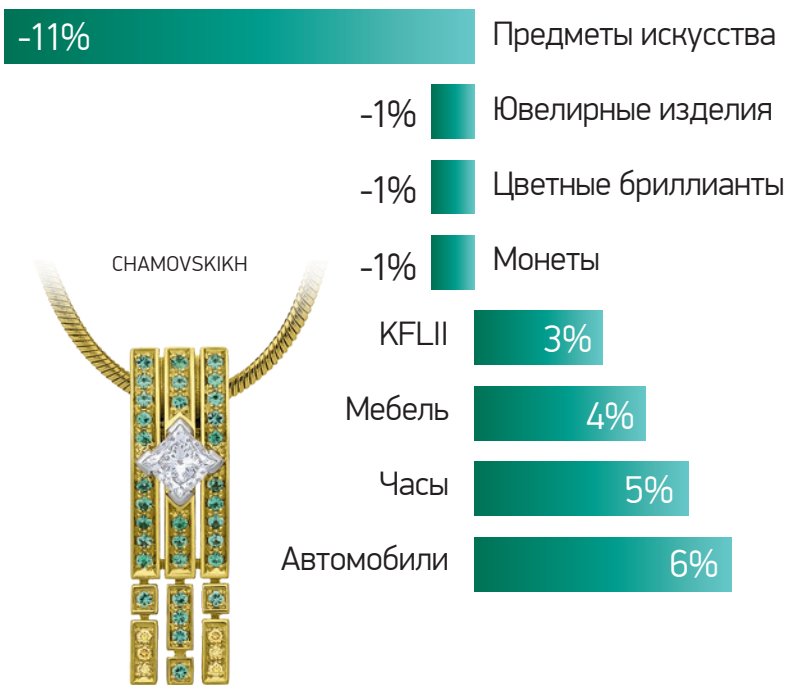
ИНДЕКС ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОСКОШИ, ПЕРВАЯ ПОЛОВИНА 2021 г.



MAXIM DEMIDOV

ГРАФИК 2

ИНДЕКС ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОСКОШИ В 2020 г.



CHAMOVSKIKH

ИМПЕРИАЛ

СРАВНЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРЕДМЕТОВ КОЛЛЕКЦИОНИРОВАНИЯ

№	Класс актива	CAGR (совокупный среднегодовой темп роста), %	Среднегодовая волатильность, %	Коэффициент Шарпа, %
1	Ювелирные украшения эпохи ар-деко, включая изделия с жемчугом	5,0	2,4	211,80
2	Ювелирные украшения, созданные в 1945–1975 гг.	4,8	2,4	196,70
4	Наручные часы	5,5	3,4	160,00
5	Коллекционные автомобили	12,0	10,1	119,10
11	Карманные часы	1,5	2,9	51,10
13	Предметы искусства и антиквариата в целом	8,4	16,9	49,70
15	Искусство старых мастеров	7,4	19,1	38,80
16	Недвижимость	6,3	19,2	33,00
17	Золото	6,1	18,6	33,00

ГРАФИК 3

ИНДЕКС ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РОСКОШИ ЗА 10 ЛЕТ

инвесторов отложили решения о покупках, и, поскольку перебои в работе крупнейших аукционных домов, а также логистические сложности продолжились и в первой половине 2021 г., долгосрочные перспективы на рынке «инвестиций страсти» мы сможем оценить позже. Однако результаты прошлого года показали, что интерес к сегменту сохранился: 23% ультрахайнетов (суперсостоятельных людей, капитал которых превышает $ 30 млн) во всем мире приобрели предметы роскоши; среди россиян этот показатель составил 17%. Топ 5 российского инвестора выглядит следующим образом: на первом месте предметы искусства, далее — украшения, часы, вино и монеты.

В инвестиционной деятельности важна не только конечная доходность, но и риск. Нужна оценка эффективности — показатель, позволяющий понять, окупается ли принятый инвестором риск. В роли такого показателя выступает коэффициент Шарпа, он был разработан в 1966 г., но за прошедшие десятилетия не утратил актуальности.

Почти 40% банкиров — респондентов Knight Frank рассказали, что благосостояние их клиентов из России в прошлом году незначительно увеличилось (менее чем на 10%), 29% опрошенных отметили, что уровень богатства клиентов остался прежним, у 14% клиенты потеряли более 10% благосостояния. При этом большинство (46%) представителей индустрии управления деньгами уверены, что в 2021 г. их клиенты смогут существенно (более чем на 10%) увеличить размер своего богатства. По мнению финансистов, больше всего беспокойств в связи с увеличением состояния у ультрахайнетов вызывают продолжающиеся ограничения, связанные с Covid-19, внутренняя политика в стране и геополитические проблемы. Именно поэтому по итогам прошлого года в топе самых популярных инвестиций в роскошь у россиян оказались вовсе не люксовые сумки, а более консервативные и надежные инструменты — предметы искусства, дорогие украшения и часы.

ГАЛЕРЕЯ ЭКСКЛЮЗИВА

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;
- скидка до 10% на услуги рекламного агентства JUNWEX;
- скидка 5% на расселение в гостиницах;
- скидка 5% на участие в семинарах и тренингах Учебного Центра JUNWEX;
- скидка 3% на посещение крупнейших мировых выставок в составе официальных делегаций;
- пользование камерами хранения на стенде Клуба.

В МЕЖВЫСТАВОЧНЫЙ ПЕРИОД:

подписка на журнал «Ювелирная Россия» и электронный еженедельник «Ювелирная Россия».

СТОИМОСТЬ АККРЕДИТАЦИИ (ДО ТРЕХ СОТРУДНИКОВ):

На год — 4500 руб.; на три года — 10 000 руб.; на пять лет — 15 000 руб.

«Платиновая карта»

В РАМКАХ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»:

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

В МЕЖВЫСТАВОЧНЫЙ ПЕРИОД:

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

СТОИМОСТЬ АККРЕДИТАЦИИ (ДО ШЕСТИ СОТРУДНИКОВ):

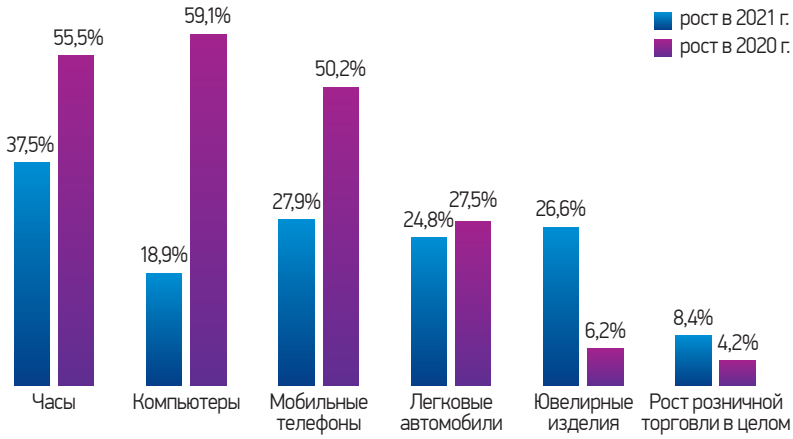
Первый год — 40 000 руб., второй год — 20 000 руб.;
на 3 года — 70 000 руб. (продление — 50 000 руб.); на пять лет — 100 000 руб. (продление 80 000 руб.).

На правах рекламы

Со ссылкой на Росстат

Согласно исследованиям Росстата, в январе — сентябре 2021 г. увеличился спрос на товары длительного пользования по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В частности, официальная статистика утверждает, что продажи часов выросли на 37,5%, мобильных телефонов — на 27,9%, ювелирных изделий — на 26,6%, автомобилей — на 24,8%,

КАК РАСТУТ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ И ПРЕДМЕТОВ РОСКОШИ (ПО ДАННЫМ 2021 г.)



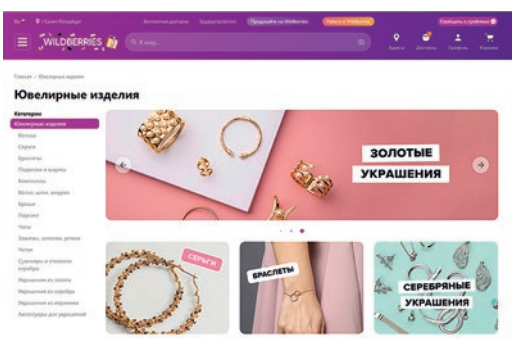
Ювелирный рынок последние несколько лет не показывал положительной динамики, с 2021 г. ситуация начала выправляться. Если в 2018 г. его объем составлял 221 млрд руб. (снижение на 7,1% по сравнению с 2017 г.), то к концу 2021 г. государственные эксперты ожидают показателя 239 млрд руб. Однако игроки рынка, и в первую очередь ритейлеры, утверждают, что разрыв между стоимостью ювелирных изделий и динамикой доходов населения по-прежнему неуклонно увеличивается, поэтому привлекательность этой категории товаров в дальнейшем будет снижаться. В 2021 г. цены на отраслевую продукцию выросли на 20–40%. В массовом сегменте величина среднего чека увеличилась, но в количественном и весовом выражении объем проданных драгоценностей сократился, утверждают представители торговли.

> «Разрыв между стоимостью ювелирных изделий и динамикой доходов населения по-прежнему неуклонно увеличивается.

Графики нынешнего роста ювелирного рынка демонстрируют, что наиболее активно ведут себя два крайних ценовых сегмента. На фоне нестабильности иных традиционных инвестиционных инструментов потребители все чаще рассматривают элитные украшения как привлекательный актив. Что касается наиболее дешевого ассортимента, то спрос в этом сегменте показывает, что люди все еще готовы тратить деньги на ювелирные изделия, и, как правило, это не последние деньги.

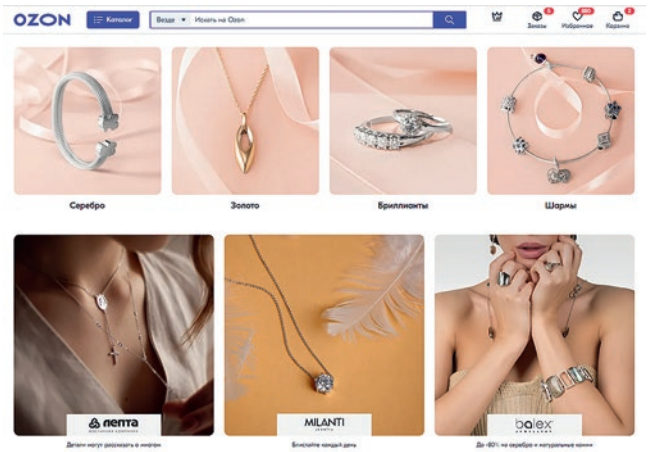
Согласно исследованию World Gold Council, опубликованному в ноябре 2021 г., 6% всех реализуемых изделий из золота покупаются онлайн. В России доля интернет-торговли пока не превышает 5%, однако продажи в Сети имеют потенциал роста до 20%. За последний год маркетплейсы резко увеличили активность на ювелирном рынке. Так, по данным WildBerries, в 2021 г. жители Санкт-Петербурга приобрели более 76 000 шт. украшений из драгоценных металлов, что на 60% больше, чем в 2018 г. В 2020 г. оборот ювелирной продукции на маркетплейсе достиг 5 млрд руб., а в первой половине 2021 г. — 2,6 млрд руб., что на 50% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Средний чек в 2020 г. был около 1655 руб., к маю 2021 г. он подрос до 1688 руб.

Ранее основатель WildBerries Татьяна Бакальчук отмечала, что на фоне высокой инфляции россияне стали покупать больше шуб, ювелирных изделий, стиральных машин, холодильников и при этом экономить на товарах повседневного спроса. Пандемия обратила взоры потребителей на то, что «люди привыкли



считать надежным вложением», — добавила Бакальчук. Наблюдая за быстрыми темпами подорожания товаров, люди стараются купить дорогие вещи сейчас, опасаясь, что в дальнейшем не смогут этого сделать, и, возможно, надеясь выгодно продать их в будущем. При этом из-за слишком высокой стоимости автомобилей и недвижимости потребители выбирают более доступные активы.

Соглашается с такими оценками и директор по развитию бизнеса Ozon Илоанга Ершова. По ее мнению, доля онлайн-торговли в РФ в ближайшее время увеличится почти в два раза и составит около 15% от объема розничной торговли. За прошлый год оборот продаж ювелирных изделий на Ozon вырос в 5,4 раза, В 2021 г. тенденция сохранилась: в первом квартале показатель увеличился вчетверо, но на средний чек это не повлияло — он остался на уровне 2000 руб. Статистика маркетплейса фиксирует и увеличение числа продавцов ювелирных изделий: по итогам первого квартала 2021 г. оно выросло более чем в четыре раза.



Что касается статистики AliExpress, то с 1 апреля по 30 сентября 2021 г. оборот онлайн-покупок из нашей страны на этой площадке достиг 133,3 млрд руб. и увеличивается рекордными темпами: в течение указанного периода показатель роста составил 126%. «AliExpress Россия» запустил локальное приложение для iOS и Android, положительно воспринятое пользователями, благодаря чему улучшились показатели лояльности — как коэффициент удержания клиентов, так и частота покупок. Пользователи проводят в локальном приложении на 20% больше времени, чем в глобальной версии.

Завершить аналитический обзор рынка хотелось бы еще одним прогнозом, как бы подводящим итог рассуждениям об онлайн-торговле ювелирными изделиями. Эксперты АК «АЛРОСА» утверждают: к 2025 г. доля российских продаж в Сети достигнет 25% от мирового объема онлайн-торговли драгоценностями.

CORONA™

Модно, стильно и недорого!

Приходите на стенд

G-504

157940, Костромская обл.,
пгт. Красное-на-Волге,
ул. Луначарского, д. 33,
т./ф.: (49432) 3-11-11, 3-11-13
e-mail: corona.info@mail.ru

На правах рекламы

ГИИС ДМДК: вопросы и ответы

В соответствии с п. 10 Постановления Правительства РФ от 26 февраля 2021 г. № 270 «О некоторых вопросах контроля за оборотом драгоценных металлов, драгоценных камней и изделий из них на всех этапах этого оборота и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» участникам рынка необходимо до 15 января 2022 г. передать в ГИИС ДМДК сведения об остатках драгоценных металлов, драгоценных камней, ювелирных и других изделий по данным бухгалтерского учета на 1 января 2022 г.

К сожалению, очередной этап внедрения ГИИС ДМДК был назначен на не самое удачное для участников рынка время — период новогодних праздников. Однако, как показала практика, это стало не основной сложностью. Чтобы узнать о путях решения некоторых возникших перед отраслью проблем, мы обратились к руководителю компании «Ювелирсофт» Дмитрию Румянцеву.

Как Вы оцениваете готовность рынка к прохождению очередного этапа внедрения ГИИС ДМДК? Каковы предварительные результаты выгрузки в системе данных об остатках?

Готовность рынка сложно оценить в двух словах. Многие ожидали, что сроки внедрения будут смещены регулятором на более поздние, а когда стало ясно, что никто ничего менять не будет, то все разом ринулись искать готовое решение или стараться обновить свои старые программы учета до версий с рабочим функционалом интеграции с ГИИС. А обновления, установки и так далее, к сожалению, требуют времени и рабочих ресурсов. Сказалось на результатах и не всегда корректное ведение

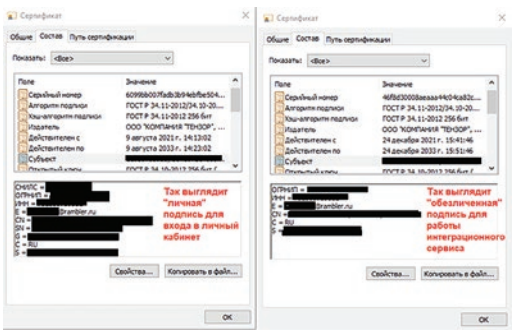
участниками рынка своих учетных систем. Мы в своих продуктах добавили всевозможные проверки, защиты, но и этого оказалось мало. Часть проблем при выгрузке в ГИИС ДМДК — это ошибки учета, часть — ошибки следования инструкциям, ну и нельзя списывать со счетов большую загрузку серверов Гознака, которым необходимо было не только «переварить» и систематизировать всю полученную информацию, но еще и дать участникам ответ с присвоенными им ИНП и УИН.

Как Вы прокомментируете ситуацию с обезличенными подписями? Кому они нужны и когда их можно получить?

В октябре 2021 года мы подняли этот вопрос перед регулятором. Ответ был такой: «Обезличенные подписи будут нужны всем — как юридическим лицам, так и индивидуальным предпринимателям для работы через интеграционный сервис ГИИС ДМДК». Для работы в личном кабинете нужна другая — «личная» подпись. Различаются они наличием в электронной подписи для входа в личный кабинет такого атрибута, как СНИЛС.

Тогда же, в октябре, мы попытались связаться с основными удостоверяющими центрами, чтобы они начали выпускать эти «обезличенные» подписи. В их выпуске для юрлиц ни у кого проблем не возникло, а вот для ИП начали выпускать только в СБИС «Тензор».

Но и тут нам законодательство пошло «навстречу». С 1 января 2022 года обезличенные электронные подписи имеют право выдавать только ФНС и его доверенные центры. Соответственно, кто успел получить обезличенную подпись до 1 января, — молодцы; кто не успел, — к сожалению, нужно ждать, когда их выпуск наладит ФНС.



Алексей Густов, «Империал»:

Конечно, ситуация в отрасли сейчас сложная. Мы готовимся к новому этапу работы очень серьезно. С помощью наших партнеров — компании «Ювелирсофт» мы установили платформу 1С, чтобы загрузить остатки товара. Установили пробную платформу в ГИИС ДМДК — тренируемся, пробуем. Вопросов много. В новогодние праздники будем работать однозначно, чтобы все изделия, которые мы привезем на выставку, были полностью маркированы согласно новым требованиям. Главный вопрос, с которым к нам обращаются клиенты, — о разбивке изделий отдельно по весу металла и весу вставок. Наша компьютерная программа позволяет это сделать, поэтому мы оперативно сообщаем такую информацию.

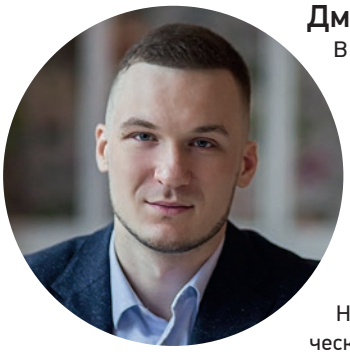
Беспокойство ритейлеров понятно — у них на складе много остатков от огромного числа поставщиков (многих из которых уже не существует). Но и у нас, производителей ювелирных изделий, тоже есть вопросы, ответы на которые не могут пока дать и сами разработчики системы.

Что такое агрегированная партия?

Это партия ювелирных изделий, сформированная по какому-либо признаку (например, пробе и собственнику). Агрегированные партии будут использоваться только для ввода в систему остатков. То есть, передав в ГИИС в период с 1 по 15 января 2022 года информацию о том, что на бухгалтерском учете есть 1000 колец из золота 585° и 150 браслетов из золота 750°, вы не нарушите законодательства.

Марина Слотина, Sergey Slotin:

Хотелось бы получить от разработчиков ГИИС ДМДК четкую информацию: как нам в остатках ювелирных изделий высчитывать вес вставок, чтобы правильно указать вес металла? Практика показывает, что погрешность получается очень большая. Допустимо ли это и в каких пределах? Сейчас поставщики нам активно помогают, отправляя информацию по изделиям с разбивкой по весу металла и вставок. Но в графе «Итого» часто цифры не сходятся. Должен быть, на мой взгляд, некий нормативный или законодательный документ, фиксирующий, какие погрешности допустимы при подобном учете. В случае серебряной продукции, я считаю, можно заполнять только графу «вес изделия», не вычленяя отдельно вес камней и вес металла.



Дмитрий Болсун, «Алькор»:

В нашей компании ситуация с ГИИС ДМДК находится под постоянным контролем. Около года назад мы начали проект по внедрению системы, закрепили за ним менеджера, ответственных по участкам и регулярно проводим собрания рабочей группы. Цель этих собраний — фиксировать изменения ситуации, а их немало в ходе внедрения такой гигантской системы! Новые разъяснения Минфина, новые технические решения по внедрению, новые вопросы, которые неизбежно возникают у тех, кто на практике пробует освоить каждый этап. Если не отслеживать изменения и вовремя не отвечать себе и коллегам на возникающие вопросы, в потоке информации легко утонуть. Нам удалось найти ответы не только для себя: мы выпускаем памятки и разъяснительные материалы об этапах введения ГИИС для наших партнеров. Рад, что у нас получилось подготовиться к сложившейся ситуации заранее и системно. Результат такого подхода: мы планируем привезти на февральскую выставку «JUNWEX Петербург» продукцию с присвоенными УИН и новыми бирками, чтобы снять хотя бы часть проблем с клиентов компании.

Как выгружать сведения об изделиях из серебра? Со вставками или без?

Регулятор дал в этом плане послабление: высчитывать вес недрагоценных вставок в серебряных изделиях не надо — соответственно, сообщаем их общий вес. Если в серебряных изделиях есть драгоценные вставки, то необходимо передавать в ГИИС не только вес металла, но и количество камней в них.

Как быть с изделиями, которым уже присвоен УИН, но они будут в ближайшее время проданы?

Реализованные изделия в настоящий момент можно вывести из оборота через личный кабинет ГИИС ДМДК. В наших программах этот функционал появится в течение января. Мы надеемся, что можно будет разово (раз в сутки) передавать в систему сведения о выбытии изделий (в случае розничных продаж) — это не потребует больших доработок с нашей стороны и не заставит участников рынка подключать к интеграционному сервису все их точки продаж. Как в дальнейшем будет работать универсальный транспортный модуль, пока сказать не могу, так как Гознак в систему его еще не интегрировал.

Как корректировать информацию о партиях изделий, выгруженных в ГИИС ДМДК?

В настоящий момент доступна возможность корректировки переданных данных только через списание партии в личном кабинете ГИИС ДМДК. Мы приложим все усилия, чтобы в ближайших релизах нашего программного обеспечения это происходило максимально безболезненно для учетных систем и самих пользователей. По заверению регулятора, возможность полной корректировки будет доступна до 1 марта 2022 года, а до 1 апреля необходимо передать данные об остатках с учетом их реализации с 1 января по 31 марта.

До какого срока необходимо получить УИНы?

В момент передачи в ГИИС сведений об агрегированной партии под нее резервируется определенный пул УИНов; срок их «жизни» составляет 90 дней. Поэтому до 1 марта необходимо эти УИНы распределить между своими изделиями и направить в систему информацию об их присвоении.

Если программа зависла — «ни ответа, ни привета...», что делать?

Подобная ошибка возникает в случае, когда вы передаете данные в пиковые моменты нагрузки на серверы ГИИС ДМДК. Тут два варианта развития событий. Первый — дождаться ответа. Второй (если ответ так и не

был получен) — удалить ID запроса и повторно передать данные. К сожалению, начиная с 10 января таких случаев достаточно много.

Если пользователь не успевает настроить программу учета или интеграцию, можно ли будет сначала внести сведения об агрегированных партиях через личный кабинет ГИИС, а потом перейти к присвоению УИНов через «Ювелирный торговый дом»?

Да. Изначально нами было предусмотрено три варианта работы с ГИИС. План А: пользователь, при наличии программы учета с встроенным модулем интеграции и настроенной программы Stunnel, передает сведения об агрегированных партиях в ГИИС и получает УИНы. План В: у клиента возникли сложности, и на период с 1 по 15 января 2022 года у него либо еще нет учетной системы, которая умеет взаимодействовать с ГИИС, либо не настроена интеграция. В этом случае клиент передает через личный кабинет сведения об агрегированных партиях по состоянию на 1 января 2022 года, а когда появится настроенная на интеграцию программа учета, можно оттуда легко скопировать ИНП выгруженной партии и перенести его в аналогичную партию в свою учетную систему (в нашем случае это «Ювелирный торговый дом») и впоследствии перейти к присвоению УИНов через сервис интеграции. План С: пользователь работает исключительно в личном кабинете ГИИС, вводит информацию об агрегированных партиях и присваивает изделиям УИНы.

Сведения о некоторых изделиях со вставками загружались с помощью dbf-файлов от поставщиков — без характеристик; как сейчас внести туда вес вставок?

На нашем сайте размещен ряд обучающих видеороликов (https://uvelirsoft.ru/giis-faq/kak-gruppoy-zapolnit-kharakteristiki-nomenklatury/), призванных помочь игрокам рынка в этом вопросе.

Какие коды ОКПД2 присваивать?

Основная масса изделий — это 32.12.13.110 «Изделия ювелирные из золота и их части», 32.12.13.120 «Изделия ювелирные из серебра

БУДЬ В КУРСЕ!

Самые важные новости ювелирной индустрии

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

Читайте на нашем сайте www.junwex.com
самую актуальную информацию
из мира ювелирной отрасли

Комментарии зарубежных экспертов

Изменения в законодательстве

Об опытных игроках рынка и новичках индустрии

Тенденции и прогнозы
российской ювелирной торговли

Будьте в курсе с JUNWEX.COM!

СЛЕДИТЕ
ЗА НАШИМИ НОВОСТЯМИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ:

@junwex_official
@junwexpremium
junwex_fair
junwex

На правах рекламы

Михаил Виноградов, KLONDIKE:
Внедрение ГИИС ДМДК — сложный, а зачастую и очень болезненный для наших партнеров процесс. Многие не знают и не понимают его, отказываются принимать новую реальность, прекращают отборки товара у поставщиков. Наша компания разработала целый комплекс мер поддержки партнеров в связи с введением ГИИС ДМДК. Мы готовы ко всем переменам. На сегодняшний день остатки продукции полностью введены в систему учета. Созданы dbf-файлы с необходимой нашим покупателям информацией по остаткам для загрузки в систему сведений по текущим реализациям. Любой наш оптовый клиент может обратиться к своему персональному менеджеру и запросить информацию со спецификацией по драгоценным металлам и драгоценным камням относительно своих остатков. С начала 2022 года будем выпускать ассортимент уже с присвоением каждому изделию УИН.

и их части», 32.12.13.130 «Изделия ритуально-обрядовые из драгоценных металлов», 32.12.13.190 «Изделия ювелирные из прочих драгоценных металлов и их части» и так далее. Для гранул рекомендуем указывать 24.41.20.130 «Золото полуобработанное». В наших программных продуктах мы постарались заполнить справочник ОКПД2 в соответствии со справочником ГИИС ДМДК.

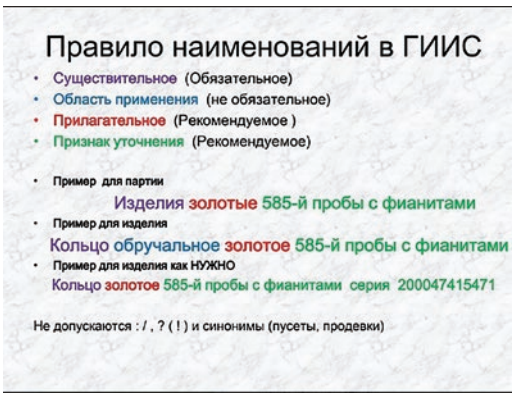
Интеграция с ГИИС ДМДК полностью освободит от необходимости заходить в личный кабинет ГИИС ДМДК?
К сожалению, нет. Есть ряд вещей, которые считаются «юридически значимым действием», и их необходимо будет делать в личном кабинете ГИИС ДМДК с использованием своей «личной» подписи (которую используют для входа в личный кабинет). Речь идет о таких действиях, как подписание спецификаций, квитанций и так далее.

Если компания передала сведения об агрегированных партиях в ГИИС, а информация о ювелирных изделиях появилась во вкладке «Полуфабрикаты», так и должно быть?
Да. В раздел «Ювелирные изделия» попадают только изделия с УИНами. После присвоения агрегированной партии УИНов в партии полуфабрикатов количество изделий обнулится, как и вес химически чистого металла. Вес самой партии не изменится — видимо, так и задумано регулятором, чтобы можно было внешне отличать партии одну от другой.

Как проводить остатки от поставщика-импортера?
Поле ТН ВЭД в ГИИС ДМДК не обязательное. Соответственно, выгружаем сведения в категории изделий «Неизвестного производителя».

Как рассчитывать вес недрагоценных вставок?
Регулятор допускает расчет с применением «Экспертного мнения». Кроме того, уже существуют таблички с примерным расчетом весов, а кто-то отнимает «процент» от веса изделия. Неточность ввода информации вскроется только при передаче этих изделий в аффинаж, но аффинажные заводы делают справку-расчет и тем самым откорректируют данные по содержанию драгоценного металла.

Какими источниками информации можно воспользоваться при подготовке к выгрузке данных в ГИИС ДМДК?
Мы предлагаем своим клиентам воспользоваться инструкциями для наших продуктов и видеозаписями вебинаров, размещенных на YouTube. Ссылки на эти ресурсы можно найти на сайте uvelirsoft.ru. Ответы на ваши вопросы вы можете получить также на нашем канале в Telegram (https://t.me/uvelirsoft_hotline).



Решение ТехИнКом:

Управление ювелирной торговлей превращает типовую конфигурацию 1С: Управление торговлей в отраслевое решение для оптово-розничных торговых предприятий розничной торговли. При этом вы получаете доступ ко всем функциям типового решения от 1С.

ФУНКЦИОНАЛ РЕШЕНИЯ

Интеграция с ГИИС ДМДК	Отчетность в Росфинфмониторинг	Мониторинг и анализ показателей деятельности предприятия	Управление розничными продажами
Управление оптовыми продажами	Ценообразование	Управление отношениями с оптовыми покупателями	Управление закупками
Учет работы с производителями по давальческой схеме	Управление складом и запасами	Казначейство	Расчет финансового результата и интеграция

Более подробно ознакомиться с функционалом системы вы можете на сайте www.jwtrade.ru

БЫСТРОЕ НАЧАЛО РАБОТЫ В СИСТЕМЕ

Для работы системы необходимо:

1. Приобрести 1С: Управление торговлей, клиентские лицензии 1С и лицензию на сервер 1С (при необходимости).
2. Установить и настроить наше расширение ТЕХИНКОМ: Управление ювелирной торговлей.
3. Перенести остатки из действующей системы учета или загрузить остатки через Excel-файл по разработанному шаблону.

ТехИнКом Технологии Инновационных Коммуникаций

Управление Ювелирной Торговлей

Отраслевое решение на базе 1С: Управление Торговлей

Подержка функционала ГИИС ДМДК и отчетность в РосФинМониторинг

Открытый код и возможность проводить доработки специалистами 1С

Лицензирование без ограничения количества рабочих мест

*Требуются лицензии для работы платформы 1С

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

На правах рекламы

О любимых партнерах

На каждой выставке JUNWEX мы беседуем с ее участниками — руководителями производственных компаний о том, что нового произошло за последнее время на их предприятиях, какими новинками они готовы привлекать торговых партнеров. В этот раз мы решили изменить традициям и попросили ритейлеров рассказать об одном из своих постоянных поставщиков.

Евгения Трунова, ИП Ворьбьев А. С. (Сосногорск):
Мы на JUNWEX приезжаем за красотой. И одна из компаний, без отборок на стенде которой уже почти пять лет у нас выставки не обходятся, — это «Династия». Мы начали сотрудничать сразу, как только увидели ее изделия — не такие, как у всех. «Династия» привнесла в привычный ювелирный дизайн что-то новое, интересное, свое. Изначально нас зацепила «бескаменка», сейчас мы закупаем у компании и замечательные изделия с фианитами — подвески, шикарные колье. Изделия «Династии» продаются в первую очередь. Хиты: подвески для мамы (с образами мальчика или девочки) и «Дерево жизни» — разбираются как горячие пирожки. В последнее время компания активно развивает молодежное направление: пусеты и серьги-продевки смотрятся очень стильно.
Предприятие выпускает широкий диапазон продукции на любую возрастную категорию покупателей — от мала до велика. Наша сеть работает только с изделиями из красного золота, но у «Династии» есть все варианты — и в лимонном, и в белом золоте. Отполированы украшения безупречно, брака нет. Нельзя не отметить и замечательный коллектив компании — профессиональный и всегда дружелюбный. Желаю команде ЮД «Династия» развиваться в том же направлении, удивлять нас красотой и не болеть!

Альбина Маркеева, «24 карата» (Сургут):
Первым делом на выставке всегда идем к «Марказиту». С этой компанией мы познакомились практически сразу, как только она появилась, — на «JUNWEX Петербург». Изделия с марказитами очень понравились нашим покупателям. С каждой последующей выставкой ассортимент компании становился все шире и многообразнее — на разные группы клиентов: от украшений для девочек до шикарных часов с камнями для дам. В этот раз мы закупили «бескаменку» и броши, которые нравятся и нам, и нашим покупателям. Броши от «Марказита» — эффектные, а главное — универсальные: их можно носить и как броши, и как подвески. Это удобно и бюджетно.

Наша сеть насчитывает восемнадцать магазинов: девять работают с серебром, девять — с золотом. Мы достаточно легко справились с трудностями пандемийного периода, оперативно организовали продажи через Instagram, поэтому сейчас не собираемся останавливаться в развитии. Бояться нечего. Праздники: дни рождения, юбилеи и так далее — никто не отменял. Несмотря на

пандемию, люди хотят радовать своих близких драгоценными подарками. Тем не менее ситуация с покупательским спросом в нашем регионе за последние годы изменилась. Офисы ряда градообразующих предприятий были переведены в Санкт-Петербург и другие крупные центры, в Сургуте увеличилась численность приезжих. В связи со сменой клиентской аудитории покупательская способность снизилась. В наших магазинах, специализирующихся на серебре, средний чек составляет четыре тысячи — четыре тысячи пятьсот рублей. Мы стараемся предложить не массовочный, а коллекционный ассортимент, поэтому привыкли к отборкам руками. Меньше работы по каталогам и онлайн-заказов — больше выбора вживую. Когда перебираешь изделия руками, то чувствуешь их, понимаешь, что именно везешь для своего покупателя. И клиентам мы тоже стараемся донести мысль, что выбираем для него из колоссального ассортимента самое лучшее.

Желаю «Марказиту» не сдаваться, ко всем внешним сложностям относиться как к неизбежному, принимать это и смело двигаться вперед — продолжать делать наше общее любимое дело!

Ольга Ермолаева, Premiere (Тверь):

Наш салон основан в 2002 году и в настоящее время находится в самом престижном и популярном отеле города — «Гранд-отель Звезда». Само расположение салона, знаменитые гости отеля, среди которых много деятелей культуры и бизнеса из столицы и стран ближнего и дальнего зарубежья, — все это заставляет нас постоянно двигаться вперед и искать перспективные направления развития бизнеса.

Накопленный опыт и анализ рынка позволяют нам постоянно находить новые компании, предлагающие выгодные условия и производящие качественные ювелирные изделия с уникальным дизайном. Приняв решение о запуске собственного бренда — Eliz Jerome, в качестве партнера мы выбрали компанию «Платика». Ее преимущество — выпуск актуального ассортимента с безупречным качеством и современным дизайном. Колье, трансформирующиеся в серьги и браслеты, трендовые модели асимметричных серег, другие оригинальные украшения — все модное, яркое и элегантное. Важнейшим фактором для меня является и привлекательная стоимость изделий. Зная потребности наших покупателей, я вижу, что эта молодая компания может составить достойную конкуренцию многим брендам, давно работающим на рынке.

Софья Шафран, «Кольца&Кофе» (Абакан):

Мы уже в июле купили билеты на осеннюю выставку и не сомневались, что поедем. Торговать-то надо: впереди Новый год, товар уже распродан. И конечно, первым делом на выставке мы пришли на стенд Pokrovsky. Несмотря на то что с этой компанией мы познакомились всего год назад, наше сотрудничество очень плодотворное. В трех из четырех магазинов нашей сети по массовому ассортименту повседневных украшений изделия бренда занимают не меньше тридцати процентов всего объема товара. За очень короткий срок компания завоевала лидирующие позиции в наших продажах, потому что выпускает модные молодежные коллекции с очень хорошим дизайном. Только колец на фалангу более двадцати вариантов, широкий ассортимент кафф, есть кольца больших размеров для большого пальца, минималистичные колье, все для создания многослойности. Эти украшения стопроцентно отвечают трендам сегодняшнего дня.

Большое спасибо команде Pokrovsky — профессиональной, отзывчивой, всегда готовой прийти на помощь. Желаем предприятию дальнейшего развития и сотрудничества с талантливыми прогрессивными дизайнерами!

Белые блестящие... войны

В этой статье хочу кратко рассказать об эволюции гальванических покрытий от появления белого оттенка в конце 2000-х годов до вариантов сегодняшнего дня.

Причина появления гальванических покрытий — абсолютная неспособность серебряных украшений долго сохранять свой цвет. Они темнели в витринах, на складах, на покупателях. Окисляемость серебра — процесс неизбежный. Ритейлу приходилось иметь дело в определенной степени со «скоропортящимся» товаром.

Впервые ювелирный рынок увидел выход из этого положения в 2000-х годах с появлением родирования. Многие помнят баночки с двумя граммами родия от различных производителей. Родировать серебряные изделия начали практически все ювелирные компании. Немудрено, ведь, если мне не изменяет память, стоимость такой баночки была около 6000 руб. И ценовая составляющая родирования была смешная — 1,5 рубля за грамм, с подложкой — 2–2,5 рубля. При стоимости металла 15 рублей за грамм получался великолепный результат — недорогие родированные серебряные украшения, которые не темнели. Все помнят рекорды продаж такой продукции в 2007–2008 годах.

Однако появление на рынке первых родированных изделий было встречено ритейлом, мягко скажем, настороженно. Что только не говорили о полученном после покрытия оттенке: «Зачем мне эта железяка? Это сталь, а не серебро! Верните первозданный цвет серебра!». Трудно представить такое сейчас, когда появление на прилавке изделий с естественным цветом серебра, наоборот, довольно редкое явление!

Быстрое завоевание родированными украшениями значительной доли рынка обусловилось и легкостью процесса родирования. В небольшой установке-«стакане», доступной любому ювелиру, можно было наносить покрытие одновременно на несколько изделий. На крупных предприятиях имелись профессиональные и объемные гальванические ванны.

Родий (Rh, лат. Rhodium) — элемент 9-й группы 5-го периода Периодической системы химических элементов, атомный номер 45. Это благородный металл платиновой группы. Ежегодно в мире добывается менее 30 тонн родия. В 2019 году добыли 757 000 унций

(около 26 702 кг) этого металла. Месторождения родия находятся на территории ЮАР (на нее приходится 80% добычи). Родий активно применяется в изготовлении автомобильных катализаторов — до 81% всего добытого материала направляется именно в эту сферу. В последние десятилетия в связи с переходом производства двигателей на экологический стандарт «Евро-4» автомобилестроение забирает практически весь объем добытого в мире родия. Отсюда и значительные колебания цены на металл, и наметившаяся тенденция постоянного ее роста. А с появлением в ЮАР нового штамма коронавируса «омикрон» мы вправе ожидать и новых ценовых рекордов на родий.

Помимо родия в платиновую группу входят платина, иридий, рутений, палладий, осмий. Палладий — весьма важный металл в родировании или платинировании. Дело в том, что этот процесс в обязательном порядке должен происходить с нанесением промежуточного слоя — так называемой подложки. Идеальнее, чем палладий, подложку найти трудно. Серебро — весьма живой металл, его нужно в обязательном порядке блокировать, ему нужен «саркофаг». Иначе серебро будет дышать через финишный родиевый слой и все равно окисляться. Родий — очень твердый металл, но с дырявой кристаллической решеткой. А у палладия решетка, наоборот, тесная, и он идеально работает грунтовкой. Никому же в голову не придет, например, купив дорогую краску, наносить ее на забор без грунтовки.

Многие из вас наверняка сталкивались с ситуацией, когда родированные украшения со временем все же потемнели, пожелтели. К сожалению, некоторые производители, включая иностранных, грубо нарушают технологию и родируют без подложки. Это бомба замедленного действия, грубый обман покупателя, который не может проверить точность соблюдения технологии, платит деньги за родирование, а в итоге через какое-то время остается с почерневшими украшениями.

В этом году свершилось наконец событие на рынке гальванических покрытий! Появилось блестящее платинирование, которое ранее не было доступно из-за отсутствия формулы, позволяющей сделать соответствующие электролиты. Этот факт позволил получить доступное белоснежное покрытие либо платины в чистом виде, либо в ее комбинации с родием.

Платина (Pt, лат. Platinum) — химический элемент 10-й группы 6-го периода Периодической системы элементов, с атомным номером 78. Этот блестящий благородный металл серебристо-белого цвета — один из самых твердых (549 МПа по шкале Виккерса).

Со школьных лет нам вещали, что платина — царь металлов, а про родий большинство из нас вне кабинета химии раньше даже и не слышали. Сейчас, когда рынок родированных украшений из золота или серебра уже сформировался, появление платинированных украшений ритейл опять встречает со скепсисом. Но если спросить конечного потребителя, что ему больше знакомо — родий или платина, многие назовут именно второе. В сознании людей прочно сформировался образ платины как редкого благородного металла. А родий подчас воспринимается как некий «технический» металл.

Оттенки у покрытий из родия и платины несколько разные, но оба блестящие и белоснежные. Там, где необходимо подчеркнуть, например, благородство бриллианта, больше подходит родий. В изделиях без вставок можно использовать и родий, и платину.

В ответ на справедливый вопрос моих клиентов, насколько платиновое покрытие износостойкое, я привожу одну цифру: 1500 кг. Именно на такой объем серебряной продукции в этом году мы нанесли это покрытие с помощью нашего авторского гальванического комплекса «Платина 999 Pro — Nano-coating Ultra». Именно столько изделий с платиновым покрытием реализовали заказчики.

На рынке наконец появилась альтернатива в предложении белого блестящего покрытия. И это главное!

Сергей Паников, «Фабрика гальваники»

«В этом году появилось блестящее платинирование, которое ранее не было доступно из-за отсутствия формулы, позволяющей сделать соответствующие электролиты.

«ФИТ»: на пути к новым победам

Статья о развитии канала продаж компании «ФИТ» на YouTube, опубликованная в прошлом номере журнала «Ювелирная Россия», вызвала много откликов. И это не случайно — тема онлайн-продаж как одного из наиболее востребованных сегодня форматов ювелирного бизнеса по-прежнему необычайно актуальна. По просьбам читателей мы продолжили разговор с Викторией Масловой, руководителем направления розничных продаж компании «ФИТ».

Ситуация на рынке в нашей пандемийной действительности меняется стремительно. Наверняка эти изменения отражаются и на онлайн-продажах. Какие тренды Вы наблюдаете в последнее время?

Первое, на что следует обратить внимание: тенденция роста объемов онлайн-торговли сохраняется. Мы рады, что успели развить это направление заранее, и нам не пришлось, как многим компаниям, предпринимать какие-то шаги в спешке, когда начался карантин. Людям удобно совершать покупки в Интернете, тем более что появляются все новые и новые возможности сделать этот процесс максимально комфортным: видео, виртуальные примерки и так далее.

Елена Колесникова (Сальск, Ростовская обл.): Очень рада, что моя любимая компания получила заслуженную награду!

География онлайн-покупок продукции «ФИТ» очень широкая. Например, наши постоянные клиенты живут в поселке Курагино Красноярского края, селе Ой в Республике Саха. Подчас в отдаленных от столиц регионах, в маленьких населенных пунктах у покупателей вообще нет выбора ювелирных изделий. Приобретая у нас украшения, люди с гордостью говорят: «Ни у кого такого больше нет!».

Еще один заметный тренд — спрос на линейку изделий с натуральными камнями. Поэтому зачастую мы делаем одну модель с различными вариантами вставок, иногда их число доходит до тридцати. Стараемся выбирать редкие, нетипичные для массового

ювелирного производства камни. Некоторые покупательницы даже собирают коллекцию одинаковых украшений с разными вставками, например наш популярный гарнитур «Маки» или кулон «Инопланетянин». В зависимости от той или иной комбинации камней разных размеров, огранки, фактуры, рисунков изделия получаются то более гламурные, то забавные, то романтичные… Это нравится покупателям, которые хотят иметь индивидуальные и неповторимые украшения.

Как отреагировали подписчики канала на новые работы компании, завоевавшие первое место в конкурсе «Лучшие украшения в России 2021»?

Обычно, как только мы начинаем рассказывать о подготовке к выставке, клиенты уже желают нам победы в конкурсе, хотя мы заранее не заявляем о своем участии. В рамках «JUNWEX Москва» мы заняли первое место — к такой победе мы шли и готовились очень долго. Подписчики за нас всегда болеют и переживают.

Победа в престижном состязании профессионального мастерства не только добавляет ценности изделиям, но и повышает репутацию компании. Например, когда в 2020 году диплом победителя получила цепь «Генерал-адмирал», этим информационным поводом воспользовалась наша партнерская сеть «Империя Золота» (Магадан): региональная новостная редакция программы «Вести» показала видеорепортаж о наших коллекциях. И конечно, нам очень важно, что о наших произведениях рассказывают ведущие эксперты-искусствоведы на страницах журналов «Ювелирная Россия» и «Лучшие украшения в России».

Как готовитесь к февральской выставке, чего ждать клиентам — в офлайн и в онлайн?

Мы ввели в ассортимент изделия из золота. Работаем над тем, чтобы привлечь аудиторию покупателей, которая ориентирована на эту категорию изделий. Мы показываем, что украшения из белого золота можно идеально миксовать с серебряными, создавая интересный образ.

Представим на выставке расширенную коллекцию ремней с оригинальными пряжками из серебра с природными камнями. Такую продукцию можем предложить только мы. Среди новинок — женские и универсальные модели, изделия с символом года и так далее. Кроме того, поклонников наших цепей и браслетов мы тоже порадуем небанальными авторскими работами. До встречи на выставке!

> «В рамках «JUNWEX Москва» мы заняли первое место — к такой победе мы шли и готовились очень долго.

Светлана Мелтонян (Ростов-на-Дону): Вы волшебники, как же радостно, что это производство — Россия, а не Китай. Удачи вам и международных наград!

София Медведева (Чемодановка, Пензенская обл.): Вау, как же прекрасно это выглядит. Мастера, целую ваши руки, столько работы было проделано! Очень приятно смотреть на работу людей, которые по-настоящему любят свое дело, ведь только тогда получается такой результат.

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

Приглашаем Вас принять участие в закрытой встрече для членов Клуба «Российская Ювелирная Торговля»

В ПРОГРАММЕ:

- p2p group;
- арт-терапия;
- мастер-класс от стилистов «Искусство быть самой»;
- подведение итогов конкурса «Икона стиля»;
- фотосессия для участниц конкурса от ИД «Ювелирная Россия»

ВАС ЖДЕТ:

- интересная насыщенная программа;
- положительные эмоции;
- яркие впечатления;
- кулинарные сюрпризы;
- восстановление и релакс

Ждем вас 22 мая 2022.

Место проведения: загородная резиденция под Санкт-Петербургом, частный закрытый клуб

Программа рассчитана на два дня.

Желающие могут продлить пребывание в резиденции.

Благотворительный взнос за участие.

Секретариат Клуба «Российская Ювелирная Торговля»:
(812) 320 93 11 • info@jewellerclub.ru

Продавать с KLONDIKE очень легко

Интервью с директором компании KLONDIKE Михаилом Виноградовым

Новая реальность, безусловно, требует от каждого участника отрасли оперативно адаптироваться к переменам. Те, кто работает как раньше, успеха не добьется. В первую очередь следует обратить внимание на изменения потребностей целевой аудитории и переосмыслить свое ассортиментное предложение. На рынок вышли новые поколения со своими ценностями, а значит, акценты на стимулах к покупке нужны соответствующие. Что мы даем потребителю помимо золота и бриллиантов? В чем смысл их красоты и ценности для покупателя? Для одних людей ювелирное изделие — то, что можно передать по наследству. Благодаря своей уникальности, превосходному качеству, исключительной ценности украшения с бриллиантами являются признанной инвестицией. Для других людей — это статусный аксессуар, дополняющий индивидуальный стиль, подчеркивающий благородство своего обладателя. Необходимо понимать, какие функции бриллиантовые украшения будут выполнять завтра. Поэтому магазинам важно не ошибиться с выбором производителя ювелирных изделий, который всегда держит руку на пульсе рынка и вкладывает в них нечто большее, чем дизайн. Мы не верим в «одноразовые» коллекции. KLONDIKE Jewelry создает творения, выходящие за рамки поколений, добавляя ценности, смысла и души каждому изделию.

Мы понимаем, что повышение продаж ювелирных коллекций нашего бренда — цель не только магазинов, но и наша. Поэтому принимаем активное участие в повышении ключевых показателей бизнеса наших партнеров. Во-первых, для онлайн-продвижения мы своевременно направляем им фото- и видеоматериалы об изделиях, представленных в их сетях, обновляя при этом информацию по складским остаткам — количеству и размерам колец, чтобы магазин мог оформлять по клиентским запросам интернет-заказы с доставкой до двери. Во-вторых, с 1 декабря 2021 года запустили акцию «Зима подарков», где в течение трех месяцев разыгрываем сто призов среди покупателей наших изделий. В-третьих, работаем точечно с отдельными магазинами. Например, формируем индивидуальные коллекции с учетом конкретных пожеланий, чтобы партнер мог удовлетворять потребность своих покупателей в эксклюзивности.

Как известно, продажи можно повышать и за счет активной работы продавцов-консультантов. С этой целью мы запускаем мотивационные конкурсы для персонала торговых точек, разыгрываем подарки среди специалистов с лучшими результатами.

Чтобы повысить квалификацию и качество работы продавцов, в 2022 году мы начинаем премиальную обучающую программу, посвященную специфике продаж изделий с камнями первой группы. Этот инструмент поможет снизить нагрузку на руководителей магазинов в плане обучения персонала и сфокусироваться на приоритетных задачах.

Конечно, все активности не перечислить. Это лишь часть того вклада, который компания вносит в достижение общих с партнерами целей. Поэтому готов заверить: продавать и покупать с KLONDIKE очень легко!

KLONDIKE
JEWELLERY

ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА «КЛОНДАЙК»
156026, Кострома,
ул. Льняная, д. 7А
(4942) 41-55-42
www.klondike.su

klondike.jewellery
klondikejewellery2019
club156806679
www.klondike.su

На правах рекламы

Увеличение прибыли
за счет работы с базой лояльных клиентов

Я более пятнадцати лет занимаюсь консалтинговыми проектами, в том числе управлением процессами розничных продаж в ювелирных сетях. Исходя из этого опыта, можно утверждать, что в данном случае один из очень важных блоков, дающий возможность усиливать потребительский отклик, — взаимодействие с базой лояльных клиентов. Правильно выстроенная работа с базой — залог стабильности и экономии в затратах на маркетинг и продвижение.

Если ваша сеть не отслеживает процесс регистрации покупателей, то складывается следующая ситуация: соотношение клиентов, уже известных вам, и тех, информация о которых не фиксируется, будет примерно 50/50. Если вы начинаете правильно воздействовать на этот процесс, то в течение двух-трех месяцев приходите к более интересному и значимому результату, когда доля продаж, по которым вам неизвестны клиенты, сводится к 12–15%, а в итоге может дойти и до 5%. Соответственно, вы получаете шанс составить портреты покупателей, глубже понимаете, кто эти люди, знаете, как с ними работать. То есть те предложения, которые вы будете делать по своей базе, дадут достаточно серьезный прирост продаж.

ИНСТРУМЕНТЫ

Доля продаж постоянным клиентам, конечно, зависит от того, как долго существует магазин и насколько активна его маркетинговая политика на данный момент. Если он работает около года, от 50 до 60% всех покупок в нем совершают именно те, кто регулярно его посещает. Если при этом вы начнете проводить

маркетинговые мероприятия по клиентской базе, то этот показатель вырастет до 65–75%. А если добавить еще и внешний маркетинг, то показатель будет максимальным.

Узнать своих клиентов можно не только непосредственно в магазине, но и в соцсетях, и на сайте компании. В этом плане эффективен розыгрыш призов, не привязанный к совершению покупки. То есть для того чтобы стать участником акции, человеку достаточно просто прийти в магазин, зарегистрироваться, оставить контактные данные. В результате у вас появляется «точка контакта», и дальнейшее взаимодействие складывается достаточно позитивно.

Такой инструмент, как раздача подарков, используется многими сетями. Это дает хороший прирост продаж и в моменте, и в течение года.

КАК КОНТРОЛИРОВАТЬ?

Набором KPI. Выводятся доли чеков по картам постоянного клиента и чеков новых покупателей. Когда в итоге вы накапливаете базу лояльных клиентов, то сводите продажи без карт к минимуму.

При дальнейшей работе базу можно сегментировать.

По половозрастному критерию. Идеально, если вы знаете имя клиента и дату его рождения. Осуществление персонифицированных контактов эффективнее примерно на 20%, чем когда вы пишете безлично: «Добрый день!».

По количеству и сумме покупок. Это практически обязательный критерий. Наш опыт показывает, что чаще всего в сетях 60–70% всех клиентов совершают только одну покупку, но оставшиеся 30–40%, совершающих две и более покупок, дают 60–70% прибыли.

По среднему числу дней между покупками (вычисляется для тех клиентов, которые что-то приобретали в магазине два и более раза). Это очень интересный показатель. Понятно, что если вы торгуете серебром, то число дней будет меньше (обычно около шестидесяти), золотом — побольше (60–70). Все зависит от ценовых диапазонов, но в любом случае нужно следить за этим показателем, в частности за изменением его динамики. Если вы видите, что он увеличивается, — плохо,

уменьшается — значит, вы правильно работаете с лояльной аудиторией.

По давности с момента последней операции. Это тоже один из основополагающих критериев. Вы должны понимать, начиная с какого срока давности клиент попадает в отток базы. Для каких-то магазинов сети отток может начинаться с 18 месяцев, для каких-то — с 12. В разных городах ситуация тоже бывает различной. Поэтому надо определять этот критерий для каждой конкретной торговой точки, а не делать обобщения на всю сеть.

По событиям (дни рождения, годовщины свадьбы, рождение ребенка и т. д.). У большинства сетей в базах есть информация о дате рождения покупателя. Если вы накануне делаете ему правильное предложение, то по сравнению с обычной рассылкой вы достигаете лучшего результата по росту конверсии в 1,5–2 раза. Допустим, у вас база 1000 человек, делим на 12, соответственно, ежемесячно 8% от этой базы (83 человека) могут дать вам рост конверсии. Вы получаете и дополнительные коммуникации, и продажи, и лояльность. При базе в 15 000 клиентов ежемесячная работа с именинниками даст вам до 100 000 рублей. Информацию о дате бракосочетания собирать сложнее, но если вам это удастся, то работа с ней обеспечит хорошие результаты. А ведь можно создавать события и самим, например годовщина регистрации в программе лояльности. Люди обрадуются, что их поздравили, и обязательно придут, чтобы воспользоваться специальным предложением.

Только проанализировав все сегменты, можно выяснить, с каким из них вам лучше работать, какой дает результаты, а какой нет. Важно осознавать, что обеспечивает вам взаимодействие с тем или иным сегментом.

КАК АНАЛИЗИРОВАТЬ?

Этот процесс надо проводить, обязательно выделяя контрольную группу (людей, которые не получают от вас никаких сообщений; то есть если вы на тысячу человек делаете рассылку, то сотне из них не отправляете специально) и оценивая конверсию. Мы часто сталкиваемся с тем, что многие ритейлеры не делают никаких рассылок, считая это дополнительными затратами. Однако анализ конверсии вам покажет, что при этом деньги зарабатываются, а не тратятся.

Рассмотрим классический метод RFM-анализа клиентской базы, в котором при сегментации выделяют три показателя: давность последней операции (recency), частота (frequency) и сумма покупок (monetary). При проведении RFM-сегментации рекомендуем выделять 9 сегментов (по 3 на каждый показатель). Отдельно рассматривается сегмент по клиентам, которые не сделали ни одной покупки. Если вы правильно работаете с этими 27 сегментами, то в среднем

повышаете эффективность в них в три раза. А есть узкие сегменты, в которых можно поднять показатели практически в 10 раз. Но лучше не гнаться за такими «взрывными» сегментами, а стремиться к тому, чтобы общий рост по базе был максимальным. Те клиенты, которые совершают покупки часто, с высокой ценностью и недавно, — это ваши випы. Отдельная группа — новички — недавние, редкие покупки с высокой и средней ценностью — за этим сегментом надо следить особо. В данном случае ваша цель — заставить таких клиентов сделать вторую покупку, а достичь этого можно с помощью специального предложения, нацеленного именно на этот сегмент.

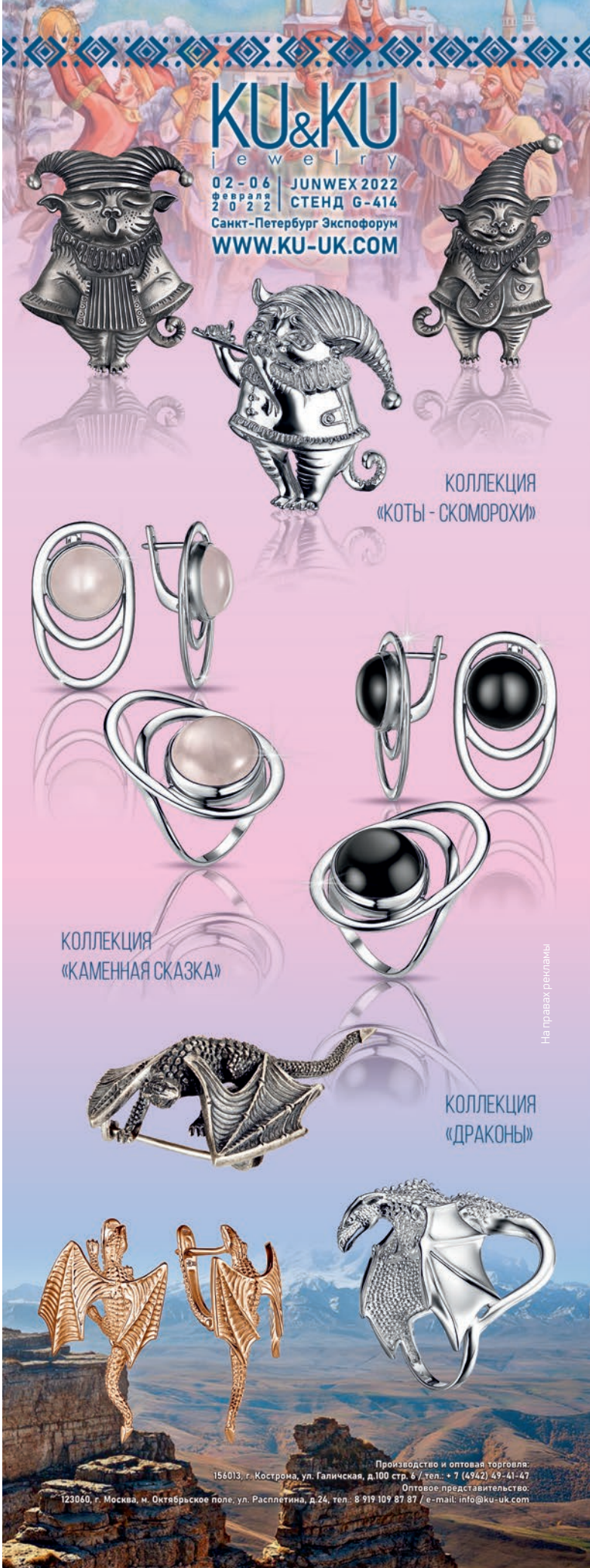
ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ОПОВЕЩЕНИЙ

Традиционно сети для оповещений используют sms, но можно и WhatsApp Business, и Viber. ВКонтакте также разрабатывает возможность, скажем так, неслужебных оповещений.

В последнее время визуальные оповещения дают конверсию на 20–30% лучше, чем обычные sms. То есть вы можете и картинку вставить, и достаточно длинный текст разместить за те же деньги. Если отправлять то же самое по sms, то получится 2–3 сообщения, что увеличивает стоимость рассылки.

КРОСС-АКЦИИ

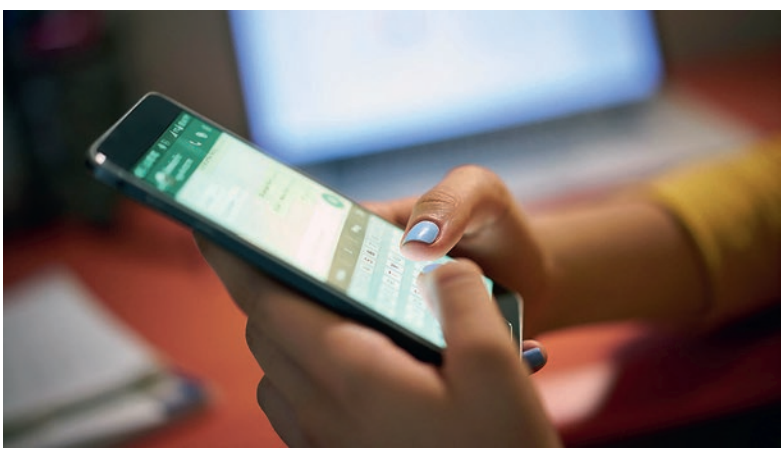
Вы можете договориться с партнерскими сетями о том, чтобы они раздали листовки своим клиентам, которые придут за подарками к вам. То есть этот подарок не связан с фактом покупки в вашем магазине. Если правильно построить эту работу, то стоимость подарков будет окупаться сразу — многие клиенты совершают покупку в момент получения презента (на 100 человек доля таких — примерно 15), однако средний чек в данном случае будет меньше, чем обычный средний чек в магазине. Но если все считать и контролировать процесс в разрезе магазинов и продавцов, то вы получаете не только увеличение выручки в моменте, но и очень быстрый рост базы (это особенно важно для нового магазина), и повышение узнаваемости бренда. Допустим, партнер раздал 10 000 купонов. К вам в среднем придет 3–5% потенциальных



клиентов (300–500 человек). Из трехсот примерно десять совершат покупки со средним чеком в два раза ниже, чем обычный средний чек в вашем магазине.

АВТОМАТИЗАЦИЯ

На рынке готовых решений, которые бы позволяли работать с базами лояльных клиентов и проведения сегментации, доступных практически нет. Все существующие CRM-системы настроены в основном на работу менеджеров, на фиксацию контактов с оптовыми клиентами. Система, о которой я рассказывал выше, не встречается почти нигде. Мы разработали ее на базе 1С, но она не интегрируется в эту программу, а устанавливается дополнительно. Из вашей программы в нее загружается вся информация по клиентам и



покупкам, там можно проводить сегментацию во всех разрезах — и магазины, и продавцы, и давность операций, и половозрастные критерии... Таким образом, сразу становятся доступными рассылки по каждому из этих сегментов на ваше усмотрение.

Автоматизация оповещения по событиям очень важна. Многие сети, с которыми мы работаем, делали так: раз в неделю выбирали из базы тех, у кого в ближайшие две недели будет день рождения, и осуществляли по этим клиентам рассылку. Но это не всегда удобно: у человека праздник уже завтра, а он только сегодня получил предложение. Проще делать такие рассылки автоматизированно.

Еще один современный инструмент — каскадные рассылки. Если у клиента есть Viber, то ему оповещение идет сначала туда, и только в случае, когда по этому каналу невозможно доставить информацию, она отсылается по sms. Такой услуги в готовых решениях нет вообще. Можно интегрировать в цепочку WhatsApp Business или другие ваши приложения. Для чего это делается? В первую очередь — для экономии затрат. Если у вас большая база, а одно sms стоит в среднем 1,80–2 руб., то можно использовать для связи с определенной частью клиентов Viber, рассылки в котором обходятся дешевле. В случае каскадной рассылки в связи с тем, что у Viber конверсия выше и визуализация более доступна, вы достигнете большего общего эффекта, чем при рассылке одного типа. В параллель можно сделать и e-mail-рассылку.

Если оперативно проводить анализ результативности и подсчеты в различных разрезах, то видно, какие маркетинговые предложения как отработали. Можно, например, выделить сегмент покупателей, которые приобретают дешевые изделия, и рассказать им об акции по серебру. Можно выделить випов и сделать рассылку им: такие клиенты предпочитают довольно обстоятельную и подробную информацию. Подобные шаги дают сокращение затрат минимум 30% на информирование, а покупательский отклик растет при этом на 10–30%.

Константин Жигульский,
кандидат технических наук,
создатель системы управления товарными запасами Stocks Manager PRO

Широчайший выбор ювелирных изделий и сопутствующих товаров

Informa AllSecure

Istanbul Jewelry Show is an Informa AllSecure Event.

ISTANBUL JEWELRY SHOW

Международная выставка ювелирных изделий, часов и материалов

24 - 27 МАРТА 2022 г.

Стамбульский выставочный центр

#istanbuljewelryshow

Следите за нашими новостями...

www.istanbuljewelryshow.com

При сотрудничестве

Официальный международный медиа-партнер

Официальный онлайн медиа-партнер

Является членом

При поддержке

Безопасный Спонсор

Место Проведения

Организаторы

В СООТВЕТСТВИИ С ЗАКОНОМ НОМЕР 5174 НАСТОЯЩАЯ ВЫСТАВКА ПРОВОДИТСЯ ПОД КОНТРОЛЕМ СОЮЗА БИРЖ И ПАЛАТ ТУРЦИИ (TOBB).

На правах рекламы

Как понять покупателя и направить его к совершению покупки?

Древнегреческому философу Сократу приписывается высказывание: «Как приятно, что есть столько вещей, без которых можно обойтись!». Сегодня, как известно, люди покупают гораздо больше товаров, чем им нужно для жизни, ведь шопинг позиционируется не только как обновление, но и как определенная психотерапия, источник положительных эмоций. Что же формирует потребительский спрос в сегменте продуктов «не первой необходимости»?

Первое — мода. Второе — реклама. Третье — некоторые психологические особенности поведения человека, зная которые, можно стимулировать совершение им импульсивной или осознанной покупки.

Барри Шварц в книге «Парадокс выбора: почему „больше“ значит „меньше“» утверждает, что свобода выбора зачастую оказывается мешающим фактором для увеличения продаж. По мнению этого автора, никогда раньше человеку не приходилось принимать столько решений, как сегодня. Какое молоко купить? Какой ресторан выбрать? Где провести отпуск? Какому банку доверить сбережения?..

Во-первых, бесконечный выбор парализует — люди подсознательно стремятся отложить решение на потом. Во-вторых, чем больше выбор, тем сильнее разочарование в случае неудовлетворенности им, поскольку мы будем помнить про множество упущенных возможностей. В-третьих, при бесконечном количестве вариантов наши ожидания

неуклонно возрастают: если мы потратили столько времени на выбор серебряного кольца, значит, оно должно быть идеальным во всем. Поэтому, согласно теории Шварца, выход один — снизить ожидания клиента.

Приведем еще несколько конкретных приемов, которые заставляют людей покупать.

Один раз потрогать лучше, чем сто раз увидеть. То, что человек держит в руках, подсознательно воспринимается им как собственность. Взяв желаемую вещь, расстаться с ней гораздо сложнее. Поэтому велика вероятность, что после примерки клиенткой эффектных серег вам не придется возвращать их в витрину.

Бесплатно ничего не бывает. В данном случае расчет на благодарность клиента, которому дали что-то «просто так». Именно на этом принципе работают дегустации в супермаркетах. Сложно не купить что-то у приятной продавщицы, которая угостила вас кофе. Любой бесплатный бонус, не привязанный к покупкам, в определенной степени обязывает клиента более внимательно отнестись к вашему предложению.

Скидки — наше все! В мозгу человека, увидевшего слово «скидка», мгновенно возникает сигнал — «надо брать!». Однако продавцам следует рассматривать скидки как стандартный инструмент привлечения клиентов, повышения среднего чека, а не как возможность осчастливить любимого покупателя — для этого есть другие способы.

«Как сформировать восприятие потребителя, подготовить его к покупке, кто этот фокусник за кулисами шопинга?

Драгоценные камни как объект инвестирования и коллекционирования

В нестабильные времена на рынке инвестиций интерес к драгоценным камням традиционно становится заметным — это доказывает и мировая история, и современная ситуация. За последние десятилетия серьезно возросли в цене не только классические белые бриллианты, но и рубины, изумруды, сапфиры, причем зачастую именно они являются лидерами по темпам роста.

СЕМЬ ПРИЧИН ИНВЕСТИРОВАТЬ В ДРАГОЦЕННЫЕ ЦВЕТНЫЕ КАМНИ:

1. Они показывают рост цен в долгосрочной перспективе.
2. В этой сфере спекулятивная игра минимальна.
3. Этот актив не требует никакого обслуживания, он компактен и легко транспортабелен.
4. Подобные покупки отличает приватность.
5. Их можно передавать по наследству.
6. Вы получаете эстетическое удовольствие от коллекционирования прекрасных природных сокровищ.
7. Это дает возможность создания эксклюзивной коллекции ювелирных украшений.

Успешные кейсы:

- Делать ставки на редкие цветные бриллианты — оранжевые, желтые, зеленые... Да, при покупке такого камня придется выложить немалые деньги, но уже через десять лет его можно хорошо продать, многократно приумножив первоначальную сумму.
- Коллекции бриллиантов всегда в цене. Допустим, вам удалось собрать десять калиброванных по размеру белых бриллиантов-пятикаратников. В перспективе вырастет не только стоимость всей коллекции, но и каждого ограненного алмаза в отдельности.
- Цены на многие цветные камни (например, турмалин Параиба) стабильно растут.

Эксперты утверждают, что как раз цветные драгоценные камни демонстрируют наиболее устойчивый иммунитет к финансовым рискам.

Процесс инвестирования в камни не похож на покупку акций с последующим наблюдением за ростом и падением цифр. Он нацелен на долгосрочную перспективу и имеет ряд нюансов, о которых мы и поговорим в этой статье.

ЗАЧЕМ ПОКУПАТЬ ДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ?

По сути, один драгоценный минерал — это значительные финансовые средства, сжатые до предельного минимума. Для обычного покупателя это и подушка безопасности на черный день, и капитал, который можно без проблем забрать с собой в любую страну. Но есть истинные ценители, коллекционеры, разбирающиеся в самоцветах, которые наслаждаются самим процессом поиска редких и красивых экземпляров, творческого открытия и совершения сделок. Для таких покупателей финансовая сторона не является приоритетной, они скорее руководствуются

собирательскими интересами. Подогревает спрос на редкие камни и закупка их ювелирными домами, создающими эксклюзивные украшения: умение находить и дизайнерски обыгрывать минералы с особенными характеристиками значительно повышает репутацию марки.

ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЦВЕТНЫХ КАМНЕЙ

В последнее десятилетие этот рынок отличается стабильностью. Популярность природных самоцветов во всем мире по-прежнему увеличивается. Эксперты отмечают не только положительную динамику, но и обоснованность дальнейшего роста цен на природные самоцветы. График изменения ценовых индексов цветных камней и бриллиантов неизменно идет вверх. Интегральный индекс ценообразования ювелирных камней GVA обычно составляется на основании поведения на рынке высококачественных образцов граненых камней двадцати шести наименований (включая отдельно три оттенка сапфира — синий, оранжевый и малиновый, а также рубин из двух месторождений — Мьянмы и Африки).

Если вы ювелир, ритейлер или коллекционер, ценовые цветовые графики от GVA станут для вас важным веб-инструментом, который поможет определить стоимость драгоценного камня. Сервис наглядно (учитывая небольшую погрешность цветопередачи монитора) позволяет:

1. узнать основную цветовую градацию того или иного камня;
2. ознакомиться с каратной массой камней определенного наименования, выходивших на рынок;
3. ознакомиться с уровнем цен самых популярных ювелирных камней (рубин, сапфир, изумруд, александрит, шпинель, танзанит, аквамарин, берилл, хризоберилл, турмалин, гранат, топаз, кварц, диопсид, кунцит, хризолит (перидот), кордиерит (иолит) и т. д.) на текущий период;
4. соотнести разницу в стоимости камней различных наименований;
5. сопоставлять разницу в цене у ювелирных вставок с одинаковыми наименованиями, чистотой, качеством огранки и различающихся только цветом;
6. сопоставлять разницу в цене камней с одинаковыми наименованиями, цветом, чистотой, огранкой из одного месторождения, но разнящихся между собой только массой;
7. соотнести разницу в цене у рубинов с одинаковыми чистотой, качеством огранки, видом обработки (с облагораживанием или без такового), отличающихся между собой только регионом добычи;
8. сравнить разницу в цене рубинов с одинаковыми чистотой, качеством огранки из одного месторождения, отличающихся между собой только использованием технологии облагораживания;

и т. д.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РОСТ ЦЕН ЦВЕТНЫХ КАМНЕЙ:

- Консолидация рынка и амбиции крупных игроков.
- Усилия игроков по увеличению прозрачности и разработке стандартов рынка.
- Усовершенствование методов геммологической экспертизы.
- Усовершенствование методов облагораживания и синтеза.
- Истощение многих известных месторождений.
- Растущие и развивающиеся экономики стран BRICS.
- Мощный рост потребительского спроса в Китае.

«Если вы ювелир, ритейлер или коллекционер, ценовые цветовые графики от GVA станут для вас важным веб-инструментом, который поможет определить стоимость драгоценного камня.

ОЦЕНКА И ЭКСПЕРТИЗА

Оценка цветных камней и бриллиантов, которую осуществляют сертифицированные

Как можно видеть, начиная с 2012 года инвестиционный потенциал бриллиантов окончательно сдался цветным камням. Если говорить только о полудрагоценных камнях, то такие самоцветы не требуют громадных инвестиций для входа, как цветные бриллианты или драгоценные камни «большой тройки». Кроме того, поведение индекса GVA по сравнению с Доу Джонсом также показывает огромный потенциал цветных камней как стабильного защитного актива.

Алексей Лагутенков, эксперт-геммолог

СПИСОК БЕСПЛАТНЫХ РЕСУРСОВ ПО ГЕММОЛОГИИ, ПОЗВОЛЯЮЩИХ ПОПОЛНИТЬ ЗНАНИЯ О ДРАГОЦЕННЫХ КАМНЯХ

- www.bwsmigel.info
- www.yourgemologist.com
- geogallery.si.edu
- www.gemval.com
- nature.berkeley.edu/classes/eps2/
- www.gemselect.com/gem-info/gemstone-information-center.php
- www.gemlab.co.uk
- www.gemstonemagnetism.com/index.html
- www.gemologyproject.com/wiki/index.php?title=Table_Of_Contents
- www.realgems.org
- stonegrouplabs.com/wp/?page_id=17
- earthweb.ess.washington.edu/ess-103/
- www.geo.utexas.edu/courses/347k/default.htm
- academic.emporia.edu/abersusa/go340/fileindex.htm
- www.fieldgemology.org
- minerals.usgs.gov/minerals/pubs/commodity/gemstones/sp14-95/contents.html
- www.youtube.com/user/starlatrwc/videos
- www.youtube.com/user/gemlogicorg/
- www.youtube.com/channel/UCteeamcegaKj2enfLg3GsYw
- www.lotusgemology.com/index.php/library/articles
- farlang.com/books
- gemology.se/chronology.html
- www.gia.edu

«Когда речь идет о дорогих ювелирных изделиях, а также когда происхождение камней не установлено, для надежности обращаются сразу в несколько лабораторий с хорошей репутацией.

профессионалы-геммологи, может включать в себя две составляющие: геммологическую экспертизу (определение качественных и количественных характеристик минерала, установление его происхождения и выявление следов облагораживания) и экспертную оценку рыночной стоимости камней. В мире есть несколько авторитетных геммологических лабораторий, в которые можно обратиться вне зависимости от того, покупаете ли вы украшение для себя, инвестируете средства в крупный камень или хотите получить сертификат на свое украшение для продажи. Когда речь идет о дорогих ювелирных изделиях, а также когда происхождение камней не установлено, для надежности обращаются сразу в несколько лабораторий с хорошей репутацией.

Наиболее известные и уважаемые из них:

• Gemological Institute of America (GIA). Геммологический институт Америки, основанный Робертом М. Шипли в 1931 г., работает в четырех направлениях: исследования, идентификация драгоценных камней, оценка бриллиантов и учебные программы. Пожалуй, самым важным вкладом GIA в классификацию камней стал принцип 4C, принятый в 1953 г. в Международной системе оценки бриллиантов: прошло более полувека, а камни продолжают оценивать по этим стандартам;

• Gubelin Gem Lab — один из ведущих центров в области аутентификации цветных драгоценных камней. Основная специализация лаборатории, открытой в 1923 г., — происхождение камней, которое можно определить по их уникальным визуальным характеристикам. Сертификаты Gubelin Gem Lab признают крупнейшие аукционные дома мира, королевские семьи, знаменитые ювелиры и торговцы драгоценными камнями;

• Schweizerische Stiftung für Edelstein-Forschung (SSEF). Швейцарский геммологический институт, основанный в 1974 г., специализируется на оценке бриллиантов, цветных драгоценных камней и жемчуга. Изначально лабораторию организовали для Союза швейцарских торговцев ювелирными изделиями, но теперь она оказывает услуги и частным клиентам.

Есть и другие достойные лаборатории, например GRS, IGI, EGL, Danat и др.

Выставка
PALAKISS
ITALY

WINTER

21-26 января

Physical & Digital

Выставка
PALAKISS
ITALY

SUMMER

9-13 сентября

Physical & Digital

международная выставка-
продажа ювелирных
изделий

PALAKISS
VICENZA - ITALY

SHOWTIME
From 9.30am to 6pm
Last day from 9.30am to 4pm

Via dell'Oreficeria 37
VICENZA

www.palakiss.com

На правах рекламы

В Киргизии все есть

Сравнительно недавно открытые туристами достопримечательности Киргизии привлекают национальным колоритом. Там можно ощутить истинный дух Азии — поторговаться на местных базарах, осмотреть руины древних городов и даже испытать прелести кочевого образа жизни. Но прежде всего Кыргызстан привлекает природными красотами. К услугам иностранцев девственно чистые леса, озера и бурные реки, водопады и горячие источники, недостижимые горные пики, пустынные территории и земли, полностью покрытые льдом. В одной статье невозможно описать все чудеса, ожидающие вас в Киргизии, но мы постарались рассказать о наиболее интересных и связанных с миром драгоценностей.

ЗОЛОТОЙ ЗАПАС И СЕРЕБРЯНЫЕ КОПИ

Если нанести на карту Киргизии месторождения и проявления всех полезных ископаемых, то на ней не останется свободного места. Производство золота — одно из главных направлений местной промышленности. Всего на территории республики насчитывается более 2700 коренных проявлений этого драгоценного металла (учитывая золотосодержащие месторождения, в состав которых входят и другие металлы, например медь, ртуть, сурьма, кобальт, вольфрам). Запасы золота, учтенного Государственным балансом

запасов, по состоянию на 1 января 2019 г. составляли 645 230 т. По итогам 2019 г. было произведено 26 т — это рекорд в истории Кыргызстана, сообщал в начале 2020 г. заместитель главы Государственного комитета промышленности, энергетики и недропользования Карыбек Ибраев.

Одно из самых известных месторождений Кумтор располагается в Иссык-Кульской области и является вторым в мире высокогорным золоторудным предприятием, уступая по высоте расположения лишь золоторудному месторождению Янакоча в Перу.

Месторождений серебра в Кыргызстане 19, из них три крупных, два средних, остальные же считаются мелкими или относятся к рудопроявлениям. Самое важное

месторождение — Кумыштаг; его предварительно оцененные запасы и прогнозные ресурсы составляют 2000 т.

«На сегодня в республике имеются все предпосылки для развития биржи драгоценных металлов», — считает глава Кыргызской фондовой биржи Медетбек Назаралиев.

Одной из самых главных достопримечательностей, «визитной карточкой» Кыргызстана, местом паломничества большинства иностранных туристов является прозванное Жемчужиной Центральной Азии озеро Иссык-Куль. Благодаря чистейшему воздуху, лечебной минерализованной воде, различным горячим источникам, особенному солнечному свету это природное чудо — источник не только прекрасного настроения, незабываемых впечатлений, но и здоровья. Окаймляющие иссык-кульскую котловину горы Алатоо оказывают благотворное влияние и защищают озеро, создавая мягкий комфортный климат: зимой там не бывает сильных морозов (в январе от –5 до +5 °С), а летом — изнуряюще жарких дней (температура в самый теплый месяц — июль составляет 17–20 °С). Иссык-Куль — водоем уникальный: в него впадают около 80 горных рек, однако ни одна из озера не вытекает. Это обусловило концентрацию в воде солей и минералов, состав которой по своим лечебным характеристикам не имеет аналогов. Сочетание очень прозрачной воды сильной минерализации и ярчайших солнечных лучей подарило Иссык-Кулю удивительный эффект — цвет озерной глади постоянно меняется от темно-синих и темно-зеленоватых оттенков до нежно-голубых тонов. Недавние международные археологические экспедиции в акватории и на побережье озера подтвердили догадки ученых, что на этой территории приблизительно 2500 лет назад жила довольно развитая человеческая цивилизация.

Месторождение Кумтор в Иссык-Кульской области

Ювелирную отрасль страны в настоящее время представляют более 950 субъектов предпринимательства, в том числе более 30 юридических лиц и свыше 600 физических.

Что касается драгоценных и полудрагоценных камней, то самой богатой в этом плане считается Баткенская область. Именно там, в небольшом месторождении Кок-Белес и проявлении Ормизан, были найдены рубины. В Баткенской области насчитывается несколько месторождений хромдиопсида и берилла.

Остальные запасы самоцветов распределены между Иссык-Кульской, Таласской

Самое знаменитое и уникальное место Баткенской области — это, конечно, гора Айгуль-Таш. Она славится тем, что на ее склонах произрастает небывалой красоты огненно-алый цветок айгуль, являющийся одним из самых редких на планете. Растение внесено в Красную книгу как исчезающее. Росток его проклевывается лишь через семь лет, цветение происходит через такой же период. По количеству бутонов можно определить возраст растения, которое цветет только раз в году, в апреле. Каменистая гора, буквально усыпанная яркими цветами, представляет собой удивительное зрелище, которое не встречается больше нигде в мире. В Баткенской области ежегодно проводится праздник в честь этого чуда природы.

Ущелье Алтын Арашан — лучшее, что можно посетить в Киргизии любителям купания в минеральных источниках. Курорт функционирует с 1960-х гг. и предлагает водоемы с разными видами целебных вод. Особенно полезными считаются они для восстановления нервной системы, при патологиях сердца, почек и костей.

и Нарынской областями. Последняя примечательна перспективным проявлением демантоида — зеленого минерала из группы гранатов, находящегося сегодня на пике популярности у ценителей ювелирных украшений. Кроме того, в регионе есть мелкое месторождение циркона, где встречаются и сапфиры. Отмечаются в республике находки альмандина — разновидности красного граната, а также аметиста, турмалина, топаза, рубина, сапфира, изумруда, благородной шпинели, однако их запасы не подсчитывались. В Таласской области зафиксировано проявление аквамарина, но качество сырья там не изучено.

В 1954 г. в Бишкеке в здании Института горного дела (ныне — Кыргызский государственный университет геологии, горного дела и освоения природных ресурсов им. акад. У. Асаналиева, пр. Чуй, 164) был открыт Минералогический музей. Несмотря на то что его экспозиция занимает всего один зал, коллекция содержит образцы всех минералов, которые можно обнаружить на территории республики. Посещение музея бесплатное, экскурсионного обслуживания нет, но студенты и преподаватели вуза всегда готовы поделиться своими знаниями о драгоценных природных сокровищах.

В последние годы в Кыргыстане активно поднимается вопрос о возрождении и потенциальной рентабельности местного камнерезного производства. Правительство поручило специалистам изучить и подготовить всю необходимую документацию на этот счет. Киргизские горы богаты месторождениями пестроцветной яшмы, полевых шпатов, черных блестящих гагатов, розоватых родонитов, разноцветных роговиков, прозрачных агальматолитов и многих других не менее красивых и интересных с ювелирной точки зрения камней. Говоря о поделочных камнях, нельзя не упомянуть об ониксе. В 1980-х гг. в ювелирных магазинах республики можно было встретить множество подсвечников, статуэток, пепельниц, украшений из местного оникса. Кстати сказать, по утверждению историков, при строительстве храма царя Соломона использовался оникс из Ферганской долины. Поскольку самый знаменитый поделочный камень этого типа встречается на Хайдарканском месторождении,

Киргизию можно не только увидеть, но и ощутить на вкус. Не забудьте привезти оттуда орехи и сухофрукты — чернослив, курагу, урюк, кизил, инжир, изюм и т. д. Одна из наиболее популярных натуральных сладостей у местных жителей — рулетики из вяленой дыни с орехами. В большом почете также традиционная восточная сладость с медом — чак-чак и печенье чоймо токоч. К чайному столу традиционно подают нават — леденцы на основе виноградного сока и сиропа. Еще один необычный продукт в Кыргызстане — курут — «здоровый перекус», который можно купить буквально на каждом шагу. Курут сделан из сквашенного высушенного и спрессованного коровьего или козьего молока с добавлением соли, приправ либо меда. Хранится он очень долго, так что можете смело везти это угощение домой. Любителям острой пищи можно порекомендовать лазу — традиционный соус для мантов из чеснока и жгучего перца. Кисломолочные напитки — на любой вкус: кумыс из кобыльего молока хорош в жару, айран тонизирует, а бозо — это как наш квас, только с более ярким вкусом. Лучшим из киргизского алкогольного ассортимента считается коньяк «Манас» десятилетней выдержки.

не исключено, что для грандиозного сооружения древности материалы везли именно оттуда. Помимо разнообразия цветов киргизский оникс прозрачен и имеет высокую художественную ценность.

ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ НАНЕСЕНИЕ ГАЛЬВАНИЧЕСКИХ ПОКРЫТИЙ

new

АВТОРСКИЙ ГАЛЬВАНИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС «ПЛАТИНА 999 PRO+NANO COATING Ultra»

от 20 руб./грамм

- Благородный ярко-белый оттенок
- Удивительный блеск
- Высокая прочность, свойственная платиновым сплавам
- Повышенная износостойкость
- Химическая стойкость от действия парфюма, пота, морской воды
- Тактильный «шелковисто-керамический» эффект
- Гипоаллергенность

На правах рекламы

111024, Москва, р-н Лефортово,
4-я Кабельная ул., д.2, стр. 1А, пом. 4
Тел. +7 (985) 999 21 27
www.fg-moskow.ru

Драгоценности

Санкт-Петербург

Международная ювелирная выставка

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022
Санкт-Петербург, Экспофорум

Эксклюзивные коллекции драгоценностей
и уникальные авторские изделия

www.junwex.com

SARKISSIAN

junwex_official

На правах рекламы

в двух столицах

Москва

Международная ювелирная выставка

JUNWEX *Premium*

9–13 февраля 2022
Москва, Гостиный двор

В центре экспозиции работы лауреатов
Всемирного конкурса ювелиров имени Карла Фаберже

junwex_fair

CHAMOVSKIKH
JEWELLERY HOUSE

junwex

На правах рекламы

На правах рекламы